

CAPITOLUL V

Retorica. Artă de a convinge

*„Discipolul : În ce măsură oamenii
care conving sunt superiori
celor care doar informează ?
Aristotel : În măsura în care cei vii
sunt superiori celor morți.”
(Dionysos din Halicarnas)*

Artă de a convinge pare a fi eternă, dar lucrurile nu stau tocmai așa.

Cu 2 500 de ani în urmă, prin secolul al V-lea î.Hr., în Grecia antică, cetățenii liberi răsturnau regimurile tiranice și băteau în cuie primele reguli majore ale democrației. Mai întâi în Siracuză, apoi în Atena, legile acelor vremuri au hotărât ca fiecare cetățean să-și fie propriul său avocat și unic purtător de cuvânt.

Astfel, ca să zicem așa, cetățeanul se putea exprima public numai în nume propriu și pentru o cauză personală. Atenianul trebuia să pledeze el însuși, singur-singurel, în procesele publice desfășurate în vestita piață Agora, indiferent dacă era acuzat sau acuzator. Pledoariile erau susținute în fața a zeci sau sute de jurați.

▣ Puterea din vârful limbii

...Și, pentru că nimeni nu putea angaja un avocat, purtător de cuvânt sau director de imagine, cetățeanul se reprezenta pe sine însuși, în limita abilităților personale de expresie și comunicare.

Cetățenii care stăpâneau artă convingerii, persuasiunea, seducția și manipularea câștigau procesele și se aveau ușor în comunitate. Își apărau mai bine interesele. Puteau deveni și chiar deveneau lideri politici, militari sau religioși, dobândind noi

privilegii. Celebrul Demostene, omul politic atenian care și-a antrenat vorbirea și persuasiunea întrecându-se cu vuietul mării, stă dovadă peste milenii.

Atunci, ca și astăzi, oamenii posedau abilități personale de comunicare extrem de inegale, dar diferențele dintre ei nu erau distorsionate de intervenția profesională a unor purtători de cuvânt sau avocați șmecheri și bine plătiți. Din acest punct de vedere, democrația ateniană pare să fi avut o notă de superioritate în comparație cu cele contemporane.

Ei bine, în acele vremuri apuse, viața practică și socială de zi cu zi avea nevoie de un progres și de o instrucție serioasă în sfera comunicării publice. Pe piață, ca să zicem așa, apăruse o mare cerere de știință a discursului persuasiv și de artă de a convinge. Ca de atâtea alte ori în istorie, când cererea se manifestă viguros, oferta vine repede la întâlnire.

Și, uite așa, a venit pe lume *retorica* (*rhetorike* la greci, *ars dicendi* sau *ars rhetor* la romani).

Prima accepțiune a cuvântului *retorică* a fost aceea de „artă de a convinge”. Apoi, constatându-se că nu-i vorba de magie sau de vreun dar ocult, picat din cer, termenul a dobândit și accepțiunea de „știință a discursului” persuasiv.

Grație retoricii, într-o bună zi, discursul domniei tale va seduce și va convinge într-o manieră incredibilă astăzi. Alături de logica lui Aristotel și geometria lui Euclid, retorica rămâne una dintre cele mai utile și frumoase moșteniri lăsate lumii noastre de către antici.

Dar... dacă retorica poate convinge, nu cumva este ea un *meșteșug de a amăgi*? Întrebarea apare adesea pentru a insinua o justificată teamă de posibila întrebuintare cu rea-credință a retoricii, în scopuri înșelăciune.

Răspunsul la întrebare este afirmativ. Da, retorica poate fi o artă primejdioasă, a falsificării și manipulării abuzive a unui auditoriu adesea inocent. Acest înțeles al termenului nu exista explicit în Antichitate. Istoria a probat însă că retorica nu poate fi nici morală și nici imorală. Ea este doar tehnică, un instrument, care funcționează sau nu. Moralitatea e responsabilitatea celor care o folosesc.

În predicile sale, Iisus Hristos a fost un orator desăvârșit. Din păcate, la fel a fost și Adolf Hitler, de vreme ce isteriza masele cu teribila-i retorică malefică. Robespierre vorbea ceasuri în șir, iar carisma și timbrul tulburător al vocii sale făceau femeile să leșine în tipul discursului.

Evocând retorica antică și din toate timpurile, Tzvetan Todorov o botează „puterea care stă în vârful limbii”. Alte opinii autorizate o consideră drept „cea mai înaltă expresie a culturii grecești” (Marron, 1956). Iar Olivier Reboul (1991, p. 80) afirmă că secolul XXI va fi marcat de „*retorica rediviva*, cheia de boltă a culturii noastre...”.

După opinia lui Dale Carnegie, celebrul magician american al discursului pragmatic modern, fiecare dintre noi este judecat, „evaluat și clasificat” de ceilalți în funcție de patru dimensiuni :

- ce facem, adică faptele noastre ;
- cum arătăm, adică prezența și personalitatea noastră ;
- ce spunem și
- cum spunem.

Pe bună dreptate, judecata după fapte este primordială. Dincolo de fapte însă, următoarele trei dimensiuni care ne pot propulsa în viața personală, în carieră și în plasa unor relații interpersonale fericite privesc modul nostru de a fi și a comunica ceea ce suntem, discursul de fiecare zi.

▣ Recurs la antici

Primele elemente de teorie a comunicării au fost elaborate de Corax din Siracuza. El a scris *Arta retoricii* pentru a oferi concetățenilor tehnici de comunicare și reguli de construcție a discursului. Acestea s-au dovedit utile în procesele de recuperare a averilor și, treptat, interesul pentru retorică a devenit dominant în epocă, alături de arta și știința războiului.

Tisias, student al lui Corax, a răspândit retorica în Atena, teren fertil unde aceasta a cunoscut o dezvoltare înfloritoare. Au

apărut repede specialiștii în retorică, cunoscuți sub numele de „sofiști”, care excelau în tertipuri argumentative întortocheate, adesea ilogice, în disprețul adevărului și justiției.

Sofismul este un fals silogism, construit cu intenția de a induce în eroare. De la sofiști, moștenim cuvântul *sofisticat*. Primul sofist renumit a fost Protagoras (*Arta de a discuta*, secolul al V-lea î.Hr.).

Importanța discursului politic în vechea democrație greacă a făcut să apară meseria de *logograf*, specialist în redactarea cuvântărilor pe care împetricinații le declamau în fața judecătorilor. Acest atribut i-a fost acordat cel dintâi lui Antiphon, primul orator judiciar al Greciei. În concepția sa, pledoaria se articula pe șase niveluri: *introducerea, expunerea de motive, prezentarea faptelor, argumentația, probele și concluziile*. Referatele și studiile științifice, memoriile, lucrările de licență sau cuvântările cu caracter ceremonial păstrează și astăzi aceeași construcție.

Un secol mai târziu, Platon (427-347 î.Hr.) a introdus retorica în viața academică grecească, așezând-o alături de filosofie și numind-o „arta care produce convingeri”. Ea nu urmărea cunoașterea a ceea ce este obiectiv, rațional și moral, ci a slăbiciunilor omenești ce pot fi exploatate în interesul scopurilor urmărite. Misiunea retoricii nu e atât transmiterea cu acuratețe și obiectivitate a informațiilor, cât seducția și persuasiunea. Pentru Platon, retorica însemna un început de știință a comunicării umane, în sens larg. La temelie ei, acesta așeza un proces al comunicării umane în cinci etape: *conceptualizarea, simbolizarea, clasificarea, organizarea și realizarea*. Prima etapă privește studiul cunoașterii, a doua studiul cuvintelor, a treia studiul comportamentului, a patra aplicarea primelor trei în practică, iar ultima studiul tehnicilor de influențare a oamenilor.

Demostene este omul politic și oratorul care marchează epoca de înflorire a elocinței. El s-a antrenat declamând cu pietre în gură, întrecându-se cu vuietul mării. Tehnica sa este încă uzuală în antrenamentul dicției, și nu doar în școlile dramatice. La jumătatea secolului al IV-lea î.Hr., Demostene combătea politica lui Filip al II-lea, lansând celebrele *Filipice*. Astăzi, termenul *filipică* păstrează sensul de discurs acuzator violent la adresa unei persoane.

Aristotel (384-322 î.Hr.), studentul lui Platon, scrie celebra *Rethorike*, deschizând orizonturi largi studiului comunicării umane. El oferă și primul tratat de logică (*Organon*), întemeind silogismul și argumentația logică. Aristotel era, probabil, exasperat de faptul că în viața de toate zilele oamenii influențează folosind sofisme și manipularea sentimentelor, și nu rațiunea.

O dată cu Aristotel, retorica devine o tehnică de compoziție a discursului, fixată deja în tipare clare. În *Etica nicomahică*, el clarifică nivelurile personalității, la care oamenii conving și sunt convinși : *pathos*, *logos* și *ethos* :

- *pathosul* privește partea „caldă” a ființei, inteligența emoțională, preponderent nonverbală, afectivă și instinctuală ; la acest nivel, discursul convinge prin manipularea emoțiilor și sentimentelor ;
- *logosul* privește componenta „rece”, rațională, cerebrală, preponderent verbală ; la acest nivel, discursul convinge prin recursul la idei, rațiune, logică, cauzalitate ;
- *ethosul* privește obiceiurile, credințele, cultura, valorile morale și caracterul ; la acest nivel, discursul convinge prin apelul la valori morale, la credințe, tradiții, obiceiuri.

Grecilor le-au urmat filosofii și retorii romani. Ei au lămurit distincția dintre teorie și practică : teoria este *retorica*, practica este *oratoria*. La romani, oratorul se numea *retor*.

Marcus Tullius Cicero (106-43 î.Hr.) rămâne unul dintre cei mai mari teoreticieni ai retoricii din toate timpurile. Marile lui opere, *De Inventione*, *De Oratore* și *Topica*, ca și discursurile sale, *Catilinare*, *Filipice*, au fost studiate în școlile timpului și, secole de-a rândul, în scolastica medievală și în vremea Renașterii.

Lucius Annaeus Seneca (55-39 d.Hr.), supranumit „Retorul”, este autorul unor superbe exerciții retorice : *Declamații pe teme juridice* și *Declamații deliberative*. El a creat la Roma cea mai importantă școală de retorică a Antichității.

În sfârșit, deși lista ar putea fi lungă, încheiem cu Marcus Fabius Quintilian, autorul monumentalului tratat despre arta retoricii, *De institutione oratoria*, în 12 cărți.

■ Canoanele retoricii clasice

Canoanele vechii retorici fixează etapele construcției discursului, regulile înnoibilării acestuia și acțiunea de a-l rosti în fața auditoriului.

Desăvârșirea operei oratorice oferă o foaie de parcurs pe un itinerariu jalonat de următoarele cinci etape ale retoricii : invenția, dispoziția, elocuțiunea, memoria și *actio* sau *pronuntatio* :

- *invenția* (lat. *inventio*, „a găsi”, „a afla”) este etapa documentării, investigației și cercetării, adică a procurării mijloacelor de persuasiune pe tema discursului expus în fața auditoriului ; finalitatea ei reprezintă o colecție de fapte, idei, informații, probe, martori, locuri, tehnici de persuasiune și de amplificare ;
- *dispoziția* (lat. *dispositio*, „plasare”, „ordine și structură”) este etapa ce oferă structura și compoziția discursului, stabilește părțile discursului, înlănțuirea lor, durata și ordinea în care vor fi expuse ; rezultatul dispoziției îl constituie planul de discurs adecvat temei și audienței ;
- *elocuțiunea* (lat. *elocutio*, „elocință”, „elocvență”) este etapa în care are loc redactarea în detaliu a discursului ; ea privește stilistica, arta de a exprima ideile și de a descrie faptele limpede, dar și frumos, nobil, seducător, tulburător ; *figurile retorice și de stil* sunt folosite pentru a emoționa și a face plăcere ;
- *memoria* oratorică este etapa preocupată de maniera și mijloacele prin care oratorul se asigură că va ține minte discursul ; e mai mult decât o chestiune de *mnemotehnică*, pentru că îmbină nevoia de a memora cu nevoia de a improviza ; memoria nu-i doar problema oratorului, ci și a *audienței*, a modului în care aceasta va reține discursul ; dincolo de notițe sau alte forme de stocare a datelor, memoria audienței poate fi sprijinită prin tehnici vizuale și sonore de expunere, dar și prin figuri retorice : repetiția, descrierea, enumerația, metafora, hiperbola etc. ; de la caz la caz, oratorul poate recurge la

lectura riguroasă a textului, la filarea unor note de sprijin (fișuici) sau la prezentarea liberă, din memorie ;

- *actio* sau *pronuntiatio* este etapa care privește acțiunea rostirii discursului, atât din perspectiva expunerii verbale și para-verbale (cuvinte, expresii, voce, ton, ritm, prozodie, eufonie), cât și din perspectiva limbajului trupului : îmbrăcăminte, postură, gestică de sprijin, mimică, priviri și contact vizual ; la acest ultim nivel, oratorul trebuie să fie și un bun actor.

▣ Arta dispoziției și compoziția discursului

În retorică, *dispoziția* este responsabilă de compoziția discursului și de ordonarea părților sale într-o anumită succesiune. Dispoziția este arta de a distribui mijloacele de persuasiune în discurs în așa fel încât să servească în cel mai înalt grad scopul urmărit. Dispoziția respectă rigorile observabile ale logicii, dar face și un joc subtil, aproape ascuns, al sugestiei psihologice.

Anticii au exersat timp de un mileniu compoziția discursului și au ajuns la alcătuituirea clasică a următoarelor părți, secvențe și momente ale discursului, înălțuite în ordinea menționării lor :

- exordiul (*exordium*) ;
- propunerea (*propositio*) ;
- diviziunea (*divisio*) ;
- narațiunea (*narratio*) ;
- confirmarea (*confirmatio*) ;
- respingerea (*refutatio*) ;
- perorația (*peroratio*) și
- digresiunea (*digressio*).

Primele trei secvențe – exordiul, propunerea și diviziunea –, considerate împreună, constituie părțile introductive ale discursului.

■ *Exordiul*

Adesea, chiar înainte de începutul discursului, publicul încă „neîncălzit” seamănă cu o piscină cu apă rece într-o zi ploioasă. Răceala lui, fie și aparentă, îi provoacă oratorului o stare de încordare și o reținere firească în exprimarea emoțiilor și sentimentelor sale autentice. Or, tocmai un puseu de emoție poate fi cheia dezamorsării. Emoția arucă punți și unește oratorul cu auditoriul.

Exordiul, prima secvență a unui discurs, are menirea de a „încălzi” publicul și a-l pregăti psihologic, stabilind legături sufletești, captând atenția, uimind, flatând, câștigând bunăvoința și stârnind interesul ce urmează a fi acordat discursului propriu-zis. În latină, *exordium* înseamnă „început”, „deschidere”, „uvertură”, „preludiu” sau „prolog”, dar și „stil” și încă ceva, în afara ordinii discursului.

În inima și mintea auditoriului, discursul se strecoară pe furiș, ca adierea vântului în lanul de secară sau, după caz, brutal, viguros și cu de-a sila, ca hipopotamul în vitrina cu cristaluri. Într-o filipică împotriva lui Catilina, de pildă, Cicero invocă exordiul vehement: „Până când, Catilina, vei călca în picioare răbdarea noastră? Până când vom fi noi batjocura turbării tale?”.

Exordiul trebuie să fie „ceva ce place auditoriului, ceva ce este dispus să asculte cu bunăvoință și dispus să creadă, fără a opune rezistență” (Manolescu, 1998).

Bunăvoința se obține adesea prin modestia și puritatea caracterului, perceptibile în atitudinea, postura, mimica și gestica oratorului. Desigur, modestia teatrală sau cea degenerată în timiditate excesivă, stânjeneală și stângăcie nu prea ajută.

Atenția se captează invocând credibil un interes real pentru public. Un zâmbet larg, un fel anume de a privi publicul sau, mai rar, o grimasă, o încruntare amenințătoare, însoțind gestul de salut fac parte din exordiu. Tusea și dresul vocii fac și ele parte din exordiu. Formula de adresare („Domnule președinte”, „Onorată comisie”, „Distinsă asistență”, „Doamnelor și domnilor...”) și propria prezentare a oratorului („Mă numesc și reprezint...”), de

asemenea. Mulțumirile adresate în schimbul bunăvoinței pot avea și ele un loc în exordiu. O frază de apreciere și măgulire a publicului este mai întotdeauna binevenită: „Sunt onorat de un așa distins și elegant auditoriu...”.

Exordiul trebuie să fie ceva rostit cu avânt, fără prețiozități, fără cuvinte greu de pronunțat și teorii savante. Poate fi un vers, un citat relevant, o veste bună, o întâmplare simplă sau o întrebare relaxantă. Nu e neapărat nevoie să fie o glumă sau o întâmplare nemaipomenită.

Un exemplu de exordiu carismatic a fost intrarea în discursul rostit la București, în 23 noiembrie 2002, de președintele SUA, George W. Bush :

„Salut ! [cuvânt rostit în limba română]

Vă mulțumesc tuturor pentru primirea voastră calduroasă, vă mulțumesc că ați venit aici pe ploaie. Vă mulțumesc, domnule președinte ! Laura și cu mine suntem onorați să ne aflăm aici. *Când am început să vorbesc, a apărut un curcubeu. Dumnezeu ne zâmbește astăzi !*”.



Colosala metaforă improvizată pe temeiul unui curcubeu despre care nu sunt dovezi clare că ar fi existat cu adevărat a creat o scurtă stare de transă în inconștientul colectiv al uriașului auditoriu de peste o sută de mii de oameni, prezent la ceremonie.

Atunci când oratorul are de spus lucruri neplăcute auditoriului, prudența oratorică cere un exordiu insinuant, de genul : „O veste bună și una rea”. Pentru a nu pierde din start audiența, oratorul deschide cu un subiect agreabil (vestea bună) și, treptat, creând legături, va trece pe neobservate la subiectul dureros (vestea rea).

De regulă, exordiul prefigurează în linii mari conținutul cuvântării, la nivel de simplu enunț. La ocazii rare, este loc și pentru un exordiu fastuos, înflorit, cu lux, strălucire și grandoare.

În limbajul contemporan al comunicării mediatice, ideea de exordiu este conținută în termeni precum *headline*, *replică de deschidere*, *slogan*, *titlu* sau *lead*.

■ Propunerea

Atunci când vorbitorul s-a încredințat de atenția, interesul și bunăvoința publicului, adică numai după ce exordiu și-a îndeplinit misiunea, el va putea rosti propunerea sau propoziția.

Propunerea este fraza sau secvența de discurs care formulează răspicat și precis scopul discursului, tema și subiectul acestuia. În spațiul ei, vorbitorul declară concis ceea ce intenționează să transmită, să dovedească, să lămurească sau să obțină de la audiență. Practic, propunerea conține esența a ceea ce va spune întregul discurs.

Propunerile pot fi simple și compuse. Propunerea simplă prezintă un singur scop omogen și indivizibil.

Exemple : „*Scopul meu este să vă conving de oportunitatea acestei vânzări sau investiții ; Scopul întâlnirii noastre este prezentarea performanțelor produsului ; Scopul intervenției este acela de a proba alibiul clientului meu ; Rolul meu este acela de a vă convinge să cumpărați produsul ; Scopul meu este să vă arăt de ce candidatul X merită votul dumneavoastră*” etc.



Propunerea compusă este alcătuită din mai multe părți sau obiective distincte, care cer fiecare să fie abordate și probate separat. Exemple : „În prezentarea mea voi demonstra performanțele acestui produs, voi explica sistemul nostru de vânzare și vă voi arăta cum să obțineți un credit avantajos” ; „Rostul meu, acum și aici, este acela de a vă prezenta candidatul nostru la Senat și de a proba avantajele pe care votul nostru le poate aduce comunității” etc.

■ Diviziunea

Diviziunea sau împărțirea este secvența discursului care anunță compoziția discursului, durata și ordinea expunerii părților sale. Secțiuni, capitole, paragrafe, idei sau cauze sunt expuse aici ca o tablă de materii a discursului, mai mult sau mai puțin selectivă.

De pildă, un absolvent care prezintă o disertație ar putea spune: „În prima parte, care cuprinde două capitole, voi aborda aspectele teoretice ale temei enunțate. În partea a doua, alcătuită din trei capitole, voi prezenta studii de caz și concluzii finale”.

În concluzie, diviziunea informează audiența asupra structurii și duratei discursului. Poate fi completă, acoperind întreaga întindere a cuvântării, fără a cădea în păcatul prea multor detalii și subdiviziuni, care plictisesc și creează confuzii. Este bine să fie gradată și să treacă în ordine evolutivă de la o parte la alta a discursului. De la caz la caz, ordinea argumentelor poate fi *evolutivă* (slabe – puternice), *involutivă* (puternice – slabe) și *homerică* (puternice – slabe – puternice). Ultima, așa-numita ordine homerică, seamănă cu ordinea de bătaie din războiul troian sau cu un joc de cărți, în care se deschide cu As și încheie tot cu As, forțând puterea de convingere atât la start, cât și pe linia de sosire.

■ *Narațiunea*

Cuvântul vine din latinescul *narratio*, care înseamnă „povestire, istorisire”. Narațiunea este secvența de discurs în care oratorul spune povestea, adică expune fapte și relatează întâmplări, în succesiunea temporală și graduală cea mai adecvată scopului său. Narațiunea *oratorică* este altfel decât cea *istorică*. Nu se rezumă la expunerea rece și corectă a faptelor „așa cu au fost”, fără să le denatureze în vreun fel anume. Povestea oratorică înfățișează cea mai avantajoasă fațetă a unui adevăr cu „o mie de fețe”. Ea stilizează, combină, manipulează și îmbracă faptele în culori frumoase sau urâte, după caz, pentru a le exploata în sensul atingerii scopului.

O narațiune bună va fi *clară, scurtă, verosimilă*. Scurtă nu-i atunci când folosește cuvinte puține, ci când le evită pe cele de prisos. Faptele care interesează cu adevărat sunt cele ce probează declarația din *propunere*.

Narațiunea se construiește în genul epic și cere talent de orator și povestitor. Creează tensiune și suspans, prin noduri și deznodăminte. Adesea, succesul vine din modul în care creează

tensiune și descoperire. Misiunea narațiunii este aceea de a arăta că se întâmplă ceva și nu există povestire în care să nu se întâmple nimic, fără dinamică și dramatism. A nara înseamnă a construi imagini, sunete și mișcare. Auditoriul trebuie să vadă, să audă și să simtă senzații, emoții.

În rețeta unei narațiuni reușite este nevoie de următoarele ingrediente :

- o succesiune temporală a evenimentelor, convergente spre un punct terminus ;
- prezența indispensabilă a cel puțin unui personaj individual sau colectiv ;
- articularea cel puțin a unei intrigi, cu noduri și deznodăminte în succesiunea evenimentelor.

Tradiția retorică cere ca narațiunea să se încheie cu o morală, o maximă sau o altă formă de evaluare finală.

■ *Confirmarea*

Confirmarea sau *adeverirea* este secvența de discurs care probează ceea ce a fost spus concis în propoziție și dezvoltat pe larg în narațiune. Aici, oratorul dezvăluie probe, temeuri, argumente, martori și mărturii, într-o manieră care străbate cu putere inimile audienței, făcându-le să vibreze și să se plece în fața punctelor sale de vedere. Oratorul va avea grijă să nu se risipească în demonstrarea lucrurilor evidente sau să insiste inutil asupra faptelor deja clare.

■ *Respingerea*

Respingerea sau *anerisirea* este operația retorică de anihilare, răsturnare sau demontare a argumentelor contrare și a obiecțiilor care ar putea fi aduse împotriva oratorului de adversarii săi. Ea are rolul de a preîntâmpina, combate, demonta și elimina tezele adverse, chiar înainte ca ele să fie exprimate ca atare. Iată un exemplu din prezentarea unei vânzări : „Scepticii ar putea obiecta

cu privire la prețul ridicat al acestui frigider de clasă A. Le voi dovedi că se înșală. Consumul său redus asigură o economie anuală de 150 kw și deci aduce beneficii nete începând cu a zecea lună de funcționare”.

Cuvintele necuviincioase și aroganța trebuie evitate în respingere, dar pilda, ironia ușoară și gluma constructivă pot stârni valuri de adeziune.

■ *Perorația*

Perorația, epilogul sau concluzia este operația retorică care încheie discursul și dă cel din urmă asalt pentru câștigarea auditoriului. Aici, oratorul recapitulează ideile principale și face un rezumat extrem al întregului discurs. Este important ca el să încheie rotund, ca în romanele lui Tolstoi sau Rebreanu, evocând în final idei și imagini sugerate în debutul discursului.

În mod elegant și subtil, auditoriul este readus în starea de spirit creată în exordiu și propunere. Acum, va fi îmbogățit și înnobilit de ceea ce s-a spus pe parcurs : „Iată, mi-am împlinit făgăduiala ; am demonstrat ceea ce era de demonstrat”.

Discursul încheiat rotund și armonios face firul să se lege de parcă timpul nici n-ar fi trecut, iar publicul nu are decât să regrete că discursul ia sfârșit. Ceea ce în *exordium*, *propositio* și *divisio* erau doar ipoteze, intenții, dorințe a fost demonstrat.

■ *Digresiunea*

Digresiunea este o povestire scurtă, vie, intensă, o pilulă sau o glumă lansată cu scopul de a relaxa, a înveseli, a îndigna sau a înduioșa auditoriul. Ea trebuie să fie concisă, bine plasată și, fie că destinde, fie că agită, trebuie să servească cauzei discursului.

Digresiunea nu are un loc anume în compoziția discursului. Practic, ea poate fi orice ieșire tactică din discurs, orice paranteză. Dacă este cazul, oratorul poate face mai multe digresiuni, în măsura în care sunt necesare și utile readucerii subtile a auditoriului în linia discursului. Adesea, rolul digresiunii este acela de a specula o împrejurare ivită în sală.

■ Planul discursului. Harta mentală

Planul sau scheletul discursului este un tablou al ideilor sale principale, structurate și ordonate după regulile retoricii. Un plan bun asigură *unitate* și *proporție* între părțile discursului, legându-le și dozându-le astfel încât fiecare o întărește pe cea dinainte și o pregătește pe cea care-i urmează.

Totodată, planul discursului are nevoie de *simplitate* și *claritate*. Subiectul, oricât de complicat ar fi, trebuie redus la un număr restrâns de idei. E bine când planul discursului este transpus într-o imagine de ansamblu care, printr-o singură privire, sugerează fiecare dintre părțile discursului, precum și raporturile dintre ele și scopul discursului.

Maniera comună de configurare a planului discursului propune o listă de titluri, numită „Cuprins”, „Sumar” sau „Tablă de materii”. Mai puțin convențional, dar foarte practic, planul discursului poate lua și forma unei *liste de idei-forță* sau a unei *liste de cuvinte-cheie*.

Cel mai recent și, se pare, inteligent mod de configurare a planului unui discurs de succes în vânzări este așa-numita „hartă mentală”, elaborată de Tony Buzan (vezi Buzan, Israel, 1998).

În acest caz, planul discursului ia la modul propriu forma unei hărți sau a unui arbore, ale cărui ramuri, rămurele, crengi și crenguțe reprezintă ideile și aspectele-cheie ale discursului. În acest mod, în spațiul unei singure pagini pot fi „prinse” sub forma unei imagini toate informațiile, ideile, instrumentele, obiectele și aspectele de care are nevoie expunerea discursului. O singură imagine valorează cât o mie de cuvinte.

Se începe prin a desena o imagine a scopului sau obiectului discursului chiar în centrul paginii. Dacă este vorba de o prezentare de vânzări, în centrul paginii va fi desenată imaginea produsului. Dacă e prezentată o persoană sau un edificiu, vor fi desenate imagini sugestive ale acestora. Nici o problemă dacă nu ne dă talentul afară din casă; important este ca imaginea să fie inteligibilă ca temă centrală pentru prezentator.

Apoi, aidoma crengilor ce se ramifică din trunchiul unui copac sau a râurilor care se varsă într-un lac, trasăm pe harta mentală mai multe linii îngroșate ce reprezintă ideile sau aspectele esențiale ale discursului. „Ramurile” sunt îngroșate și curbate în fel și chip pentru a reflecta dispoziția lor naturală față de tema centrală sau scopul discursului. Fiecare ramură poartă mențiunea unei idei sau a unui aspect esențial, condensat într-un singur cuvânt-cheie sau într-o singură imagine sugestivă.

În continuare, din ramurile care poartă ideile principale sunt trasate „crengi”, și apoi crenguțe tot mai mici și mai subțiri, pe măsură ce alte idei de sprijin ale celor principale ne vin în minte. Ele poartă cuvinte, imagini, culori, simboluri sau coduri sugestive pentru ideile de sprijin. În sfârșit, se trasează conexiunile dintre cuvinte și idei, sub forma unor linii curbe care le leagă între ele. Dacă harta mentală devine prea neclară sau aglomerată, va fi nevoie de simplificări ulterioare.

■ Stilul

Atât clasicii retoricii, cât și experții contemporani în comunicare persuasivă, manipulare, analiză tranzacțională și programare neuro-lingvistică invocă în mod constant trei mari obiective ale discursului :

- a încânta, *ut delectet*,
- a emoționa, *ut flectat* și
- a proba, *ut probet*.

Alteori, aceleași obiective ale retoricii sunt surprinse în triada :

- *docere* (a interesa),
- *delectare* (a seduce, a delecta) și
- *movere* (a convinge).

Atingerea scopului discursului presupune *seducția* auditoriului și *manipularea* emoțiilor sau sentimentelor sale, tot așa cum cere o *argumentație* solidă. Atenția acordată impactului acestor efecte asupra auditoriului, integral sau măcar parțial, este decisivă

pentru crearea convingerilor. Practic, indiferent de conținutul discursului, reușita sa nu poate fi obținută printr-o comunicare strict informativă, corectă, pertinentă și onestă, dar seacă și plată.

„Adevărul” ca atare nu e destul pentru a convinge. Din păcate, sunt mulți cei care înfundă pușcăriile cu „dreptatea în mână”. Elocința și persuasiunea obținute din stilizarea discursului au de jucat un rol cel puțin la fel de important ca și informarea corectă, precisă și onestă. Dacă oratorul este corect, onest și, totodată, convingător, cu atât mai bine.

În retorică, arta stilizării poartă numele de *elocuțiune*. Ea se ocupă de redactarea în detaliu a expresiei discursului. Alege cuvintele potrivite și le așază în expresii care conferă frumusețe, putere și farmec. Scopul ei este acela de a sensibiliza și aprinde inimile audienței. Cum „inima are rațiuni pe care rațiunea nu le cunoaște”, elocuțiunea are misiunea de a influența acea parte a ființei auditoriului ce nu poate fi câștigată prin raționamente reci și logică pură.

Dacă asemuim discursul cu tabloul unui pictor, atunci elocuțiunea poate fi asemuită coloritului său. Ea conferă culoarea și expresia artistică a discursului. Impresia artistică nu o fac atât ideile expuse în discurs, cât maniera și stilul în care ele sunt exprimate. Cuvântul *stil* vine de la latinescul *stylus*, care înseamnă „condei” și „compoziție”. Efectele de persuasiune și manipulare sunt obținute pe seama așa-numitelor *figuri retorice*.

Între multele principii și reguli ale elocuțiunii, selectăm doar câteva dintre cele mai simple și durabile.

■ *Latino dicere*

Această primă regulă a elocuțiunii trebuie scoasă din contextul original al limbii latine, în care s-a desăvârșit retorica. Astăzi, ea transmite ideea mai generală conform căreia oratorul trebuie să cunoască nu atât limba unei nații anume, cât limbajul auditoriului său, în modul cel mai specific și concret. Discursul va trebui rostit în limbajul cel mai agreat și mai familiar auditoriului, și nu în limbajul oratorului. Dincolo de lexic, gramatică și sintaxa

limbii, vorbitorul va folosi cuvintele cu înțelesul lor cel mai apropiat de preocupările și așteptările unui auditoriu specific.

Să luăm drept pildă următorul fragment de discurs : „*Mamuții* trec în față să ridice șina. În urma lor, noi facem *500 de metri de ciur și sabotăm pe abătută*”.

Nu-i nici o îndoială că e rostit în limba română, dar are un înțeles concret și specific numai în limbajul constructorilor de căi ferate. Este ceea ce se cheamă *jargon profesional*. Auditoriul familiarizat înțelege perfect sensul cuvintelor. Cei din afara grupului profesional respectiv au nevoie de o „traducere” : *mamuții* sunt mașini de ridicat, *500 m de ciur* înseamnă piatră trecută prin ciur pe lungimea de 500 de metri și *sabotaj* înseamnă operația de fixare a saboților pe șină. Pentru un astfel de auditoriu, indiferent de context, termenii își păstrează conotația specifică.

■ *Ornate*

În latină, sensul original al verbului *ornare* avea mai curând înțelesul de „a potrivi”, „a adecva” decât pe acela de „a împodobi”. În retorică, regula *ornate* nu cere oratorului atât să vorbească frumos și înflorit, cât să-și îmbrace ideile în haina cea mai potrivită cu simțirea și modul de a gândi ale *audienței*. Este datoria oratorului să adapteze discursul după auditoriu și e o greșeală să ceară auditoriului efortul de a se adapta discursului.

Regula *ornate* pretinde ca discursul să fie împodobit și înnobit cu *figuri retorice*. Ele au rolul de a crea impact emoțional în *pathos*, conduite de adeziune în *ethos* și efecte de șoc, activare și manipulare a gândirii în *logos*. Figurile retorice nu constituie un scop în sine și nici artă pentru artă, ci unele dintre cele mai rafinate instrumente ale artei persuasiunii. Aceasta în ciuda faptului că retorica cochetează cu literatura și arta poetică, pe teritoriul figurilor de stil (tropii) : metafora, comparația, hiperbola, litota, oximoronul, antiteza, personificarea, climaxul, interogația retorică, aliterația, repetiția, anacolutul și multe altele.

Regula *ornate* își apropie și ceva din înțelesul cuvântului *decorum* (lat. pentru *decor*). Astfel, își extinde preocupările și asupra adecvării expresiei nonverbale a oratorului (vocea,

înfățișarea, gestică) la cadrul spațial și temporal în care rostește discursul. Când încăperea este mare și auditoriul numeros, oratorul va vorbi tare sau va folosi amplificatoare sonore. În plus, va respecta un minim de constrângeri protocolare. În schimb, când încăperea este mică, ambianța intimă și auditoriul restrâns, vocea coboară, iar înfățișarea și gestică pot fi mai puțin formale. Un profesor, de pildă, realizează cu ușurință această diferență când compară un curs în amfiteatrul plin cu un seminar sau laborator într-o încăpere micuță. Regula *ornate* îi cere vorbitorului să fie atât regizor și scenograf, cât și actor. În plus, îi mai cere să lase frâu liber simțului comunicării.

■ *Apte*

Dincolo de potrivirea la context și la auditoriu, retorica îi mai cere oratorului să vorbească și în chipul cel mai potrivit cu scopul și conținutul discursului, cel mai adecvat cauzei pentru care pledează, naturii evenimentelor și statutului persoanelor sau produselor prezentate în discurs.

De pildă, dacă evenimentele și faptele prezentate în discurs sunt banale și ieftine, expunerea adecvată va fi mai curând una simplă, modestă. Inadecvarea ar sări în ochi dacă discursul ar fi sclivisit cu pompă și emfază. Dimpotrivă, atunci când cauza este sacră și evenimentul sublim, inadecvarea ar putea însemna o expunere prea infantilă, ca o joacă de copii. Prea mult circ în jurul unui eveniment sublim va arunca totul în derizoriu. Atunci când faptele sunt serioase, chiar grave, inadecvarea ar putea însemna o vorbire sobră, lipsită de sofisticării și înfloriturii stilistice. Potrivirea discursului cu o ceremonie sobră va putea consta în evitarea unui ton prea vesel și jucăuș. Arborarea unui zâmbet prea lung și prea larg ar putea fi percepută ca sfidare sau ostentație. În schimb, la o reuniune veselă, la o petrecere, va fi caraghios un ton prea sumbru și grav, ca și o mină prea scorțoasă.

Regula elocuțiunii numită *apte* este preocupată de toate aceste potriviri și adecvări care fac sarea și piperul unui bun discurs. Cel mai adesea, spune această regulă a retoricii, auditoriul va fi satisfăcut de un discurs simplu și limpede, expus cu modestie.

■ *Numerose*

O altă regulă a elocuțiunii, *numerosa*, privește ritmul, armonia și prozodia vocii care rostește discursul. Ea îi cere oratorului să vorbească curgător și ritmat. Rostirea retorică este modulată, nuanțată, declamativă. Cacofoniile, repetițiile de cuvinte și bâlbele trebuie evitate. Cuvintele insuficient cunoscute oratorului, în care acesta riscă să se împiedice, trebuie rărite sau evitate în discurs. Apoi, deși pauzele fac bine discursului, ele nu pot fi nici prea multe, nici prea lungi și nici prea asemănătoare unor sincope. Pauzele tactice, ca și cele pentru respirație, sunt obligatorii.

Declamația oratorică nu impune neapărat ca oratorul să-și cânte discursul (deși nu exclude acest lucru), dar îi cere expres să nu-l debiteze plat și tern, fără ritm și modulație. Pentru a învăța să-și moduleze vocea, mulți dintre marii oratori au luat lecții de canto.

Din ritmul vorbirii, din modulația vocii și, adesea, din rimă se obțin efecte de armonie și muzicalitatea care, toate la un loc, fac ceea ce se cheamă *prozodia* discursului.

■ *Elegantia*

În sfârșit, o ultimă calitate a stilizării discursului se referă la alegerea registrului de cuvinte potrivite ori nepotrivite, care merită introduse sau, dimpotrivă, merită evitate în discurs. Această regulă a elocuțiunii se numește *elegantia*. Conform acesteia, într-un discurs solemn, de pildă, vor trebui evitate cuvintele triviale, obscene. În schimb, într-o alocuțiune critică, ce înfăptuiește și condamnă un om sau o idee, vor trebui folosite cuvinte tari, aspre și moralizatoare. În pamflet și polemică, va fi loc pentru cuvinte grele, dure, tăioase. Totuși, regula spune că oratorului îi este permis să fie vehement, dar niciodată nervos și mânios.

Regula *elegantia* recomandă recursul la eufemisme, care înlocuiesc expresia crudă, jignitoare sau impudică a unei idei cu o altă expresie, mai elegantă, mai îndulcită, mai înmuiată și ușor de acceptat.

Exemple de eufemisme banale, dar frecvente ar putea fi: *aghezmuit* pentru *beat*; *venerabil* pentru *bătrân*; *fără maniere* pentru *bădăran*; *comod* în loc de *leneș*; *a face dragoste* pentru *sex* etc. Deseori, poate fi suficientă doar sugestia și aluzia.

Alteori, încălcând regula *elegantia*, este practicat apelul la *disfemism*, opusul eufemismului. Acesta sfidează modul elegant și politicos de a evita cuvântul dezagreabil, substituindu-l cu altul și mai dezagreabil. De pildă, pentru cuvinte legate de sex, disfemismele sunt de genul: „a i-o pune” sau „a i-o trage”. Disfemismul șochează și întărește efectul dezagreabil al cuvântului evitat.

▣ Ghidușii retorice de toată ziua

Astăzi, în era discursului concis și pragmatic, retorica antică apare ca o haină frumoasă, strălucitoare, lucrată desăvârșit, dar cam veche și prăfuită, cam roasă în coate și genunchi. Tot mai multe voci reclamă readucerea ei în salonul de cosmetică și reanimare. O mică operație estetică, puțin machiaj și câteva training-uri de acomodare și adaptare la spiritul și tehnologia zilei pot face miracole. Spectacolul reafirmării retoricii are loc din mers, sub ochii noștri, iar imaginea unui orator perorând în registrul antic nu va mai fi atât de anacronică pe cât pare astăzi. Persuasiunea și carisma marilor oratori aburește, fascinează, manipulează și hipnotizează, chiar dacă pietrele nu mai suspină la cuvântările lui Cicero, iar femeile nu mai leșină la cele ale lui Robespierre.

În această idee, dar într-un registru contemporan și ceva mai pragmatic, cu toată smerenia și respectul pentru vechii retori, îndemn cititorul la respectarea câtorva reguli banale și simple, dar atât de practice și utile pentru succesul discursului:

- **Încrederea**

Curaj! Dacă vrei, dacă te motivezi, poți să redactezi și să declami discursul convingător. Îți amintești cum îți vin cuvintele la gură atunci când ești călcat pe bătătură? Ei bine, vei

putea ține discursul dacă îți vei oferi motive temeinice. Spune „pot” și vei putea mai mult ! Trage aer în piept și ieși în față !

- **Voința**

Fii hotărât ! Când ești cu adevărat hotărât, mânat de o motivație îndârjită, treaba e pe jumătate făcută. Voința este funcția psihică care ne orientează conștient spre împlinirea scopurilor, prin efortul depus pentru depășirea piedicilor din calea lor. Și ea poate fi educată, ca orice altă trăsătură de caracter.

- **Auditoriul**

Este obligatoriu să cunoști publicul ! Cine este ? Ce vrea ? Vârstă ? Sex ? Educație ? Ocupație ? Venit ? Stil de viață ? Nevoi ? Aspirații ? Stare sufletească ? Câteva nume și date personale pot face miracole. Discursul trebuie construit și rostit în limba și pe gustul publicului.

- **Pregătirea**

Lasă discursul să se coacă ! E riscant să-l pregătești în ultimele 30 de minute, ca pe friptură.

- **Emoția**

Exprimă-ți emoțiile autentice ! Ele sunt normale când ții un discurs. Fii mai îngrijorat când nu le ai ; fără ele, rămâi de lemn. Emoțiile umanizează oratorul și apropie publicul. Oare nu ți-ar fi teamă de un chirurg fără emoții, înainte de operație ? Așa este și publicul ; se teme de vorbitorii fără emoții.

- **Odihna**

Mergi odihnit în fața auditoriului ! Energia oratorului dă viață discursului și fascinează publicul. Oboseala plictisește, vâlguește și adoarme. Pentru un discurs ținut seara, e necesară odihna peste zi.

- **Masa frugală.**

Să fii nici sătul, nici flămând ! Dacă mănânci zdravăn înainte de discurs, sângele fuge din creier în stomac, pentru a ajuta digestia. Devii moale, greoi și te cuprinde somnul. Dacă ești lihnit de foame, te rezemi de pereți și te ții de masă. Mănâncă precum un înger înainte de discurs !

- **Locația**
Alege și amenajează locul ! Senzația de confort oferită de sală și microclimat va fi asociată cu discursul tău. Ai grijă măcar să fie aerisită sala.
- **Țîmpul**
Alege bine ziua, ora, momentul ! Este mai bine la 10 : 00 a.m., decât la 16 : 00 p.m. Mai bine marți, miercuri sau joi, decât luni sau vineri. Luni dimineața se spune că nici iarba nu crește.
- **Publicul compact**
Coagulează publicul ! Pe cât posibil, nu lăsa auditoriul dispersat și răzlețit în sală. Când persoanele sunt atât de aproape încât se pot atinge, devin ușor de captat și manipulat. Fie că sunt zece, fie o sută, individualitatea fiecăruia se pierde în persoana colectivă. Împrăștierea creează rebeli.
- **Mișcarea**
Evită mișcarea în spatele sau în fața oratorului ! Orice mișcă, obiect, animal, persoană, fură ochiul și distrage atenția de la vorbitor. Mișcarea ispitește privirea. Ca vorbitor însă, este vital să te miști. Vorbitorii statici ca niște statui induc apatia publicului. Mișcarea oratorului dă viață prezentării și invită publicul să stea cu ochii deschiși. În plus, mișcarea reduce stresul.
- **Empatia**
Trebuie să simți ceea ce simte publicul ! Empatia este capacitatea de a detecta sentimentele auditorului. Dacă rămâi natural și dai frâu liber simțului comunicării, problema se rezolvă de la sine : pur și simplu, ajungi să simți bucuria sau durerea celor din fața ta.
- **Înfățișarea, îmbrăcămintea**
Identitatea vizuală a vorbitorului contează întotdeauna. Nici măcar Bill Gates sau Brad Pitt nu-și permit să se îmbrace oricum pentru un discurs. Apoi, când ești îmbrăcat adecvat evenimentului și publicului, propriul respect de sine sporește.

Nu-i vorba neapărat de ținuta de gală, ci de cea în care te simți dezinvolt, adecvat. Nepotrivirile sunt taxate de public. Adesea, pentru el, îmbrăcămintea este o primă reflectare a atitudinii și a felului în care gândește oratorul. Dacă ești mai vârstnic decât auditoriul, este recomandabil ceva mai tineresc, nu neapărat după ultima modă. Dacă ești mai tânăr decât publicul, este indicat ceva sobru, care sugerează ideea de seriozitate.

- ***Ideea de bază***

Ideea sau tema centrală a discursului trebuie să-ți fie mereu prezentă în minte. Înainte de a deschide gura, este obligatoriu să știi fondul a ceea ce ai de spus, fără să înveți forma pe de rost. Ideea de bază contează. Dorința de a expune prea multe idei deodată este o capcană în care cad și vorbitorii exersați.

- ***Efectul de întâi și ultim***

Preghătește cu grijă începutul și sfârșitul discursului ! Ceea ce spui la început și la sfârșit contează de trei ori mai mult decât ce spui la mijloc. Începutul face prima impresie și stabilește legătura sufletească cu publicul. Sfârșitul răsună încă în urechi după ce ai tăcut. Replicile de deschidere și închidere contează mai mult decât oricare alte secvențe din discurs.

- ***Zâmbeste !***

Proiectează-ți mesajele-cheie direct la țintă ! Între multe alte virtuți, zâmbetul are și capacitatea de a „proiecta” unele mesaje exact spre adresa sau ținta vizualizată de vorbitor. Zâmbetul este contagios. Zâmbeste până se ia ! Instinctiv, oamenii tind să nu acorde încredere celor care nu zâmbesc deloc și, uneori, nici celor care zâmbesc prea mult.

- ***Privește !***

Privirea înseamnă contact. A privi persoanele din public în timpul discursului este o manieră de a păstra contactul interpersonal. Concluzia : obține și păstrează contactul vizual cu persoanele care formează publicul ! Pe rând, poți privi direct în ochi aproape fiecare persoană în parte, chiar dacă sunt cu sutele. În direcționarea privirii, evită discriminările de genul :

dreapta da, stânga nu, aproape nu, departe da sau unele persoane da, altele nu. Împarte privirea tuturor persoanelor din public. Privirea plecată, ascunsă sau fugărită sugerează izolare, suspiciune, neîncredere.

- **Postura**

Ține-te drept ! Evită umerii căzuți, rotunjiți, abdomenul moale, coloana curbată și pașii târșâiți. Trupul drept cu ușoare aplecări înainte oferă cea mai bună postură de discurs. Trupul lăsat prea mult pe spate sugerează aroganță. Frumusețea posturii ține și de mișcare, nu doar de înțepeneala în poziții statice. Postura care lasă loc plămânilor să respire, nu comprimă coloana și nu îndoaie sau răsuțește gâtul este cea care ușurează tensiunea discursului.

- **Gestica**

Gesturile sunt personale, ca și periuța de dinți. Cele naturale și spontane sunt mai bune decât cele copiate. Unele gesturi aparent minore sunt riscante. Mișcările mici, nervoase, din cot, încheietură și degete irită și împung. La fel și bâțâielile din picior. Gesturile bune, cu adevărat scenice, sunt ample, circulare, maiestuoase și ușor hipnotice. Ele vin din umăr, cu palma deschisă în sus sau către public.

- **Ritmul și modulația**

Discursul bun are nevoie de ritm și ruperi de ritm, de contraste sonore, cu inflexiuni, suișuri, coborâșuri și pauze. Are nevoie de prozodia vocii. Atunci când ritmul și tonul sunt menținute constante, discursul iese plat, plicticos. E cumva nevoie de lecții de canto ?

- **Respirația ; pauzele tactice**

Cu mult tâlc, se spune că cele mai puternice sunete dintr-un discurs sunt... pauzele. Când ți-e greu, trage adânc aer în piept ! Ai mare grijă să nu rămâi fără aer în plămâni. Pauzele tactice se fac înainte și după ideile mari sau cuvintele-cheie.

- **Pasiunea ; energia ; participarea afectivă**

„Dacă cineva nu participă afectiv la ceea ce spune sau dacă nu este cu adevărat interesat de ceea ce spune, intonația va fi

lipsită de inflexiuni, plată”, spune Claudia Schafer, expert german în comunicarea nonverbală. Energia vorbitorului alimentează senzațiile și emoțiile transmise publicului, de la înviorare și prospețime până la entuziasm și revoltă. Energia vorbitorului trebuie controlată și dozată pentru a nu degenera în entuziasm și patetism debordant. Energia controlată e unul din secretele carismei.

- ***Exersează ! Exersează ! Exersează !***
Antrenează-te continuu ! Exercițiul este mama tuturor abilităților. Copilul nu se mai ține de masă după ce învață să meargă. Marii campioni, indiferent de domeniu, exersează câteva ceasuri zilnic.
- ***Fleacuri, dar știi ce mult contează ?***
Propoziții scurte ! Fără ghiorțait de mațe ! Nu scuipa audiotoriul ! Treci mai întâi pe la toaletă ! Verifică-ți prohabul sau slițul înainte de a ieși în față ! Ai nevoie de pampers ?

▣ Retorică de zile mari

Cred sincer că cei mai mulți dintre noi sunt actori latenți. Există în noi o tentație firească spre a ne da în spectacol, a impresiona, a fi văzuți, auziți, aplaudați, spre a atrage cumva atenția celorlalți. Dacă nu mă crezi, privește un copilăș de câțiva anișori care răstoarnă vaza cea scumpă, trage fața de masă plină ochi de pahare sau își arată buricul tuturor, atunci, tocmai atunci când nu este luat în seamă. E o mostră de exhibiționism nevinovat pe care îl au și adulții, dar îl ascund. Este unul din motivele serioase pentru care nu îi iau cu adevărat în seamă pe cei care spun că „cei cărora le place să vorbească în public sunt ori geniali, ori cam săriți de pe fix”.

- ***Învinge-ți teama de rușine !***

Ai observat, poate, că, atunci când sunt întrebați de ce evită să vorbească în public, mulți oameni spun : „Pur și simplu, mă tem să nu mă fac de râs”.

Este un răspuns sincer și cu mult bun-simț. Ei nu neagă dorința și potențiala plăcere de a vorbi în public, de a face impresie bună și a culege aplauze. Ei nici măcar nu se tem de eșecul discursului, ci de rușinea pe care le-ar provoca-o acest eșec. Cu adevărat, teama izvorăște din stângăcia persoanei, adesea datorată doar lipsei de exercițiu. Lipsa de exercițiu va menține stângăcia intactă, stângăcia va alimenta rușinea de a face cine știe ce idioțenie în fața publicului, iar rușinea va împiedica exercițiul și antrenamentul. Iată cercul vicios care explică o bună parte din teama de a vorbi în public. Cercul trebuie rupt undeva odată și odată. Cel mai bun lucru este ca ruptura să se îndrepte către exercițiu și antrenament. Căci altminteri, așa cum am văzut mai sus, dorința de a capta atenția, de a fi actor și de vorbi în public este latentă în noi.

- ***Implică-te emoțional !***

Practic, este imposibil să te implici emoțional când prezinți doar ideile, întâmplările sau munca altcuiva. Din păcate, adesea discursul tău poate avea doar această misiune. Atunci, oratorul își poate pierde entuziasmul și interesul. Publicul simte și, la rândul său, își pierde însuflețirea.

În asemenea momente, pentru a se însufleți el însuși mai întâi, oratorul poate recurge la ceva ce vine din experiența personală. Celebrul Zig Ziglar, autor de cărți de succes și mare orator motivațional, recurge frecvent la propria experiență. „M-am născut în L.A.”, spune cu voce de bariton. „La 45 de ani eram falit și înglodat în datorii.” Ori de câte ori are ocazia, transmite un mesaj simplu și optimist : „Nu renunța niciodată !”. Emoțiile pe care le răscolește în el însuși conectează publicul.

- ***Inventează o poveste !***

Cândva, am scris o tabletă pe o temă dată : iubirea și sexul. Aveam mare nevoie să pun în antiteză cele două noțiuni, fără să fac prea multă filosofie. Tableta urma să fie publicată într-un cotidian, în care publicul nu caută filosofii și teorii savante. Am scăpat cu fața curată, inventând o poveste verosimilă despre un fost coleg de liceu pe care nu-l întâlnisem nicicând pentru că, pur

și simplu, nu exista. Țesătura poveștii m-a ajutat să trezesc interesul și să brodez bruma de filosofie pe tema respectivă. A mers atât de bine la inima cititorilor, încât a trebuit să mai scriu și alte tablete pe aceeași temă. Iată povestea :

„Bărbatul ofilit prea din vreme care m-a salutat în parc arăta ca un pantof uzat. S-a așezat pe bancă lângă mine și a scos o sticlă din buzunar. A tras sprinten o dușcă și mi-a întins-o. Am clătinat din cap, mirat. «Păi... nu mă recunoști?», zice, la fel de mirat. L-am privit lung, în tăcere. «Cine să fie epava asta?» Au trebuit minute bune să-mi dau seama că fusesem colegi de liceu. Era cu un an înaintea mea, dar stătea în cămin, camera vecină. Ce băiat fercheș era el pe atunci! Ce mare crai! Îl invidiam din tot sufletul. Camerista de la căminul doi, secretara cea tânără și blonda de la cantină stăteau în limbă după el. A intrat la facultate, la electro, și nu l-am mai văzut. «Cum a ajuns, Doamne, de nu dai doi bani pe el!?»

Am tras și eu o dușcă. Din vorbă-n vorbă, i-am aflat povestea. «Toată viața mea de până mai ieri, am confundat sexul cu iubirea», s-a explicat scurt. Prima nevastă a rezistat cinci ani. Apoi, a plecat cu copil cu tot. N-a vrut să mai știe de el. Nici el de ea. A doua și-a luat câmpii după trei ani, cu alt copil. A fost și a treia, și a patra, fără copii. Duse au fost și ele, ca lungul șir de concubine ce le-au urmat. În paralel, defilau amante și ocazii de-o noapte. Se încurca în ele. Cădeau ca muștele în plasa de păianjen plin de hormoni și gol de iubire. «Știi ce înseamnă *conjugal* pe latinește?», mă întreabă. Tac și răspunde tot el: «*Înțușiți împreună*», Era percepția lui despre căsătorie și prietenie. «Am căutat plăcerea», a mai spus.

De câteva luni, de când slăbiseră brusc balamalele, nu mai avea pe nimeni. Încropise o afacere en-gros, dar o măritase și pe asta. Falit pe toate fronturile, nu mai avea nici chef de viață. De votcă doar și ceva filosofie. Minte zbârnâia încă, dar gol și rece, fără inimă, fără suflet. Moara bună care nu macină nimic, și totuși... «Acum știu că sexul e instinct pur. Ca foamea. Cu suport biologic, stimulat de glande, e greu de înăbușit și de ținut în frâu.» Ar fi și păcat.

Privindu-i alura de pantof uzat, mi-am dat seama că iubirea și prietenia pe care nu le trăise nu sunt instincte. Sunt atitudini psihologice, credințe ce angajează întreaga personalitate. Ele se cultivă. Se învață. Din nefericire, tocmai de aceea, pot fi înăbușite, ignorate.

De mic copil, într-un accident, fostul coleg își pierduse părinții pe care-i iubise cumva. Crescuse la casa de copii și, când a dat prima dată de sex, se afla undeva unde nu iubea și nu era iubit. Sexul și iubirea n-aveau nici în clin nici în mănecă una cu alta. Statura de atlet și chipul de zeu i-au oferit sex fără dragoste, fără prietenie. Apropo, îți amintești prima iubire? Dar prima experiență sexuală? Au fost diferite și-ai rămas confuz(ă) ori s-au combinat și ți-au dat aripi?

În parc, am aflat că sexul seamănă «leit» cu dragostea. Cade cu tronc, la prima vedere, în timp ce prietenia se înfiripă timid, în timp. Relațiile interumane sunt amăgite de iluzii, dar măștile cad, hormonii scad și rămâne pustiu. Iubirea și prietenia sunt rude bune. Sfântul sex le ajută enorm, dar nu se confundă cu ele. De-aș avea un prieten (o iubită), ar spune acum, prea târziu, omul din parc:

- l-aș asculta îndelung, fără să-l judec ca un tribunal, fără predici;
- i-aș dedica o parte din timpul meu (nu tot), din viața mea (nu toată);
- i-aș aminti mereu ceea ce-i bun în el, succesele și meritele sale;
- l-aș vindeca când e rănit;
- i-aș spune adevărul când ajută și l-aș ascunde când doare și distruge;
- aș evita abuzul din dragoste și prietenie;
- l-aș lăsa să-mi arate că-i pare rău când m-a supărat;
- aș căuta tonul și cuvintele potrivite cu starea sa sufletească;
- l-aș lăsa să cânte, să râdă și să plângă când simte nevoia și
- i-aș face daruri de Moș Nicolae, Crăciun și Anul Nou.

Sunt sigur că ai un prieten, un iubit, o iubită pentru care poți face ceva în clipa asta. Strigă, telefonează, scrie și spune-i ce simți! Să auzim de bine! ”.

După lectura tabletei, palidă mostră din feluritele maniere de a inventa povești care slujesc unui scop retoric, vei mai putea spune că este „o minciună”? În termeni logici, ar fi o afirmație corectă, chiar dacă n-ar folosi nimănui. „Minciuna” ca atare nu a fost scop în sine și n-a urmărit un folos cu rea-credință. A fost doar o unealtă stilistică în slujba unei idei.

- **Improvizează !**

Colegul meu Tudor Jijie, vasluian ca și mine, mi-a relatat o întâmplare pilduitoare pentru ideea de improvizație în discurs.

Protagonistul întâmplării fusese comicul Constantin Tănase, rudă îndepărtată a lui Tudor. Prin anii '30, la un spectacol în Vaslui, orașul său natal, comicul a găsit sala aproape goală. În satul lui, nu-i nimeni profet.

Stăpân pe arta improvizației, comicul și-a păstrat optimismul și a transformat dezavantajul în avantaj. Nonșalant, cu zâmbetul pe buze, cu mult umor, a spus : „Doamnelor și domnilor, orașul nostru este cel mai bogat din câte am văzut...”.

Apoi, a lăsat să se aștearnă o pauză lungă, după care a continuat : „Văd că fiecare dintre locuitorii prezenți aici a cumpărat câte trei, patru locuri”.

Perfectă improvizație pentru locul și timpul ei, nu-i așa ? Ulterior, comicul a declarat că improvizația a fost doar o aparentă spontaneitate. El își cunoștea replicile cu mult timp înainte. „Improvizațiile cele mai reușite sunt cele pe care le repet cel mai des”, spunea el. Ceea ce vreau să spun eu cu această întâmplare este faptul că, adesea, improvizația se bazează tot pe exercițiu și repetiție.

- **Creează tensiune și descoperire !**

În fața unei săli pline, urma să fie prezentată producătoarea filmului „Atracție fatală”. Prezentatorul, Walter Anderson, autorul celebrului *Curs practic de încredere*, și-a început discursul cu următoarea poveste :

„Când mașina în viteză a lovit-o pe frumoasa femeie ce traversa strada, corpul ei a fost aruncat la șase metri în aer, ca un sac de cartofi. Craniul i-a fost despicat. Doctorii au spus că va muri. Ea a învins acea profeție pesimistă, deși a trebuit să poarte ghips vreme de peste un an.

De-a lungul timpului, a devenit prima femeie director al unui studio de film important. Trei ani mai târziu, când și-a dat demisia de la Paramount, experții de la Hollywood – exact ca acei doctori – au spus că acesta era finalul carierei ei.

Apoi, a produs un film cu succes uriaș, «Atracție fatală», uluindu-i pe experți.

Când am întrebat-o pe această doamnă talentată și curajoasă de ce n-a renunțat niciodată, mi-a răspuns : «Toți avem eșecuri. Toți suntem loviți de viață, dar cei puternici revin mereu. Rămân în joc».

...Și ea a rămas. Doamnelor și domnilor, vă rog să mă ajutați să o întâmpin cum se cuvine pe... Sherry Lansing” (Anderson, 1999, p. 114).

Povestea sa a devenit interesantă și captivantă prin faptul că a creat mai întâi tensiune și curiozitate. Apoi, a oferit descoperirea sau deznodământul. Într-o prezentare, fie aceasta a unei persoane, a unei companii sau a unui produs, trebuie mai întâi creată povestea care acumulează treptat *tensiunea* și stârnește *curiozitatea*. Deznodământul sau *descoperirea*, care pot fi numele persoanei, al companiei sau al produsului, sunt lăsate la final, ca ultime cuvinte rostite în formula de întâmpinare.

■ Invitație la dezbateri

Am văzut deja că grecii antici au exersat dezbaterile publice ca o expresie a democrației. Pe la sfârșitul secolului al XIX-lea, competițiile de dezbateri publice (formale) au fost reintroduse în universitățile americane, mai întâi pe coasta de Est și, ulterior, în California.

Începând cu anul 1960, seriile de dezbateri publice televizate între John F. Kennedy și Richard Nixon au generat o adevărată explozie de cluburi de dezbateri în universități, colegii și școli de pe întreg cuprinsul Statelor Unite. Elevii și studenții au descoperit și recunoscut valoarea, frumusețea și utilitatea tehnicilor de dezbateri.

Pe plan internațional, există forme instituționalizate precum IDEA (International Debate Education Association), iar în România, începând din 1998, există ARDOR (Asociația Română de Dezbateri, Oratorie și Retorică).

În plan procedural, s-au dezvoltat numeroase formate sau stiluri moderne de dezbateri : dezbateri parlamentare, dezbateri tip Karl-Popper, Dezbateri Lincoln-Douglas, Impromptu etc.

Oricare ar fi formatul dezbaterilor, ele au în comun faptul că abordarea unei teme este făcută din două perspective diametral opuse. În aproape toate formatele de dezbateri se înfruntă două echipe, alcătuite din 1-3 membri. Una din echipe se numește *afirmatoare* și are rolul de a susține cauza, iar cealaltă se numește *negatoare* și are rolul de a nega cauza sau tema pusă în discuție. Ca excepție, în formatul de dezbateri parlamentare, echipa afirmatoare se numește *guvern*, iar cea negatoare se numește *opозиție*.

Exersarea cu public a dezbaterilor de tip pro-contra este cea mai bună cale spre dezvoltarea abilităților de comunicare persuasivă, de analiză a problemelor controversate, de depășire a prejudecăților și tabuurilor, ca și de demontare a opiniei majoritare. Temele dezbătute pot fi extrem de variate. Tema dezbătută este, de fapt, doar un pretext pentru exercițiul comunicării publice (necesar în politică, în avocatură, în vânzări, în educație, în negocieri etc.).

În principiu, tehnicile de dezbateri formale ameliorează și dezvoltă cel puțin abilitățile din următoarea listă: elocința și persuasiunea, exprimarea concisă, capacitatea de argumentare, gândirea critică, ascultarea activă, capacitatea de a răspunde prompt la întrebări, stilul de redactare și prezentare a discursului public, capacitatea de a lucra în echipă și toleranța față de opiniile adverse. Toate aceste abilități sunt de natură să confere capacitatea de a acționa și de a participa inteligent la viața socială și profesională.

Una dintre cele mai importante valori promovate în dezbaterile formale este *toleranța față de opiniile adverse*. Deprinderea de a întâmpina și demonta puncte de vedere contrare, împreună cu nevoia de a formula, argumenta și susține puncte de vedere proprii, conduce treptat la înțelegerea faptului că există întotdeauna argumente pro și argumente contra, indiferent de ideea, tema sau cauza dezbătută (evident, dacă nu e una tautologică). Nimeni nu deține monopolul adevărului.

Persuasiunea este una dintre cele mai importante abilități exersate și cultivate în competițiile de dezbateri. Vorbitorul învață și descoperă în el însuși căile și mijloacele care îi fac discursul

tot mai convingător. Apoi, vorbitorul deprinde arta structurării și validării unui raționament logic. În plus, deprinde arta conciziei (pentru că timpul expunerii este limitat).

În continuare sunt prezentate câteva informații sumare privind organizarea dezbaterilor în format parlamentar sau în format tip Karl-Popper.

▣ Dezbaterile parlamentare

Dezbaterile parlamentare (*parliamentary debates*) reprezintă un format de dezbateri extrem de flexibil, în care se înfruntă :

- două echipe a câte doi vorbitori, în varianta euro-americană,
- două echipe a câte trei vorbitori, în varianta australiană și
- patru echipe a câte doi vorbitori, în varianta britanică.

Echipa afirmatoare se numește *guvern*, iar echipa negatoare se numește *opozitie*.

Dezbaterile sunt conduse (și nu mediate) de un președinte care lansează și, după caz, blochează luările de cuvânt, cu limitarea și controlul strict al timpului de expunere. Alocarea de timp de expunere variază între 2 și 15 minute. Tema supusă dezbaterii este dezvoltată participanților cu exact 15 minute înaintea momentului dezbaterii. Fiecare membru din echipă susține cel puțin două discursuri de-a lungul unei dezbateri.

În timpul pledoariei unei echipe, cu acordul expres al vorbitorului (nu al președintelui), membrii echipei adverse pot formula întrebări și intervenții scurte.

În acest format de dezbateri, accentul este pus pe persuasiune, pe argumentație, pe gândirea critică spontană, pe capacitatea de a improviza argumente și de a folosi limbajul trupului și al vocii, cu un puternic impact în convingerea auditoriului.

În final, scorul se apreciază după numărul de voturi culese de la public. Pe durata dezbaterii, auditoriul își manifestă simpatia și aprecierile pozitive prin ușoare bătăi în pupitru, cu mâna stângă (de regulă, parlamentarul scrie cu mâna dreaptă). Dezaprobarea și antipatia față de vorbitor pot fi și ele manifestate, dar cel mult printr-un ușor sâsâit printre dinții strânși.

Acest format de dezbateri este într-un totu acceptabil pentru lucrul cu studenți, elevi (și parlamentari). Este practicat cu succes de ARDOR, în diferite școli și universități din România.

▣ Dezbaterile Karl-Popper

Formatul de dezbateri tip Karl-Popper este unul cu o structură mai restrictivă, dar opune tot două echipe, a câte trei vorbitori fiecare. Tema dezbaterii este comunicată competitorilor cu câteva zile, săptămâni sau chiar luni înainte desfășurării sale. Formatul de dezbateri tip KP pune un accent special pe faza de cercetare și documentare, de descoperire și de validare a informațiilor, probelor și argumentelor. Dezvoltarea argumentației pe baza unor probe materiale indubitabile și a unor informații sigure și precise este principala abilitate pe care o dezvoltă acest format. În întregul său, acest format, mult mai elaborat, este axat pe încercare și eroare, pe structura logică și pe sinteza expunerilor, precum și pe capacitatea de a identifica soluții noi sau de a nega (falsifica) soluții vechi.