



## RETORYCZNE, PERSWAZYJNE, ARGUMENTACYJNE HORYZONTY

Jakub Pstrąg

### JA RETORYCZNE

#### Streszczenie

Artykuł stawia tezę, według której zjawisko perswazji oparte jest na identyfikacji *ja* nadawcy i odbiorcy, które w procesie negocjowania intersubiektywnych znaczeń przystosowują nie tylko językowe obrazy świata, ale przede wszystkim wartości i postawy interlokutorów. Narzędziem umożliwiającym porozumienie jest retoryka, która ma charakter interdyscyplinarny. Postrzeganie interpersonalne to jeden z podstawowych impulsów dla działań retorycznych. Wykształcona w procesie interakcji *jażń społeczna* kontroluje zachowania i emocje, przez co jednostka buduje własne poczucie skuteczności, objawiające się pozytywną autoprezentacją.

**słowa kluczowe:** autoprezentacja, identyfikacja, ja, perswazja, postrzeganie interpersonalne, retoryka.

#### / rhetorical

#### Summary

The article advances the thesis that the phenomenon of persuasion is based on the speaker's and the recipient's identification of the *I*, which in the process of negotiation of intersubjective meanings adjust not only the linguistic view of the world, but above all the interlocutors' values and attitudes. Rhetoric, which is of interdisciplinary nature, is the tool that allows communication. Interpersonal perception is one of the basic stimuli to take rhetorical action. Social awareness, developed in the process of interaction, controls behaviour and emotions, enabling an individual to build a sense of effectiveness, which manifests itself in a positive self presentation.

**Keywords:** Self-presentation, identification, I, persuasion, interpersonal perception, rhetoric

Witold Gombrowicz w swoim *Dzienniku* pisał:

[...] dla mnie o wiele ważniejsze, artystycznie bardziej twórcze, psychologicznie bardziej przepaściste, filozoficznie bardziej niepokojące jest to, że człowiek jest

stwarzany także przez pojedynczego człowieka, przez inną osobę. [...]

Wieczysty aktor, ale aktor naturalny, ponieważ sztuczność jest mu wrodzona, ona stanowi cechę jego człowieczeństwa – być człowiekiem to znaczy być aktorem – być człowiekiem to znaczy udawać człowieka – być człowiekiem to „zachowywać się” jak człowiek (Gombrowicz 1986: 7 i n.)

Komunikacja społeczna, komunikowanie polityczne to właśnie proces *stwarzania drugiego człowieka*.

## Struktura *ja* i jaźń

Jones zdefiniował *ja* jako „świadomość osoby, pojawiającą się podczas interakcji z otoczeniem, wynikłą z prezentowanych przez nią wierzeń, wartości i postaw; elementy je łączące oraz wpływ jakie mają na zachowanie jednostki” (Jones 2004: 359)<sup>1</sup>. Według Jonesa struktura *ja* łączy w sobie również wszelkie wspomnienia wcześniejszych zachowań, które są dostępne jednostce w zintegrowanej formie i pozwalają na ich wykorzystanie podczas możliwych interakcji. Dzięki tym zdolnościom *ja* stajemy się w pełni świadomymi uczestnikami życia społecznego, a nasze zachowania wydają się konsekwentne na przestrzeni czasu.

Wzór osobowy *ja idealne* oraz akceptowane przez jednostkę wartości odgrywają nadrzędną rolę w strukturze osobowości. Wszystkie te elementy tworzą układ wzorcowy. Taki układ zintegrowany w odpowiedni sposób z *ja podstawowym* (czyli treściami, które uznawane są za najbardziej charakterystyczne i odróżniające od innych) tworzy tzw. układ aksjologiczny *ja*, który odpowiedzialny jest za sterowanie i przygotowywanie strategii odpowiedzialnych za funkcjonowanie jednostki na zewnątrz. Błędna ocena własnych potrzeb lub niespójny system aksjologiczny w połączeniu z brakiem rozpoznania wartości pożądaných przez środowisko doprowadzić może do problemów natury psychospołecznej. Osoba taka czuje się zazwyczaj wyobcowana i nieprzystosowana społecznie, a co za tym idzie, niezadowolona z własnego życia zawodowego i osobistego.

*Ja* odgrywa zatem rolę wiodącą w procesie interakcji, powoduje przekształcenie obserwatora w aktora, dzięki czemu jednostka koncentruje się nie na własnej osobie, ale na zadaniu, jakie przed nią stoi. W trakcie realizacji tych zadań (osobistych, zawodowych, społecznych) człowiek otrzymuje informacje

---

<sup>1</sup> Tłumaczenie własne

zwrotne na ich temat. Każda z informacji z kolei może mieć różne skutki, które wpływają na poziom samooceny jednostki.

Pojęcia *obserwatora* i *aktora* w tym przypadku odnoszą się do jednej osoby. Są to dwie postawy ludzkie, w różny sposób oceniające i opisujące rzeczywistość. *Aktor* zniekształca ocenę siebie i rzeczywistości w celu podtrzymania dobrej samooceny. Subiektywnie przetwarza informacje o świecie, zaś wydarzeniom obiektywnym nadaje indywidualne znaczenie. *Obserwator* natomiast ocenia sytuację i siebie w sposób rzeczowy i trafny, nawet w przypadku gdy ocena taka niekorzystnie wpłynąć może na samoocenę. Charakteryzuje się on postawą racjonalną, nie angażuje emocjonalnie, jego świat, w przeciwieństwie do świata *aktora*, jest raczej wielowartościowy.

Analizy wystąpień polityków pozwalają np. stwierdzić, że nazbyt często przyjmują oni postawę *aktora*. Nie potrafią obiektywnie spojrzeć na siebie ani na poglądy prezentowane przez własną partię i jej liderów. Za wszelką cenę starają się udowodnić swoją wyższość nad partnerem w debacie. Starając się o pozytywną ocenę prywatną i publiczną oraz realizując zadania, jakie postawiła przed nimi macierzysta partia, muszą dokonywać zmian własnego *ja*<sup>2</sup> tak, by uregulować wewnętrzne napięcia i zniwelować dysonans poznawczy. Teoria Duvala-Wicklunda z 1972 roku (za: Zaborowski 2002: 55) mówi, że podczas obserwacji własnej osoby jednostka wyraźnie dostrzega rozbieżności między własnymi standardami a aktualnym stanem, dzięki czemu może również zmieniać zachowanie w celu zredukowania tychże rozbieżności, tego typu odchylenia powodują bowiem obniżenie stanu emocjonalnego. W celu powrotu do stanu naturalnego dla danej osoby, dokonuje się przystosowawczej zmiany zachowania, racjonalizacji czynów czy nawet zmiany standardów. Aby przedstawić odbiorcy pożądaną przez siebie obraz własnej osoby, politycy przystosowują go do oczekiwań wyborców. Jest to możliwe dzięki umiejętności sterowania tożsamością, czyli takim strategiom porozumiewania się, które pozwalają na manipulację własnym obrazem. Sposób mówienia i zachowywania się odzwierciedla tożsamość, którą w danej chwili prezentują, większość bowiem zachowań, nie tylko mownych, ma za zadanie przekazać innym informację o sobie.

Poziom samooceny ma silny wpływ na oczekiwania, przeżycia emocjonalne, stosunek do innych, poczucie kontroli i wiele innych aspektów ludzkiego

<sup>2</sup> Zbyt dalekie jednak odchylenia od wewnętrznego obrazu własnej osoby mogą doprowadzić do częstego w naszym życiu politycznym opuszczenia szeregów partii. Powodem mogła być prawdopodobnie niezgoda na konieczność przekraczania kolejnych wewnętrznych granic (por. niepublikowana praca doktorska: Jakub Pstrąg, *Retoryczne środki autoprezentacji polityków polskich*, UJ 2009).

funkcjonowania, tak wewnętrznego, jak i zewnętrznego. I na odwrót, relacje jednostki ze środowiskiem zewnętrznym i sygnały przez to środowisko wysyłane wpływają na poziom samooceny. A zatem podstawą samooceny i samowiedzy staną się porównania z innymi, tzw. *porównania społeczne*. Porównania takie nie tylko wpływają na budowanie własnej tożsamości, ale służą również motywacji jednostki do działań. Według Festingera (1954) bowiem, punktem odniesienia stają się najczęściej osoby podobne oraz takie, które przewyższają nieco jednostkę pod względem umiejętności. Nie znaczy to jednak, że ludzie pragną się upodobnić do siebie. Jak wykazała Maria Jarymowicz (2003), elementem budującym tożsamość nie jest podobieństwo, ale właśnie odrębność i inność. Polska badaczka w artykule *O utajonych przejawach atrakcyjności i awersyjności podobieństwa JA – INNI* stwierdziła:

Tożsamość własna to poznawcze ujmowanie własnej osoby w terminach cech dla *ja* specyficznych, to jest najbardziej charakterystycznych i odróżniających *ja* od *nie-ja* (za: Zaborowski 2002: 237).

Za twórcę pojęcia *jaźń* uznawany jest William James, psycholog z Harvardu. W swoich badaniach wielokrotnie udowodnił, że ludzie mają zdolność do spojrzenia na siebie z zewnętrznej perspektywy, traktując siebie jako obiekt oraz zdolność wytwarzania odczuć i postaw skierowanych na samych siebie. W swoim fundamentalnym dziele *The Principles of Psychology* z 1875 roku definiował on *jaźń* jako „zdolność do oznaczania symbolicznego samych siebie” (za: Turner 2004: 398), dzięki czemu podmiot jest w stanie tworzyć odczucia i postawy w stosunku do własnej osoby, a także, co istotne, odtwarzać reakcje, jakie mogą być na niego skierowane. James nie ograniczył się jednak tylko i wyłącznie do pojęcia *jaźni* jako takiej, ale wyróżnił trzy jej aspekty.

Do pierwszego z nich zaliczył *jaźń materialną*. Są to wszystkie te obiekty fizyczne, które mogą być włączone w system tożsamości człowieka, które ludzie postrzegają jako „część ich istnienia”. Innym rodzajem jest *jaźń duchowa*, która obejmuje ogólną orientację poznawczą oraz szczególne umiejętności, które jednostka posiada. Jako najważniejszą jednak i najlepiej opisaną przez Jamesa uznać należy *jaźń społeczną*. Odnosi się ona bowiem do odczuć, jakie podmiot żywi w stosunku do samego siebie podczas kontaktu z innymi. Według harwardzkiego psychologa, człowiek posiada tak wiele obrazów samego siebie, w jak wielu interakcjach uczestniczy. Potwierdzeniem tego obrazu jest właśnie *jaźń społeczna*, dzięki której odczucia mają swe źródło w interakcji uczestniczącej. W swojej książce *Podstawy psychologii* pisał:

człowiek ma tak wiele postaci, jak wielu osobom jest znany, w zależności od tego, jaki obraz jego noszą w swoich umysłach. [...] możemy praktycznie powiedzieć, że ma tak wiele postaci, z jak wielu różnymi grupami ludzi musi się liczyć (za: Arkin, Shepperd 1990: 177)<sup>3</sup>.

*Jaźń społeczna* zatem tworzy się w efekcie procesu wyobrażenia sobie przez człowieka, w jaki sposób jest on oceniany przez innych i jak duże w związku z tym inni mają wobec niego oczekiwania. *Jaźń społeczna* nie jest jedna i ugruntowana raz na zawsze dla każdej jednostki, jako że posiadamy ich wiele, jak wiele jest różnych grup i środowisk, w których funkcjonujemy.

Podobnie zjawisko *jaźni* rozumiał amerykański socjolog Charles Horton Cooley (por. Morreale i in. 2007: 112), który traktował ją jako zjawisko dynamiczne, jako proces pozwalający podmiotowi postrzegać siebie jako tylko jeden z obiektów środowiska społecznego. Ponadto, co chyba ważniejsze, *jaźń* według Cooley'a jest wynikiem komunikacji z innymi. Dopiero kontakt z innymi ludźmi pozwala jednostce ocenić, w jaki sposób jest ona przez nich odbierana, a dzięki temu spojrzeć na siebie z ich punktu widzenia. Możliwe jest to poprzez analizę i interpretację gestów wysyłanych przez interlokutorów. Temu rodzajowi *jaźni* nadał Cooley nazwę *jaźni odzwierciedlonej*. Jednostka jak w lustrze odbija się w innych, odbiera sygnały świadczące o swoim zachowaniu, o sposobie oceny, konstruując na tej podstawie wizję samego siebie lub odczucia i postawy, jakie mogą być żywione w stosunku do niej. W skład *jaźni odzwierciedlonej* wchodzi: wyobrażenie siebie w oczach innej osoby, wyobrażenie oceny siebie przez inną osobę oraz wynikające z tego uczucie dumy lub wstydu. *Ja* jest *ja społecznym*, powstaje ono bowiem zawsze w interakcji z innymi i jedynie przez te związki może być określone. Takie zachowanie jednak doprowadzić może do sytuacji, w której jednostka o pragmatycznej koncepcji *ja*, dostosowując swoje reakcje do zmieniającego się otoczenia, przestaje być wiarygodna, a jej osobowość wykazuje cechy inkongruentne.

Kluczową zatem rolę w procesie tworzenia się *ja* odgrywają inni, którzy towarzyszą jednostce w życiu społecznym. *Znaczący inni* to wszyscy ci, których traktujemy jako ważnych w naszym życiu, to ci, którzy poprzez swoją postawę życie to kształtują, ci, których darzymy szacunkiem. Uogólnieni inni to, według Meada (1975), cała grupa społeczna lub społeczność, do której się należy. Ogólna klasa ludzi, którzy służą nam do porównania własnej osoby. Pod pojęciem *uogólnionych innych* rozumie się również społeczne zasady, regulujące poszczególne sytuacje i działania ludzi, jak również ogólnie podzielane prze-

<sup>3</sup> Tłumaczenie własne.

konania. Dzięki informacjom wspierającym jednostka uczy się doceniać siebie i reprezentowane przez siebie wartości, sygnały krytyczne zaś często wywołują uczucie odrzucenia. Obraz siebie kształtuje się zatem pod wpływem odzwierciedlonej oceny (por. Adler i in. 2006: 41).

Mead i inni przedstawiciele szkoły chicagowskiej, rozwijającej interakcjonizm symboliczny, uznali, iż *jaźń* powstaje z wielości ról, jakie zmuszony jest odgrywać każdy na co dzień. Z jednej strony uczestnictwo w strukturze społeczeństwa kształtuje postępowanie jednostki, z drugiej jednostka swoim zachowaniem wpływa na strukturę społeczną. Niektóre z wymienionych przez tę szkołę ról (jak np. *role psychosomatyczne*) są nieuświadomione i wynikają z potrzeb biologicznych. Inne (*role psychodramatyczne*) uruchamiane są w momencie stałych, znanych jednostce sytuacji, dzięki czemu zachowuje się ona w oczekiwany przez społeczeństwo sposób. Przyjęcie przez podmiot określonej roli czy pozycji, związane jest z wywołaniem u siebie oczekiwań z ową rolą związanych. Automatycznie przypisywane są również określone role interlokutorowi. Wszystkie te role są zazwyczaj improwizowane. Próbując zrealizować różnorodne plany i cele, określamy *tożsamość roli*. Ustanowienie tożsamości swej roli jest konieczne, służy uprawomocnieniu swoich zachowań i buduje własną tożsamość w oczach innych. Subiektywny wymiar interakcji przejawia się w dążeniu aktora do wykorzystania znanych wzorów zachowań i jak najlepszego wypełnienia przypisanej mu roli.

Interakcjoniści zwracają jednak uwagę, że nie opinia innych, ale pozytywny wizerunek w oczach samego siebie jest podstawowym elementem budowania tożsamości. Każdy występ oceniany jest przez pryzmat własnego, wyidealizowanego obrazu swej roli. Stąd od publiczności zewnętrznej oczekuje się jedynie potwierdzenia, poparcia dla własnej tożsamości. Zachowanie takie jest wynikiem działania struktury *ja idealnego*, które jest systemem pożądanых przez człowieka cech, zachowań i/lub stanów<sup>4</sup>. Jednostka zatem broni silnie tych wszystkich wartości, które wchodzi w skład jej samowiedzy i stanowią trzon jej osobowości. Im bardziej pewne są przekonania dotyczące własnej osoby, tym łatwiej jest jednostce odrzucić opinie płynące z zewnątrz, a będące w sprzeczności z własnymi przekonaniem.

<sup>4</sup> Wojciszke (1986: 50 i n.) w skład tej struktury zalicza trzy elementy:

- a. system wartości osobistych – który jest systemem stanów i cech jednostki najbardziej przez nią pożądanых, tych posiadanych i tych, które chciałaby posiadać;
- b. system norm osobistych – w skład którego wchodzi określone przez podmiot reguły i sposoby postępowania, ściśle związane z własnym zachowaniem;
- c. system programów zachowań – czyli konkretne cele i sposoby ich realizacji w określonych sytuacjach. System programów zachowań jest niezależny od systemów wartości i norm osobistych.

## Spostrzeganie interpersonalne

*Spostrzeganie interpersonalne* występuje w każdej sytuacji społecznej. Podstawową zaś funkcją konstruującą sytuację są intencje nadawcy i odbiorcy. Każda sytuacja oficjalna (np. rejestracja pojazdu w urzędzie miejskim) może stać się nieoficjalną (np. flirtem interesanta z urzędniczką). W każdej grze komunikacyjnej role mogą się dynamicznie zmieniać, usankcjonowany społecznie rytuał może zostać przełamany w celu utworzenia nowych reguł, narzucone procedury mogą ulec przekształceniu, przez co sytuacja komunikacyjna nabiera nowych cech, a co za tym idzie, wymaga również zredefiniowania.

Nasze sądy o innych wypływają z szeregu czynników. Każdy z nas posiada tzw. *konstrukty*, które nakładamy na obserwowane osoby, mówią one tak samo wiele o osobie obserwowanej, jak i obserwującej. Ktoś, patrząc na tańczącą bez szczególnego powodu w centrum miasta dziewczynę, może nazwać ją niespełna rozumu, ktoś inny zaś uznać, że jest zakochana. Ocena danej sytuacji zależy od naszego sposobu patrzenia na świat i naszego systemu wartości. Sposób, w jaki ktoś się ubiera, chodzi, mówi, pozwala obserwującemu, często zbyt pochopnie i niesprawiedliwie, postawić diagnozę, kim jest i czego można się po nim spodziewać. Wynika z tego, iż zachowania postrzeganych osób są dla nas zrozumiałe tylko w takim stopniu, w jakim możemy odnieść je do własnego doświadczenia.

Na tym etapie przechodzimy do kolejnego procesu, którym jest dostosowanie aspektu naszego *ja* do sytuacji oraz określenie relacji między postrzegającym i postrzeganym. Snyder określa to zjawisko *samokontrolą obserwacyjną* (Trenholm, Jenesen 2005: 209; por. Snyder 1987: 14; Arkin, Shepperd 1990: 175). Nie tylko bowiem oceniamy innych, ale również wysyłamy sygnał jak sami chcielibyśmy być spostrzegani. Podczas gdy osoba o niskim poziomie samokontroli zachowywać się będzie zgodnie z obrazem własnego, prawdziwego *ja*, osoby o wysokim poziomie będą w nowych sytuacjach poszukiwać ciągle prototypowego *ja*, które będzie pasować i zarazem kontrolować ich działania werbalne i niewerbalne. Ponieważ jednak wyniki dostosowania się do panującej sytuacji u osób o wysokim poziomie samokontroli, pomimo tego że spełniają zadania autoprezentacyjne, wysyłając pozytywny sygnał do obserwujących jednostkę, nie muszą być zgodne z osobistymi odczuciami, dlatego powodować mogą poczucie dyskomfortu i wewnętrznego rozdrażnienia. Jednostki o wyższym poczuciu własnej wartości są niezależne w sądach, ich postawy nie ulegają pochopnym zmianom i trudno jest nimi manipulować. Decydujący wpływ będzie tu zatem odgrywać struktura *ja*, która reguluje przeżyciami wewnętrznymi (por. Zaborowski 2002: 22). Od jej układu zależy, w jakim stopniu jednostka kontrolować będzie własne

zachowania i emocje, przez co budować będzie własne poczucie skuteczności, objawiające się pozytywną autoprezentacją.

## Ja perswazyjne

Kenneth Burke (1977) zauważa, że dla Arystotelesa retoryka była jednym z rodzajów wojny, walką na słowa, na co wskazywać ma zastosowana w całym tekście metaforyka militarna. Sam proces perswadowania zakłada istnienie przeciwnika – dlatego *Retoryka* staje się paradoksalnie podręcznikiem samoobrony. Tymczasem dla św. Augustyna retoryka ma charakter pokojowy. Przytaczana przez Ojca Kościoła definicja retoryki przesuwają akcent z nadawcy na odbiorcę. Odbiorca przestaje być wrogiem, którego należy pokonać, a staje się zwolennikiem, którego należy pozyskać. Dialog staje się poszukiwaniem prawdy. Prawdy, do której dociera się dzięki współzawodniczeniu, które z kolei prowadzi do współpracy. Takie rozumienie retoryki stało się również podstawą dla Burke'a, na niej również oparł główne pojęcie – *identyfikacji*.

*Identyfikacja* z partnerem dialogu jest zjawiskiem, które można interpretować w kategoriach *równowagi interpersonalnej* (por. Zaborowski 2002: 280). *Identyfikacja* w tym ujęciu jest traktowana jako zjawisko charakteryzujące się pozytywnymi emocjami, wyrażanymi w stosunku do obiektu *identyfikacji*. Pozytywne relacje wynikają z dodatniej oceny walorów, prób naśladownictwa opinii, postaw i zachowań. W ten sposób, wraz z ujednocnianiem postaw układ staje się coraz bardziej zrównoważony interpersonalnie<sup>5</sup>.

Naturalnie człowiek nie jest jednostką samodzielną – stąd nasze poszukiwanie drugiego człowieka. To jeden z podstawowych impulsów dla działań retorycznych, utożsamienie się jest bowiem zakorzenione w podziale, a retoryka służy jako pomoc w połączeniu. Gdyby ludzie nie byli różni od siebie, nie byłoby potrzeby retoryki, perswazji, manipulacji. Komunikacja byłaby totalna i idealna. Tak w przypadku pełnej identyfikacji, jak i całkowitej różnicy nie byłoby również konfliktów. Wszelkie spory wynikają bowiem z nieporozumień rodzących się na polu mediacji. Perswazja sprowadza się zatem do *identyfikacji*.

Słuchacz jest w takim stopniu przekonany, w jakim mówca potrafi stosować jego język: mowę, gest, tonację, styl, wyobrażenia, postawy i idee – w ten sposób identyfikując się z nim (Burke 1977: 225).

---

<sup>5</sup> Jak podkreśla Zaborowski (2002: 280), możliwa jest również identyfikacja z agresorem – poprzez naśladownictwo osoby, która budzi w nas lęk, możemy ten lęk zredukować.



A zatem na tyle, na ile potrafimy utożsamić się z drugim człowiekiem.

Autor *A Grammar of Motives* zdaje sobie sprawę, że interakcja, a za jej sprawą perswazja, współcześnie nie jest czystym, jawnym i intencjonalnym aktem skierowanym do słuchaczy przez nadawcę. Słuchacz antycypuje, party-cypuje oraz wynosi korzyści z każdej sekwencji wypowiedzi. Identyfikacja jest zatem wynikiem interakcji formy i zawartości wypowiedzi. Odbiorca, przyjmując określoną formę, zgadza się niejako na użyte w związku z nią środki retoryczne, które staną się podstawą interakcji. Burke uważa, że jest to proces fundamentalny dla istoty, jaką jest człowiek i dla zjawiska komunikacji w ogóle. Z naciskiem podkreśla w swoich pracach również i to, że potrzeba identyfikacji wynika z różnic, jaki istnieje pomiędzy ludźmi. Jako samodzielne jednostki dążymy do unifikacji poprzez komunikację, aby przewyciężyć separację. Świadomi różnic klasowych, biologicznych, ekonomicznych pragniemy doświadczyć równości. Identyfikacja kompensuje te podziały. Według amerykańskiego badacza człowiek nieustannie dąży do związania się z jedną grupą i wyraźnie unika stowarzyszenia z inną, przez co zyskuje pewne miejsce w hierarchii społecznej.

Taki sposób identyfikacji uważa Burke za jeden z motywów wspomagających perswazję właśnie. Człowiek jako jednostka podatny jest na wpływ wszystkich tych, którzy pragną go wykorzystać, tak do dobrych, jak i złych celów. Zadaniem, jakie stawiał przed sobą współczesny badacz retoryki, było uświadomienie procesu kohezji społecznej, uzyskiwanej przez użycie języka, jakim się porozumiewamy. Natomiast zadaniem, jakie stawiał przed czytelnikiem, było świadome odczytywanie sygnałów wskazujących na użycie lub nadużycie języka. Tak w celu wywoływania konfliktów, jak i budowania porozumienia.

Głównym zamysłem Burke'a dotyczącym teorii identyfikacji jest rozumienie języka jako wymiany symboli. Ludzie są aktorami. Posługiwanie się językiem jest jednym z rodzajów gry i aktorstwa, który dodatkowo wyróżnia nas spośród wszystkich istot żywych. To, że odpowiadamy na wysyłane do nas w postaci symboli sygnały, jest częścią naszej natury. Sygnały te są przez ludzi używane w różnoraki sposób, czasem są nawet nadużywane, zawsze jednak użycie języka jest celowe i wyraża nasz stosunek do danej kwestii. Stąd też właśnie wynika definicja retoryki przytaczana przez Burke'a:

[retoryka jest] użyciem słów w celu wyrażenia stosunku lub też nakłonienia do działania innych ludzi oraz użyciem języka jako symbolicznego środka zachęcającego do współpracy istoty z natury posługujące się symbolami (Burke 1977: 228).

Taka perspektywa pozwala na wskazanie co najmniej trzech rodzajów procesów lub stanów wykorzystywanych podczas identyfikacji. Należą do nich po pierwsze proces nazywania czegoś lub kogoś ze względu na szczególne właściwości danego obiektu, po drugie proces wiązania się z lub oddalania od (osoby, grupy, idei), sugerujący, że jest ona bliska lub daleka wyznawanym wartościom, po trzecie końcowy rezultat identyfikacji – konsubstancjalność (*consubstantiality*), czyli tożsamość pod względem istoty z kimś lub czymś. To właśnie dzięki temu procesowi utożsamienia się jednostka jest w stanie przekonać innych lub siebie, że podzielają wspólne poglądy i wartości, które są ważne w danej sytuacji. W ten sposób również odbiorcy mogą utożsamić się z interesami reprezentowanymi przez nadawcę. O podobnym zjawisku pisał już Longinos, podkreślając rolę *uniesienia*, którego doznać mogą słuchacze i dzięki któremu „przeżywają oni mowę, ponieważ mają poczucie uczestnictwa w jej tworzeniu” (Burke 1977: 228).

Obranie określonej strategii komunikacyjnej jest jednocześnie zaproszeniem do udziału w grze. A zatem pierwszy krok ku skutecznej perswazji został uczyniony. Jak uważa Burke, formą taką mogą być zarówno figury i tropy literackie, jak i całe opowiadanie bądź nawet mit, który posłuży do zobrazowania sytuacji. Należy jednak podkreślić, iż tropy nie mogą służyć jedynie ozdobie, winny one spełniać funkcję wyznaczania płaszczyzny identyfikacji zgodnie z zasadą funkcjonalności. Słuchacz nie musi do końca zgadzać się z prezentowanymi tezami, wystarczy jednak, że podda się „logice formalnego rozwoju i symetrii formy” (Burke 1977: 228), by przygotować grunt dla identyfikacji, a w końcu ulec namowom mówcy.

Dla Burke’a retoryka stanowi punkt wyjścia do spojrzenia na perswazję. Perswazję rozumianą jako identyfikacja, która nie jest tylko prostym zdobywaniem aplauzu i uznania przez publiczność, chociaż najprostszym zabiegiem perswazyjnym jest właśnie pochlebstwo, które traktować można jako sygnał, wysyłany przez mówcę do słuchaczy, pozwalający mu zaznaczyć wspólnotę poglądów, potem zaś na tej podstawie budować wspólną płaszczyznę komunikacyjną. Wzajemne relacje między tymi dwoma pojęciami – perswazją i identyfikacją – najlepiej określił jeden z kontynuatorów myśli Burke’a – T. Warnock. W swej pracy poświęconej autorowi *A Rhetoric of Motives* tak pisze:

Burke rozumie identyfikację jako istotę perswazji: zamiast zastępować perswazję [ukutym przez siebie pojęciem], dowodzi, iż identyfikacja poprzedza perswazję. [...] identyfikacja jest perswazją, gdyż wymaga, by ludzie – zarówno piszący, jak

i czytający – w pewnym stopniu korygowali się wzajemnie. Tak więc identyfikacja jest już perswazją (za: Rusinek: 2003: 115).

W podobnym duchu wypowiada się Fleischer (2003: 34), który uważa, że komunikacja nie jest ukierunkowana na przekazywanie informacji, ponieważ jako taka opiera się na znaczeniach, a te przecież nie mają charakteru informacyjnego. Nie służy też przekazywaniu treści. Za pośrednictwem komunikatów dochodzi do dopasowania, przystosowania, sprawdzenia i negocjowania intersubiektywnych konstruktów z konstruktami kolektywnymi, ujednoczenia językowych obrazów świata.

Wydaje się jednak, że dziś rolę retoryki zastąpiły różnego rodzaju nauki o komunikowaniu, *public relations* czy marketing polityczny. Niemniej jednak cele zarówno klasycznej retoryki jak współczesnej teorii komunikacji zdają się w dużej mierze pokrywać. W podobnym kontekście, *toutes proportions gardées*, wypowiedział się na temat retoryki jej ojciec Arystoteles, który pomimo swego analitycznego podejścia do nauk i prób usystematyzowania całości dostępnej mu wiedzy, retorykę usytuował na pograniczu psychologii, etyki, polityki, logiki i historii.

Jak widać zatem z tego krótkiego przeglądu, niewiele się zmieniło od czasów Arystotelesa i jego następców. Większość z wymienionych przez Stagirytę reguł budowania tekstów perswazyjnych wciąż uznać można za obowiązujące. Wszak nie tylko podczas wystąpień publicznych, ale również i w czasie naszej codziennej komunikacji niezbędne są nam reguły stworzone i skodyfikowane przez retorykę. Konstruując bowiem dowolny tekst, staramy się przekonać naszego słuchacza do własnego zdania, opinii, wyznawanych przez siebie wartości czy rozumienia poszczególnych kwestii.

Retoryka spełniać może jednak jeszcze jedną funkcję. Jej głównym celem i zadaniem nie będzie przekonywanie, ale podobanie się.

Historycznie – od wieku XVI – retoryka zaczęła być zawężana do elokucji (tzw. ramizm), coraz częściej uznawano bowiem, że troszczy się ona jedynie o pozory, które upiększają rzeczywistość. Retoryka jako jeden z środków wpływania na odbiorcę wykorzystuje magię słowa. Retor kształtuje opinię – czyli nieistniejący twór, opierający swą wiedzę na mniemaniach i przesądach, potocznych tezach, niepopartych dowodem (za: Perelman 2002: 170 i n.)

Zadaniem retora będzie zatem poszukiwanie takich form, które dzięki magii słowa ułatwią akceptację przedstawianych prawd. Bez względu na prawdę.

## Bibliografia

- Adler R.B., Rosenfeld L.B., Proctor II R.F. 2006, *Relacje interpersonalne. Proces porozumiewania się*, przeł. G. Skoczylas, Poznań.
- Arkin R.M., Shepperd J.A. 1990, *Strategic self-presentation: an overview*, [in:] *The Psychology of Tactical Communication*, ed. M.J. Cody and M.L. McLaughlin, Clevedon, Philadelphia.
- Burke K. 1977, *Tradycyjne zasady retoryki*, przeł. K. Biskupski, „Pamiętnik Literacki”, LXVIII, nr 2, s. 219–250.
- Festinger L. 1954, *A theory of social comparison processes*, „Human Relations”, 7, p. 117–140.
- Fleischer M. 2003, *Zarys ogólnej teorii komunikacji*, [w:] *Mechanizmy perswazji i manipulacji*, Łask, s. 29–72.
- Gombrowicz W. 1986, *Dziennik 1957–1961*, Kraków.
- Jarymowicz M. 2003, *O utajonych przejawach atrakcyjności i awersyjności podobieństwa JA – INNI*, „Przegląd Psychologiczny” nr 3, s. 237–252.
- Jones E.E. 2004, *Toward a General Theory of Strategic Self-Presentation*, [in:] *The Selected Works of Edward E. Jones*, ed. D.T. Gilbert, Wiley.
- Mead G.H., 1975, *Umysł, osobowość i społeczeństwo*, przeł. Z. Wolińska, Warszawa.
- Morreale S.P., Spitzberg B.H., Barge J.K. 2007, *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*, red. U. Jakubowska, przeł. P. Izdebski, A. Jaworska, D. Kobylińska, Warszawa.
- Perelman Ch. 2002, *Imperium retoryki. Retoryka i argumentacja*, przeł. M. Chomicz, Warszawa.
- Pstrąg J. 2009, „Retoryczne środki autoprezentacji polityków polskich”, niepublikowana praca doktorska, Wydział Polonistyki UJ, promotor prof. dr hab. Jolanta Antas.
- Rusinek M. 2003, *Między retoryką a retorycznością*, Kraków.
- Snyder M. 1987, *Public appearances, private realities. The psychology of selfmonitoring*, New York.
- Trenholm S., Jensen A. 2005, *Poznanie społeczne: jak spostrzegamy jednostki, relacje i wydarzenia społeczne*, [w:] *Mosty zamiast murów*, red. J. Stewart, przeł. P. Kostyło, Warszawa.
- Turner J. H. 2004, *Struktura teorii socjologicznej*, Warszawa.
- Zaborowski Z. 2002, *Człowiek, jego świat i życie. Próba integracji*, Warszawa.

- Jakub Pstrąg  
Uniwersytet Jagielloński w Krakowie  
Wydział Polonistyki  
Katedra Teorii Komunikacji