

Monika Peplińska, Małgorzata Święcicka

## ŚWIADOMOŚĆ RETORYCZNA STUDENTÓW W KONTEKŚCIE NAUCZANIA RETORYKI

W Instytucie Filologii Polskiej Akademii Bydgoskiej na kierunku filologia polska – obok specjalizacji nauczycielskiej, prowadzone są również specjalności: dziennikarska, komunikacja społeczna, kulturoznawcza i edytorska. Przyglądając się planom nauczania wymienionych specjalizacji, od razu można stwierdzić, że kształcenie umiejętności retorycznych realizowane jest w pewnym rozproszeniu. Nawet pobieżna analiza programów nauczania obowiązujących w roku akademickim 2004/2005<sup>1</sup> pozwala na sformułowanie wniosku, że w literaturoznawczym ujęciu elementy kształcenia umiejętności retorycznych realizowane są w ramach przedmiotów podstawowych i kierunkowych, tj. *poetyki* (zwłaszcza w zakresie treści programowych ze stylistyki) oraz *analizy i interpretacji dzieła literackiego*, nadto na specjalizacji nauczycielskiej (III rok) prowadzone są zajęcia z *retoryki*, na których pojęcia z zakresu retoryki omawia się z uwzględnieniem ich klasycznej funkcji opisowej. Pewne treści retoryczne, głównie z zakresu wygłaszania mowy retorycznej, realizowane są w ramach przedmiotu kierunkowego prowadzonego na I roku studiów, tj. *fonetyki i fonologii*. Kształcenie umiejętności mówienia jest zasadniczą częścią treści programowych przedmiotu uzupełniającego *kultura żywego słowa* oraz przedmiotu *emisja głosu* prowadzonego na specjalności nauczycielskiej. W ramach tych przedmiotów, jeszcze wyraźniej niż w przypadku *fonetyki i fonologii*, zwraca się uwagę na końcowy etap przygotowania mowy, tj. jej wygłaszanie, między innymi na te elementy z zakresu retoryki, które związane są z użyciem głosu (pauzy, akcentowanie, dykcja) oraz które dotyczą tzw. akcji oratorskiej (postawa ciała, gesty, mimika). Na specjalności komunikacja społeczna obserwuje się większą liczbę przedmiotów, których programy ujmują treści kształcenia umiejętności retorycznych. Natomiast na specjalizacji dziennikarskiej wiedza teoretyczna i praktyczna z zakresu retoryki jest bardziej uporządkowana i zebrana w treści programowe kilku przedmiotów. Na tych specjalnościach zwraca się jednak uwagę na retorykę rozumianą bardzo szeroko jako naukę o komunikacji słownej, naukę i praktykę mówienia publicznego. Na specjalizacji komunikacja

---

<sup>1</sup> Analizie poddano programy nauczania przedmiotów zarówno podstawowych, uzupełniających, jak i specjalizacyjnych: poetyka, analiza i interpretacja dzieła literackiego, fonetyka i fonologia, kultura żywego słowa, retoryka, emisja głosu, komunikowanie interpersonalne, komunikacja językowa, język wypowiedzi publicznej, redagowanie tekstów użytkowych, społeczne i pragmatyczne oddziaływanie reklamy, analiza i konstruowanie przekazu reklamowego, retoryka dziennikarska, język w mediach masowych, język w interakcji.

społeczna elementy nauczania retoryki można odnaleźć w programach następujących przedmiotów: *komunikacja językowa, komunikowanie interpersonalne, język wypowiedzi publicznych, redagowanie tekstów użytkowych, społeczne i pragmatyczne oddziaływanie reklamy, analiza i konstruowanie przekazu reklamowego, natomiast na specjalności dziennikarskiej – retoryka dziennikarska, język w mediach masowych, język w interakcji*<sup>2</sup>. Szczegółowa analiza programów nauczania przedmiotów specjalizacyjnych realizowanych na specjalnościach dziennikarska i komunikacja społeczna pozwala sformułować wniosek, iż termin „retoryka” używany w nich w kontekście języka środków masowego przekazu rozumiany jest jako mówienie publiczne, charakteryzujące się konwencjonalnością treści i formy. W takim ujęciu retoryka postrzegana jest przede wszystkim jako zestaw chwytów perswazyjnych. Utożsamianie retoryczności z perswazją odwołującą się do uczuć odbiorcy, operującą także różnymi technikami pozyskiwania i rozbawiania słuchaczy, jest częste w wypowiedziach dziennikarskich, publicystycznych. Z drugiej jednak strony funkcjonuje rozumienie retoryki jako pewnych strategii interakcyjnych lub tekstowych, które różnicują poszczególne style komunikacyjne. A zatem programy nauczania przedmiotów specjalizacyjnych na specjalnościach: dziennikarska i komunikacja społeczna uwzględniają również taki profil pojęcia „retoryka”, który w użyciu funkcjonuje jako synonim terminu „styl komunikacyjny”. Należy zauważyć, że takie ujmowanie retoryki ma charakter czysto opisowy, a nie wartościujący: retoryka, podobnie jak styl, może być „logiczna”, „nielogiczna”, „emocjonalna”, „rzeczowa”, „konkretna”. Tak definiowanej retoryce towarzyszą w tekstach z zakresu nauk humanistycznych określenia gatunkujące, na przykład *retoryka dziennikarska* (przedmiot realizowany na specjalności dziennikarskiej), *retoryka reklamy* czy *retoryka obrazu* (tak rozumianą retorykę uwzględnia się w treściach programowych przedmiotów: *społeczne i pragmatyczne oddziaływanie reklamy* oraz *analiza i konstruowanie przekazu reklamowego*, które realizowane są na specjalności komunikacja społeczna). Z kolei nastawienie na badanie relacji między ludźmi w konkretnej sytuacji komunikacyjnej (pomiędzy nadawcą a odbiorcą aktu komunikacyjnego) znajduje odzwierciedlenie w nazwach *retoryka interpersonalna* czy *retoryka tekstowa* (z kolei te definicje retoryki uwzględnia się w ramach następujących przedmiotów: *komunikowanie interpersonalne, komunika-*

---

<sup>2</sup> Elementy kształcenia umiejętności retorycznych obserwuje się w przykładowych treściach programowych: *formułowanie tekstów wystąpień publicznych – wystąpień okolicznościowych, wystąpień na zebraniach i konferencjach, głosów w dyskusji* (zob. program przedmiotu język wypowiedzi publicznych); *retoryczne aspekty komunikatu reklamowego; mechanizmy wpływu społecznego i indywidualnego i ich zastosowanie w reklamie* (zob. program przedmiotu społeczne i pragmatyczne oddziaływanie reklamy); *formułowanie wypowiedzi mówionych i pisanych – teksty okolicznościowe, rozmowy służbowe* (zob. program przedmiotu redagowanie tekstów użytkowych); *cele działania językowego: wyrażanie i nakłanianie; perswazja w wypowiedziach* (zob. program przedmiotu język w interakcji); *perswazja i manipulacja w języku mediów* (zob. program przedmiotu język w mediach masowych); *skuteczność wypowiedzi dziennikarskich; tworzenie skutecznych wypowiedzi dziennikarskich* (zob. program nauczania retoryka dziennikarska); *sztuka mówienia w praktyce; środki głosowej i pozagłosowej ekspresji* (zob. program przedmiotu kultura żywego słowa); *tropy i figury; topika; budowa i semantyka metafory* (zob. program przedmiotu poetyka).

*cja językowa* – na specjalności komunikacja społeczna, język wypowiedzi publicznych, retoryka dziennikarska – na specjalizacji dziennikarskiej).

Nakreślony obraz nauczania retoryki stał się asumptem do analizy sformułowanego w tytule referatu problemu badawczego. Zrodziły się więc pewne wątpliwości i pytania: 1) czy studenci z różnych specjalizacji mają podobne, czy raczej odmienne widzenie retoryki – zarówno jako dziedziny nauki, jak i nauczanego przedmiotu, oraz 2) jakie czynniki wpływają na świadomość retoryczną studentów? Artykuł ten jest próbą odpowiedzi na te pytania, raczej pewnym szkicem problemu, niż jego wnikliwą analizą. Zdajemy sobie bowiem sprawę, że kwestia ta wymaga gruntownych badań, obserwacji i pogłębionych analiz materiału zebranego i zestawionego na przestrzeni co najmniej kilku lat – zagadnienie to bez wątpienia wymaga ujęcia porównawczego.

Referat niniejszy jest rezultatem badań prowadzonych na początku 2005 r. wśród studentów różnych specjalności III i IV roku bydgoskiej polonistyki. Celem nie jest różnicowanie poziomu świadomości retorycznej w zależności od płci respondentów. Należy jednak zdać sobie sprawę, że świadomość retoryczna studentów filologii polskiej w pewnym stopniu zdeterminowana jest przez ten czynnik.

Źródłem materiału badawczego są zarówno wypowiedzi studentów, jak i informacje zawarte w przywołanych wcześniej programach nauczania. Metodą przyjętą w prowadzonych badaniach jest metoda ankietowa<sup>3</sup>. Ankieta składa się z dwóch części: 1) z uproszczonego kwestionariusza osobowego, w którym pyta się respondentów o rok i specjalizację studiów, płeć oraz typ ukończonej szkoły; 2) z sześciu otwartych zadań ankietowych dotyczących rozumienia słowa „retoryka”, źródeł wiedzy na temat retoryki, mechanizmów, chwytów retorycznych, treści, jakie powinien uwzględniać program nauczania retoryki w kształceniu wyższym, dziedzin życia wykorzystujących wiedzę i umiejętności z zakresu retoryki. W ostatnim pytaniu poproszono respondentów o wskazanie znanych im podręczników retoryki. Badania były anonimowe. Ogółem badaniami objęto 114 studentów III i IV roku. Uzyskany w ten sposób materiał jest niezwykle interesujący i bogaty, jednak ograniczenia ramowe tekstu nie pozwalają na szczegółowy opis i analizę. W tej sytuacji należy się ograniczyć do kilku ogólnych refleksji nad świadomością retoryczną studentów.

Pierwsze, co uderza w zgromadzonym materiale, to w większości brak odpowiedzi lub odpowiedź „nie wiem” na pytanie, dotyczące treści, jakie powinien zawierać program nauczania retoryki w kształceniu wyższym. O ile studenci definiują pojęcie „retoryka” i w wielu przypadkach definicje te mają charakter unaukowany, o tyle brak propozycji dotyczących treści programowych nauczania retoryki. Przy czym istotne wydaje się tu wprowadzenie rozróżnienia na studentów, którzy mieli zajęcia z retoryki w ramach przedmiotu nauczania oraz na tych, którzy w czasie kształcenia nie zetknęli się z retoryką jako przedmiotem realizowanym w ramach zajęć obowiązkowych. Drugiej grupie studentów wyraźne trudności

<sup>3</sup> Zdajemy sobie sprawę z niedoskonałości i pewnych ograniczeń tej metody, jednak uznaliśmy, że badania ankietowe pozwolą na pozyskanie w niezbyt długim czasie odpowiedzi od w miarę reprezentatywnej grupy respondentów i ułatwią ogląd oraz analizę różnorodnego i bogatego materiału.

sprawiło udzielanie odpowiedzi na postawione w ankiecie pytania. Respondenci stwierdzają, często zresztą bardzo ogólnikowo, iż w programie nauczania retoryki powinno kłaść się większy nacisk na kształcenie umiejętności praktycznych, na wykorzystywanie wiadomości teoretycznych w konkretnych sytuacjach komunikacyjnych (np. *program nauczania retoryki powinien obejmować retorykę opisową, a także ćwiczenia w zakresie stosowania różnorodnych zasad i chwytów retorycznych w budowaniu wypowiedzi; warsztaty – studenci powinni nauczyć się konstruowania mów, wiadomości nie powinny dotyczyć wyłącznie teorii*).

Wydaje się, że powiązanie teorii z praktyką jest sprawą oczywistą i zasadną, co znajduje odzwierciedlenie w programach nauczania wielu przedmiotów, zwłaszcza specjalizacyjnych. Z drugiej jednak strony, daje się zaobserwować tendencja odmienna – ci studenci, którzy nie mieli zajęć z retoryki, w swoich wypowiedziach wyrażają potrzebę zapoznania się z zagadnieniami z zakresu retoryki klasycznej, co znajduje odzwierciedlenie w następujących przykładowych wypowiedziach respondentów: *program nauczania retoryki powinien uwzględnić historię retoryki – jej źródła, podstawy, sposób rozwoju; budowę wypowiedzi retorycznej, jej wyznaczniki; typy argumentacji, dzieje retoryki*. Trudno bowiem mówić o retoryce w oderwaniu od jej początków i greckich oraz łacińskich wzorców. Studenci uzasadniają swoje odpowiedzi chęcią zdobycia rzetelnej i usystematyzowanej wiedzy z zakresu retoryki.

Warto jeszcze w tym miejscu zasygnalizować funkcjonowanie w świadomości respondentów pojęć i treści wykraczających poza zakres przedmiotu *retoryka*, mianowicie – iż program nauczania retoryki powinien uwzględniać zajęcia z emisji głosu, a także zajęcia kształtujące umiejętność czytania ze zrozumieniem. W tym ostatnim przypadku studenci potwierdzają błędne rozumienie pojęcia „retoryka”. Jak widać z tych przykładów, dość często punkt wyjścia formułowanych odpowiedzi stanowi wiedza intuicyjna respondentów, a tylko w przypadku studentów specjalności dziennikarskiej wiedza ta ma charakter bardziej świadomy, co jest przede wszystkim rezultatem prowadzonego na tej specjalizacji przedmiotu *retoryka dziennikarska*, który tę wiedzę pogłębia i porządkuje.

W większości przypadków źródłem dotychczasowej wiedzy na temat retoryki są: 1) dla studentów specjalizacji dziennikarskiej – zajęcia z retoryki dziennikarskiej oraz proponowana przez prowadzącego literatura w tym zakresie, w mniejszym zaś stopniu media; 2) dla studentów specjalności innych niż dziennikarska – przede wszystkim środki masowego przekazu. Wśród nich najważniejszą rolę odgrywają radio i telewizja. Mass media bez wątpienia kształtują potoczną wiedzę na temat retoryki, jednak często uwzględniają tylko jeden aspekt, wybrane ujęcie tego pojęcia. Najczęściej eksponują publiczny, masowy charakter retoryki i koncentrują się na ukazaniu skuteczności działań perswazyjnych i manipulacyjnych, co znajduje odzwierciedlenie w odpowiedziach studentów, którzy zasadniczo przez pryzmat mediów spoglądają zarówno na zjawisko retoryczności wypowiedzi, jak i na pojęcie retoryki w ogóle. Sporadycznie, zwłaszcza w wypowiedziach studentów IV roku, notuje się także inne źródła wiedzy z zakresu retoryki: zajęcia z *poetyki i teorii literatury*, na których rzeczywiście niektóre zagadnienia omawia się, nawiązując do

podstawowych terminów z zakresu retoryki. W nielicznych tylko przypadkach respondenci potwierdzają fakt czerpania wiedzy na temat retoryki z lekcji języka polskiego lub języka łacińskiego, jakie odbywały się w szkole średniej. Tego typu zajęcia o charakterze fakultatywnym realizowane są tylko w liceum ogólnokształcącym. Analiza wybranych programów nauczania języka polskiego w szkołach ponadgimnazjalnych pozwala stwierdzić, że treści kształcenia uwzględniają elementy retoryki<sup>4</sup>. Warto jednak nadmienić, że często w praktyce nauczycielskiej poloniści mając zbyt mało czasu albo rezygnują z włączania treści z zakresu retoryki do tematów lekcji języka polskiego, albo pobieżnie je wykorzystują, wyłącznie o nich wzmiankując, rzadko kiedy poświęcając im kilka oddzielnych jednostek lekcyjnych.

Punktem wyjścia proponowanych definicji leksemu *retoryka* (wzorem przekształcanym lub powielanym) jest klasyczna definicja retoryki – *ars bene dicendi* (sztuka pięknego mówienia). Respondenci w większości znają tę definicję i w swoich odpowiedziach ujmują retorykę jako sztukę pięknego mówienia. Przy czym definicje te często mają charakter synonimiczny, więc obok tradycyjnej formuły *ars bene dicendi* pojawiają się określenia bliskie lub równoważne znaczeniowo, jak: *retoryka to sztuka dobrego wystawiania, sztuka posługiwania się słowem, sztuka przemawiania, sztuka skutecznego i poprawnego przemawiania*. Takie rozumienie retoryki jest zbieżne z definicjami notowanymi przez słowniki języka polskiego<sup>5</sup>. W świadomości respondentów żywe jest więc przekonanie, że retoryka jest sztuką. W związku z tym uznaje się retorykę za trudną dziedzinę wiedzy, wymagającą dużego wysiłku intelektualnego, przygotowania i lat praktyki. Ponadto studenci, rozumiejąc retorykę jako sztukę, wskazują na jej związek z kulturą wysoką, tym samym więc przypisują jej niezwykłą wartość. To przeświadczenie znajduje również odbicie w języku studentów – obok przymiotnika *piękny*, określającego klasyczne rozumienie retoryki jako „sztuki mówienia”, w wypowiedziach studentów pojawiają się określenia: *poprawny, stosowny, zrozumiały, prawidłowy, skuteczny*. Łaciński leksem *bene*, kryjący w sobie wiele odcieni znaczenia polskiego

<sup>4</sup> Wiedza o retoryce i umiejętności retorycznej organizacji tekstu zawarta jest w standardach wymagań egzaminacyjnych. Jest ona niezbędna nie tylko w tworzeniu własnego tekstu, ale i w odbiorze tekstów literackich oraz publicystycznych. Wiele podręczników do nauki o języku poświęca retoryce i eryście całe rozdziały (np. H. i T. Zgólkowie, *Mówię, więc jestem. Podręcznik języka polskiego dla licealistów*, Kraków 2001; *Skarbiec języka, literatury, sztuki. Podręcznik dla klas I-III liceum ogólnokształcącego i profilowanego. Zakres podstawowy i rozszerzony*, red. B. Chrzastowska, Poznań 2002). Natomiast wśród celów szczegółowych kształcenia z języka polskiego w zakresie rozszerzonym czytamy: „uczeń podejmuje próby wystąpień publicznych – skutecznie posługując się odmianami języka, formami, np. referatem czy mową, wykorzystuje chwytły sztuki retorycznej, uwzględniając zarówno werbalne, jak pozawerbalne środki komunikacji językowej, skutecznie komunikuje się, bierze udział w dyskusji, polemice – rozpoznaje różne sposoby manipulacji językowej” (cyt. za: D. Pasięka, B. Pędracka, *Program nauczania języka polskiego „Opowieść o człowieku”*, Kraków 2002, s. 14).

<sup>5</sup> Słowniki języka polskiego podają następujące definicje pojęcia *retoryka*: „sztuka wymowy, krasomówstwo; nauka zasad sprawnego i pięknego wystawiania się, obejmująca prawidłą doboru słów, konstrukcji zdań, umiejętności argumentacji” (*Słownik języka polskiego*, red. M. Szymczak, Warszawa 1978); „teoria i sztuka przemawiania, krasomówstwo” (*Słownik współczesnego języka polskiego*, red. B. Dunaj, Warszawa 1996).

słowa *dobrze*, jest szczególnie trudny do wyjaśnienia w kontekście definicji retoryki. Słowo *dobry* znaczy więc tyle, co *trafny, stosowny, odpowiedni* do retorycznych zasad i reguł, ale również wzorów tekstowych i osobowych. Trzeba jednak pamiętać, że w odniesieniu do retoryki dobro należy zawsze łączyć z pożytkiem i pięknem i że bez kwalifikacji etycznej wyraz *dobry* znaczy jedynie *sprawny, wykwalifikowany, biegły w dziedzinie słowa, umiejętnie posługujący się pewną techniką*. Dlatego też retoryka jest sztuką przemawiania zgodnego z zasadami uczciwości, a więc przemawiania (i pisania) rzetelnego, tj. zgodnego z regułami językowego rzemiosła i etosu humanisty<sup>6</sup>. Wydaje się jednak, że respondenci traktują oddzielnie wartości estetyczne i etyczne walory mówcy (pisarza), większą uwagę zwracając na skuteczność przemawiania (przekonywania), nawet jeśli wiązałoby się to z koniecznością odrzucenia zasad uczciwości i prawdomówności (np. *retoryka to przede wszystkim przekonywanie kogoś do czegoś, zachęcenie do zmiany stanowiska, niekoniecznie w taki sposób, by odbiorca był świadomy prawdziwych intencji nadawcy; retoryka to sztuka przekonywania, czasami wbrew woli słuchacza; retoryka to trafne i umiejętne dobieranie słów, mające na celu wpłynąć na słuchacza, nakłonić go, przekonać do postawionej tezy, do własnej racji – dziś często przypomina manipulowanie drugim człowiekiem; retoryka oznacza wszelkie nakłanianie odbiorcy, aby ten przejął nasze poglądy, aby zmusić go do podjęcia takiej, a nie innej decyzji*).

Taki sposób rozumienia retoryki zdaje się mieć swoje uzasadnienie w niepełnym obrazie retoryki i retoryczności, jaki proponują media, a zwłaszcza reklama i wystąpienia osób publicznych. Przemówienia polityków mają często charakter manipulacyjny, rzadko kiedy odwołują się do zasad retorycznej perswazji, zapewniającej partnerskie relacje pomiędzy nadawcą a odbiorcą, dającej możliwość wyboru obu stronom oraz przede wszystkim opierającej się na uczciwych zasadach przekonywania. Stąd w świadomości studentów obserwuje się zarówno funkcjonowanie obrazu współczesnego mówcy w postaci wykreowanej przez media, nie mającego wiele wspólnego z wizerunkiem oratora w klasycznym rozumieniu, jak i ujmowanie pojęcia „retoryka” oparte na eksponowaniu skuteczności i praktyczności.

W świadomości studentów funkcjonuje również przekonanie, iż retoryka to „mniej lub bardziej ozdobne gadulstwo”<sup>7</sup>. Niestety, pojawiające się współcześnie negatywne konotacje retoryki, wynikają niewątpliwie z faktu, iż niemal codziennie spotyka się w prasie, radiu i telewizji wypowiedzi, w których mianem retoryki określa się zarówno banał, jak i pustostowie, beztreściowość, zaś cechy retoryczności przypisuje się każdemu zdaniu, które do czegoś nakłania. Pogląd ten podzielają również studenci, którzy utożsamiają retorykę ze zbiorem gotowych schematów językowych, które wykorzystuje się w konkretnych sytuacjach komunikacyjnych. Pozwalają one stereotypowo interpretować oraz oceniać rzeczywistość. Potwierdzają to przeświadczenie następujące egzemplifikacje: *retoryka to umiejętność*

<sup>6</sup> Zob. M. Korolko, *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa 1990, s. 42-45.

<sup>7</sup> J. Ziomek, *Retoryka opisowa*, Wrocław 2000, s. 7.

przekonania rozmówcy co do swoich poglądów; retoryka to wszelkie nakłanianie werbalne i piśmienne odbiorcy, aby ten przejął nasze poglądy. Respondenci wskazują również na negatywne nacechowanie terminu *retoryka*: w dzisiejszych czasach nasuwa się także często zabarwione negatywnie znaczenia słowa *retoryka* oznaczające mówienie składne, patetyczne, ale nie na temat (zwłaszcza w odniesieniu do polityków).

Aktualizowany w tej wypowiedzi profil retoryki jako mówienia patetycznego i emocjonalnego bazuje o tyle na teorii antycznej sztuki oratorskiej, że wykorzystuje te figury retoryczne, których celem jest wzbudzanie emocji słuchaczy, poruszanie ich uczuć, jednak w teorii Arystotelesa czy Cycerona środki emocjonalne nie przeważały nad technikami argumentacji logicznej, intelektualnej. Natomiast współczesne definicje retoryki często uwzględniają wyłącznie jej aspekt emocjonalny, rzadko zaś – rozumowy. W takim ujęciu „retoryka, rozumiana zbyt wąsko, wydaje się czymś zbytecznym, a może nawet szkodliwym, drugi raz – pojmowana zbyt szeroko, przekształca się w slogan, tym bardziej groźny, że modny”<sup>8</sup>. Respondenci wartościują zatem pojęcie „retoryka” zarówno pozytywnie, jak i negatywnie, czyniąc z niej również synonim pustostłowa, frazesu, stosowanego w celu przyozdobienia lub teatralizacji przemówienia, na przykład w sytuacjach oficjalnych uroczystości, ale zbędnego z punktu widzenia istoty sprawy. Na szczególną jednak uwagę, jako przeciwstawienie tego ogólnego, powszechnego poglądu, zasługują użyte przez studentów przymiotniki *szlachetny*, *doskonały*, *kunstowny* określające retorykę definiowaną jako sztukę<sup>9</sup>. W ich znaczeniu zawiera się bowiem dodatni element wartościujący, a użycie tych określeń może świadczyć o tym, iż studenci mimo powszechnej tendencji traktowania retoryki jako umiejętności skutecznego przekonywania (choćby i za wszelką cenę), uznają ją również za wysoko cenioną sztukę, łączącą to, co dobre z tym, co piękne, ale równocześnie skuteczne.

W świadomości respondentów funkcjonuje również rozumienie retoryki jako pewnej umiejętności, kompetencji językowej. Zwraca się więc uwagę na aspekt praktyczny i stronę czynnościową pojęcia „retoryka”, pomija zaś zagadnienia teoretyczne i kwestie etyczne. Takie ujmowanie retoryki niewątpliwie jest rezultatem potocznej wiedzy na temat retoryki, ale też wynika z ujmowania retoryki jako dziedziny wiedzy zajmującej się badaniem relacji interpersonalnych, a także formami wpływania na innych. Eksponuje się więc aspekt społeczny, komunikacyjny retoryki, który choć istotny, to jednak nie jest jedyny. Ponadto takie rozumienie retoryki wskazuje na fakt, jakoby „sztuki pięknego mówienia” można było się nauczyć, wyćwiczyć. Gdyby przyjął takie stanowisko, wówczas retoryka musiałaby być rozpatrywana wyłącznie jako pewna technika, działalność czysto praktyczna.

<sup>8</sup> J. Ziomek, *Retoryka opisowa*, s. 7.

<sup>9</sup> Słownikowe definicje tych pojęć mocno eksponują dodatnie cechy znaczeniowe: *szlachetny* „odznaczający się harmonią, prostotą, umiarem; wywołujący wrażenie godności, spokoju, piękna” (*Nowy słownik języka polskiego*, red. E. Sobol, Warszawa 2002, s. 992); *kunstowny* „wykonany z artyzmem, umiejętnie; mistrzowski, artystyczny, misterny, ozdobny” (*ibidem*, s. 386); *doskonały* „odznaczający się najwyższą jakością, wolny od błędów, usterek, wad, mający wszelkie cechy dodatnie; najlepszy, celujący, wzorowy” (*ibidem*, s. 148).

Natomiast – i to jest drugie, co zwróciło naszą uwagę w zgromadzonym materiale – dość wyraźne zróżnicowanie zauważamy w odpowiedzi na pytanie o mechanizmy/chwyty/środki retoryczne. Po pierwsze, udzielane odpowiedzi są nieprecyzyjne, ogólnikowe, zwykle jednozdaniowe, w wielu przypadkach respondenci nie rozwijają swoich myśli lub nie objaśniają znaczenia wymienionych mechanizmów retorycznych. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest być może niezbyt pogłębiona i usystematyzowana wiedza retoryczna ankietowanej grupy studentów. Po drugie, na tym tle pozytywnie wyróżniają się studenci specjalizacji dziennikarskiej, którzy wydają się mieć bardziej uporządkowaną wiedzę na temat retoryki i retoryki dziennikarskiej, odpowiadają precyzyjniej, bardziej szczegółowo, uwzględniają przy tym cele poszczególnych środków retorycznych oraz podejmują się prób ich definiowania. Respondenci zwracają również uwagę na pojęcie dobrego stylu oraz na zasady skutecznego oddziaływania na odbiorcę. Wskazują przede wszystkim na regułę bardzo dobrze znaną praktykom nauczania retoryki, zawierającą się w zdaniu: Powiedz słuchaczom, o czym im powiesz, powiedz im to, a następnie powiedz, o czym im powiedziałeś<sup>10</sup>, ale również na celowy i przemyślany dobór przykładów, argumentów ilustrujących postawioną tezę (np. *odwoływanie się do historii; stawianie pewników – tez, które logicznie się uzasadnia; przemyślany dobór argumentów; żywe obrazowanie problemu*). Stosowanie powtórzeń w wypowiedziach retorycznych ułatwia odbiorcy zapamiętanie tego, co zostało celowo podkreślone przez nadawcę, a więc pomaga osiągnąć sukces perswazyjny. Studenci powołując się na tę zasadę zdają sobie sprawę, że wszystkie ważne komunikaty powinny być powtórzone co najmniej trzykrotnie (np. *trzykrotne powtarzanie tej samej treści – utrwala przekazywaną informację u odbiorców; trzykrotne mówienie o temacie – pomaga zapamiętać meritum sprawy*). Respondenci często wymieniają jako jedną ze skuteczniejszych metod retorycznych parafrazowanie kluczowych punktów wypowiedzi. Zwracają także uwagę na środki niewerbalne, tj. mowę ciała. Studenci świadomi są, że to, jak mówi ciało mówcy nie stanowi dodatku do przemówienia, ale ma ścisły związek z tym, o czym się mówi, stosownie do okazji i nastroju. Koncentrują się przede wszystkim na zachowaniu kontaktu wzrokowego mówcy ze słuchaczami oraz na odpowiedniej gestykulacji – jako najważniejszych, zdaniem studentów, środkach pozajęzykowych.

Warto wreszcie choć pokrótce rozpatrzeć kwestię wykorzystania wiedzy i umiejętności z zakresu retoryki. Respondenci są jednomyślni co do twierdzenia, iż retoryka swoje zastosowanie znajduje niemal w każdej dziedzinie życia ludzkiego, a zwłaszcza w tych, które mają charakter działalności społecznej, publicznej. Jednak największe możliwości wykorzystania retoryki otwiera, zdaniem studentów wszystkich specjalności, polityka i reklama (np. *retoryka znajduje zastosowanie przede wszystkim w polityce, gdzie ważne jest kto i jak przemawia; publiczne wystąpienia*

<sup>10</sup> Wielu współczesnych badaczy, dziennikarzy, osób publicznych jest zgodnych, że dobry styl wypowiedzi retorycznej opiera się na pięciu zasadach: 1) używaj krótkich wyrażeń, 2) używaj krótkich zdań, 3) stosuj powtórzenia, 4) stosuj drogowskazy, 5) używaj zwrotów osobowych (zob. M. McKay, M. Davis, P. Fanning, *Sztuka skutecznego porozumiewania się*. Gdańsk 2004, s. 265-279; J. Detz, *Sztuka przemawiania*, Gdańsk 2004, s. 36-93).



*polityków opierają się na głównych zasadach retorycznych; mowy polityków są przekonujące, nakłaniające do oddania głosu na daną partię, argumentacja oparta na obietnicach i deklaracjach; retoryka jest często wykorzystywana w polityce – przekonywanie to 80% sukcesu; retorykę wykorzystuje się z pewnością w polityce, zwłaszcza w trakcie przemówień posłów w sejmie; retorykę wykorzystuje się w reklamie – hasła reklamowe stosują chwytły retoryczne, perswazję, aby przekonać do kupna; w reklamie, która ma nas zachęcić do produktu; przekonanie konsumenta, że towar x jest najlepszym z możliwych, jest celem reklamy).*

Nadto studenci specjalizacji dziennikarskiej – obok zastosowania retoryki w pracy zawodowej (w zawodach polityka, dziennikarza, nauczyciela, prawnika, obrońcy sądowego, księdza) – podają również możliwość stosowania wiedzy retorycznej w życiu prywatnym, w sytuacjach nieoficjalnych, co potwierdzają następujące egzemplifikacje: *retorykę stosują podczas rozmowy z rodzicami po oblanym egzaminie – mogą wtedy skierować rozmowę na bezpieczne tory; retoryka może nam pomóc w życiu prywatnym, w kontaktach ogólnoludzkich. Znajomość wiedzy z zakresu retoryki pozwala respondentom przygotować atrakcyjniejszą autoprezentację, ułatwia nawiązywanie kontaktów i utrzymywanie dobrych stosunków w grupie rówieśniczej, do której należą, a także pomaga zwalczyć treść (np. sytuacje, w których wykorzystuje się retorykę, są różne, np. w domu, we własnym środowisku, w pracy – „zrobienie wrażenia” na przełożonych; wiedzę tę można wykorzystać w życiu codziennym podczas rozmów ze znajomymi czy rodziną – łatwiej przekonamy ich do własnych poglądów, przedstawimy swój punkt widzenia; retorykę wykorzystać można podczas rozmowy kwalifikacyjnej – pozwala nam lepiej się zaprezentować, zwiększa nasze szanse zdobycia danego stanowiska).*

Natomiast znajomość podręczników retoryki wśród studentów jest raczej znikoma. Właściwie tylko studenci specjalizacji dziennikarskiej podają po kilka tytułów podręczników retoryki<sup>11</sup>, w pozostałych przypadkach nie udziela się odpowiedzi na to pytanie, mimo że literatura proponowana przez prowadzącego zajęcia jest bardzo bogata i rozległa<sup>12</sup>. Tendencja ta jest potwierdzeniem ogólniejszej prawidłowości, mianowicie studenci, którzy w czasie kształcenia nie mieli zajęć w ramach przedmiotu *retoryka/retoryka dziennikarska* lub ich kontakt z retoryką był przypadkowy lub niewielki, nie mają pogłębionej wiedzy retorycznej. W ich świadomości funkcjonuje raczej potoczne, intuicyjne rozumienie retoryki, brakuje jednak mocnej podbudowy teoretycznej i rzetelnej wiedzy książkowej, co uwidacznia się choćby w posługiwaniu się terminami specjalistycznymi.

<sup>11</sup> Studenci na pierwszym miejscu wymieniają podręcznik M. Korolki (*Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*), uwzględniają również książki: J. Ziomka (*Retoryka opisowa*), W. Pisarka (*Nowa retoryka dziennikarska*), H. Lemmermanna (*Szkola retoryki*).

<sup>12</sup> Prowadzący uwzględniają w literaturze przedmiotu wiele propozycji tytułów (np. H. Cichockiej, J.Z. Lichańskiego, *Zarys historii retoryki*; R. Volkmana, *Wprowadzenie do retoryki*; A. Schopenhauera, *Erytyka, czyli sztuka prowadzenia sporów*; K. Szymanka, *Sztuka argumentacji*; A. Sznajdera, *Sztuka promocji*; P. Lewińskiego, *Retoryka reklamy*; J. Detz, *Nie co mówić, ale jak mówić!*; R.B. Cialdiniego, *Wwieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*; M. Karwat, *Sztuka manipulacji politycznej*; H. Lemmermanna, *Szkola debaty*), wieloaspektowo ujmujących retorykę, pogłębiających i poszerzających wiedzę z zakresu retoryki.

Ogólnie biorąc, materiał ankietowy – przy wszystkich zasygnalizowanych na początku ograniczeniach – pozwala na stwierdzenie, iż świadomość retoryczna studentów jest na bardzo różnym poziomie – od znikomej wiedzy w tym zakresie po wiedzę dość usystematyzowaną i ugruntowaną. Bez wątpienia czynnikiem determinującym poziom świadomości retorycznej studentów jest rodzaj specjalizacji, znacznie mniejszy wpływ ma tu typ ukończonej szkoły i ewentualna wiedza wyniesiona z lekcji języka polskiego czy łaciny. Istotnym czynnikiem wpływającym na świadomość retoryczną są również media. Należy jednak pamiętać, że media kreują zarówno niekompletny obraz mówcy, jak i obraz „retoryki” jako pewnej umiejętności skutecznych działań komunikacyjnych. Studenci specjalności, które nie realizują przedmiotu *retoryka/retoryka dziennikarska*, odznaczają się niemal wyłącznie tzw. wiedzą zastyszaną, potoczną, opartą na własnych doświadczeniach i obserwacjach. Materiał dowodzi, iż znacznej części respondentów raczej obce jest rozumienie retoryki oparte na klasycznych badaniach i tradycyjnych poglądach. Wreszcie, materiał ten świadczy o istnieniu w świadomości studentów przekonania o nieograniczonych wręcz możliwościach zastosowania wiedzy i umiejętności z zakresu retoryki.