

Contemporary Rhetorical Theories

Współczesne teorie retoryczne

8 (4) 2021 EDITORS: AGNIESZKA KAMPKA, MARTA KOBYLKA

RECENZJA/REVIEW

ESTERA GŁUSZKO-BOCZOŃ

KOLEGIUM NAUK HUMANISTYCZNYCH, UNIWERSYTET RZESZOWSKI, POLSKA

<https://orcid.org/0000-0003-0589-7120>

esterag@op.pl

Recenzja/Review: Michael Ehlers. 2020. *Rhetorik. Die Kunst der Rede im digitalen Zeitalter*, Kulmbach: Börsenmedien AG.

License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 international (CC BY 4.0). The content of the license is available at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

DOI: <https://doi.org/10.29107/tr2021.4.8>

ESTERA GŁUSZKO-BOCZOŃ

KOLEGIUM NAUK HUMANISTYCZNYCH, UNIWERSYTET RZESZOWSKI, POLSKA

<https://orcid.org/0000-0003-0589-7120>

esterag@op.pl

Recenzja/Review: Michael Ehlers. 2020. *Rhetorik. Die Kunst der Rede im digitalen Zeitalter*, Kulmbach: Börsenmedien AG.

Żyjemy obecnie w świecie „zdigitalizowanym”, ukształtowanym w ogromnej mierze przez massmedia, z których, jak twierdzi Luhmann, czerpiemy wiedzę o społeczeństwie i otoczeniu (zob. Luhmann 1996, 9). O samych massmediach wiemy jednak już na tyle dużo, by zasób tychże informacji podać w wątpliwość, zakwestionować i ponownie zweryfikować (zob. Luhmann 1996). Nieustannie potrzebujemy zatem odpowiednich narzędzi, które elastycznie dopasowywałyby się do zmieniającej się (cyfrowej) rzeczywistości. W związku z tym, że „(...) nowe media przejmują pewne istniejące wcześniej wzorce, ale wprowadzają nowe techniki” (Lichański 2017, 222), istotne jest, by zapoznać się z owymi technikami umożliwiającymi efektywną komunikację, łatwiejsze i skuteczniejsze wyrażanie siebie w cyberprzestrzeni. Sztukę posługiwania się środkami retorycznymi w epoce cyfrowej interesująco opisuje Michael Ehlers w wydanej po raz pierwszy w 2018 i wznowionej w 2020 roku książce *Rhetorik. Die Kunst der Rede im digitalen Zeitalter*. Ehlers jest uznanym mówcą motywacyjnym i propagatorem retoryki w przestrzeni prywatnej i publicznej. Na jego sukces składają się wiedza merytoryczna, niewątpliwie charyzmatyczna i ujmująca osobowość medialna, aktywność w sieci oraz liczne publikacje książkowe. We wspomnianej już *Rhetorik. Die Kunst der Rede im digitalen Zeitalter* Ehlers nakreślił miejsce retoryki we współczesnej cyberprzestrzeni.

Koncepcja książki nie jest może szczególnie odkrywcza. Ehlers podąża już przetartymi szlakami, odwołując się do swoich wcześniejszych publikacji z zakresu retoryki i szkicując dość ogólnie podstawowe założenia teoretyczne omawianej dziedziny. Autor koncentruje się na zaprezentowaniu wyselekcjonowanych przez siebie tych aspektów retoryki, które uznaje za najbardziej przydatne zarówno w dyskursie naukowym, jak i w codziennych aktach komunikacji. W konsekwencji książka nabiera uniwersalnego charakteru zbliżonego bardziej do poradnika, aniżeli rozprawy naukowej *sensu stricte*. Ten układ, obok lekkiego stylu narracji i niewątpliwej erudycji Autora, może być odczytywany jako zaleta publikacji.

Na około 450 stronach Ehlers wprowadza czytelników w świat retoryki, sprawnie opisuje współczesne środki komunikacji, przy czym nie ogranicza się wyłącznie do nakreślenia panoramy różnorodnych perspektyw badawczych, lecz umiejętnie przeplata teoretyczne zagadnienia praktycznymi przykładami z życia codziennego. Niewątpliwym atutem publikacji jest przybliżenie najważniejszych zagadnień retorycznych i odniesienie ich do współczesności, którą determinują media społecznościowe i postępująca cyfryzacja. Jak na wyłanianie się w naszej przestrzeni nowych „web-światów” reaguje retoryka? Jakie techniki i narzędzia konieczne są do zdefiniowania rzeczywistości i siebie w tak skonstruowanym uniwersum, w którym dostęp do informacji jest wręcz nieograniczony, a zjawisko *overload* (przeciążenia) coraz powszechniejsze? Już na wstępie Autor zaznacza, iż nadmiar informacji, łatwość ich zdobywania i rozpowszechniania umacnia pozycję retoryki jako instrumentu, który znacząco uporządkowuje i nadaje strukturę nieustannie ewoluującemu systemowi języka. Złożoność naszego świata, wielowymiarowy i wieloaspektowy przepływ informacji wymagają konkretnego, nowoczesnego sposobu definiowania i kondensowania najistotniejszych treści. Retoryka wraz z jej arsenalem różnorodnych narzędzi jest dzisiaj więcej niż pożądana (Ehlers, 52). Jeszcze nigdy język nie miał takich możliwości oddziaływania na tak wielorakich płaszczyznach i docierania do tak zróżnicowanych grup społecznych jak obecnie (53).

Ehlers dzieli swoją książkę na jedenaście spójnych i logicznych części. W pierwszym rozdziale wyjaśnia, czym jest komunikacja, przybliżyła także czytelnikowi podstawowe modele komunikacyjne (m.in. koncepcje F. Schulza von Thuna, Watzlawicka, Grice’a, model góry lodowej). Należy podkreślić, że podstawy teoretyczne Autor wyjaśnia zwięźle, koncentrując się na najistotniejszych faktach. Słusznie dostrzega też zalety i wady omawianych teorii, wskazuje na trudności wyłaniające się w trakcie ich stosowania, proponuje szerszą perspektywę. Ehlers przytacza naukową terminologię, ale zarazem objaśnia ją w przystępny sposób, posługując się dobrze dobranymi przykładami. Ta technika sprawia, że czytelnik jest w stanie bez trudu pojąć nie tylko najważniejsze zasady regulujące komunikację językową, ale, co istotne, zauważyć praktyczność przytaczanych koncepcji. Staje się on świadomym uczestnikiem różnorodnych dysput i dyskursów. Książka adresowana jest zarówno do teoretyków i badaczy, jak i do osób, dla których retoryka może stanowić pewne wyzwanie, a które pragną wykorzystać ją w codziennym życiu w rozmaitych celach – perswazji, negocjacji, wywołania wrażenia, etc. Nie dziwi zatem fakt, że zaraz po ogólnym, teoretycznym wstępie, Autor wprowadza nas w świat retoryki stosowanej. W części drugiej omówione zostały różnorodne aspekty akcji retorycznej,

uwypuklono przede wszystkim znaczenie autoprezentacji oraz wskazano na najważniejsze elementy profesjonalnego przemówienia. Ehlers udziela odpowiedzi na frapujące pytanie: jakie czynniki determinują sukces bądź porażkę mówcy? Warte uwagi są osobiste doświadczenia, którymi Autor się chętnie dzieli – niemal każdy aspekt *actio* poparty został żywym przykładem.

O ile część druga skierowana była do mówców, to w rozdziale trzecim Ehlers omawia zastosowanie narzędzi retorycznych w celu skutecznego zarządzania. Co ciekawe, Autor stawia tezę, iż kompetencje komunikacyjne kadry kierowniczej są ważniejsze niż zaplecze technologiczne przedsiębiorstwa. Efektywne kierowanie opiera się w głównej mierze na komunikacji. Jak zarządzać zespołem posługując się retoryką? Jak motywować, kierować i zachęcać? Autor wychodzi na początku od zestawienia dwóch klasycznych modeli przywództwa (model harzburgski i model St. Gallen¹), by – po ich wyjaśnieniu – zaznajomić czytelnika z pięcioma wzorcami zachowań na podstawie typologii Wenera Corrella. Sprawne posługiwanie się odpowiednimi narzędziami retorycznymi w oparciu o wypróbowane style przywództwa, łączenie retoryki z technikami zarządzania stanowią według Ehlersa klucz do sukcesu zawodowego. W tym sensie retoryka sprawdza się doskonale w sferze biznesowej. Zaletą tej części jest dokonana przez Autora skrupulatna analiza przemian historycznych i gospodarczych, które uwarunkowały powstanie i funkcjonowanie podstawowych modeli przywództwa. Ehlers nie ogranicza się jedynie do opisu wymienionych zjawisk, lecz poddaje je wnikliwej ocenie, analizuje ich skuteczność, ale przede wszystkim ukazuje, jak dane strategie mogą zostać wykorzystane w świecie współczesnej komunikacji.

W kolejnej partii tekstu Ehlers porusza zagadnienie funkcji i roli retoryki w dobie kłamstw („im Zeitalter der Lügen”). Ta część rozpoczyna się opisem afery *pizzagate*, określanej przez media mianem najdziwniejszej afery internetu. Faktem jest, że fałszywe informacje rozprzestrzeniają się błyskawicznie za pośrednictwem mediów społecznościowych. *Pizzagate* to zaledwie jeden, ale niezwykle sugestywny przykład pojawiających się w sieci tak zwanych „fake newsów”. W tym rozdziale omówiono specyfikę owego fenomenu. Autor stawia ważne pytania: jak powstają *fake newsy*? Jaką mają siłę oddziaływania? W jakim stopniu zakłócają one komunikację? Ehlers twierdzi, nie bez słuszności, że kłamstwo jest mocno zakorzenione we współczesnej komunikacji i z tego względu może być traktowane jako stały element retoryki. W „dobie kłamstw” społeczeństwo ma nieograniczony dostęp do komunikatorów takich jak *WhatsApp*, *Messenger*, *Facebook* etc., które oferują całe spektrum nowych możliwości komunikacyjnych. Ehlers wyjaśnia, w jakich celach ludzie posilkują się kłamstwem, jakie metody i techniki

1. Szersze omówienie technik: <https://www.der-rhetoriktrainer.de/blog/fuehrungmodelle-im-wandel-bad-harzburg-st-galler-management-modell/> (10.09.2021)

sprawdzają się podczas demaskowania kłamcy i szerzonych przez niego/nią fałszywych informacji.

W części piątej czytelnik zapoznaje się ze strategiami retorycznymi często wykorzystywanymi w polityce. Ehlers przytacza przykład prezydenta Donalda Trumpa i wymienia techniki retoryczne stosowane przez polityka w wypowiedziach i debatach publicznych. Następnie Autor omawia bestseller Elisabeth Wehling: *Politisches Framing. Wie eine Nation sich ihr denken einredet – und daraus Politik macht* (2016), przedstawia główne założenia framingu, wskazuje na oddziaływanie manipulacyjne i perswazyjne komunikacji w obszarze polityki, wylicza metody przydatne w dysputach publicznych i wywiadach. Autor zauważa, jak bardzo sfera publiczna uzależniona jest od stosowania perswazji i skutecznej argumentacji. Coraz istotniejsze okazują się te narzędzia retoryczne, które umożliwiają uczestnikom politycznych i publicznych debat omijanie pułapek komunikacyjnych i skuteczne odnajdywanie się w świecie zdominowanym przez media. Natomiast w części szóstej Ehlers podkreśla wartość estetyczną retoryki, omawia jego zdaniem najskuteczniejsze (i najczęściej stosowane) środki retoryczne oraz przybliży podstawy semiotyki. Oryginalnym zabiegiem Autora jest zamieszczenie w tej części pracy wywiadów z Evą Ullmann, założycielką *Deutsches Institut für Humor* oraz z Charlotte Hager, badaczką w zakresie semiotyki.

W odniesieniu do tematu przewodniego najbardziej interesujący wydaje się być dział siódmy w całości poświęcony złożonemu zagadnieniu retoryki wirtualnej, a więc przyszłości komunikacji, która, na co wskazuje nie bez słuszności Autor, niemal z godziny na godzinę staje się teraźniejszością. Ehlers określa digitalizację mianem megatrendu, który niemal zawładnął naszym sposobem komunikowania się. To, co dzisiaj wydaje się być jeszcze absurdalną ideą lub wymysłem multimilionera-ekscentryka (np. *BrainNet* – nowatorska koncepcja interfejsu przeznaczonego do bezpośredniej komunikacji pomiędzy dwoma ludzkimi mózgami), jutro, ewentualnie pojutrze, stanie się faktem (307). Każde nowe urządzenie elektroniczne, każda nowinka techniczna zmienia nas w sposób nieprzewidywalny, w sposób, którego nie jesteśmy w stanie kontrolować (308). Istnieje zarazem realne zagrożenie, że prywatne dane, upodobania, preferencje i przekonania zostaną sprytnie wykorzystane przez firmy opracowujące profile psychologiczne użytkowników internetu. Powstały w ten sposób model komunikacji służyłby przede wszystkim manipulacji. Ehlers porusza także kolejną istotną kwestię – język maszyn, a dokładnie język *botów* i sposób jego funkcjonowania w sieci oraz oddziaływania na odbiorcę. Autor opisuje fenomen *social bots*, wskazuje na konkretne przykłady ich aktywności (m.in. podczas kampanii prezydenckiej Donalda Trumpa), a także – i tu należy się ponownie ukłon dla Ehlersa za wytrwałe podkreślanie wartości praktycznej publikacji – podaje siedem najważniejszych wskazówek, dzięki

którym odbiorca ma szansę rozpoznać ukrywający się za komunikatem algorytm. W końcowej części Ehlers zajmuje się wspomnianymi już popularnymi aplikacjami jak *Messenger* czy *WhatsApp*, które znacząco wpływają na zmianę sposobu komunikowania się społeczeństwa. Autor wymienia dwa podstawowe problemy wyłaniające się podczas korzystania z komunikatorów: nieznany kontekst sytuacyjny i zbyt dużą przestrzeń do (nad)interpretacji. Komunikatory pozbawiają nas możliwości dysponowania całym arsenalem środków ułatwiających interpretację otrzymanych informacji. Skoro nie możemy wykorzystać mimiki, gestykulacji, intonacji, to w jaki sposób zbudować skuteczną wypowiedź? Jak uniknąć nieporozumień i pułapek komunikacyjnych? Pytania te nie pozostają wprawdzie bez odpowiedzi, ale pojawia się wątpliwość, czy wyżej wymienione kwestie zostały przez Autora wyczerpująco wyjaśnione. Nie zmienia to jednak faktu, iż część ta stanowi interesujący przyczynek do aktualnej debaty o komunikacji w dobie internetu.

Kolejny dział publikacji nawiązuje do sposobów pertraktacji handlowych w przestrzeni wirtualnej (i rzeczywistej). Ehlers przedstawia najważniejsze techniki negocjacji (m.in. model harwardzki), omawia ich aspekt psychologiczny, analizuje powszechne typy sprzedawcy i klienta. Autor zaznacza, że słowo „sprzedawca” miało w przeszłości zazwyczaj pejoratywne znaczenie i kojarzone było powszechnie z manipulacją i wykorzystywaniem trików psychologicznych w celu nakłonienia do kupna towaru. Sztuka retoryki i proces sprzedaży są ze sobą mocno powiązane (335), gdyż ten ostatni opiera się w głównej mierze na umiejętnej argumentacji handlowej. Współcześnie sprzedawca określany jest zatem częściej mianem „doradcy” – z wyraźnym wskazaniem na jego kompetencje komunikacyjne. Ehlers szczególny nacisk kładzie na analizę technik negocjacyjnych stosowanych w rzeczywistości wirtualnej. Czy sprzedaż i kupno online działają według podobnych zasad jak w świecie realnym? Czy znane techniki negocjacyjne sprawdzają się w cyberprzestrzeni, czy też należy je zmodyfikować? A może funkcjonowanie w internecie wymaga wypracowania nowego podejścia do retoryki, również w sferze handlowej? Autor porządkuje najistotniejsze strategie i techniki negocjacji, otwierając tym samym pole do dyskusji. Nie ma wątpliwości, że w dynamicznie rozwijającej się przestrzeni wirtualnej przed retoryką pojawiają się i będą pojawiać nowe wyzwania na wielu płaszczyznach.

Część dziewiąta podkreśla rolę mowy ciała podczas komunikowania się. To dość schematyczne omówienie mimiki, gestów oraz postawy ciała. Autor skupia się na przybliżeniu powszechnie znanej wiedzy, rezygnuje jednak z pogłębionej analizy tego aspektu komunikacji. W cyberprzestrzeni mowa ciała niekoniecznie jest dominującym elementem. Ehlers koncentruje się w swoim wywodzie przede wszystkim na mikroekspresji twarzy, co wydaje się zrozumiałe, ponieważ to

głównie twarz z charakterystycznymi dla niej tikami pojawia się na ekranie podczas wirtualnej komunikacji.

Część dziesiąta, przedostatnia, poświęcona jest szeroko rozumianym narracjom. Ten dział przykuwa uwagę ze względu na sposób zaprezentowania wielowymiarowej funkcji opowiadania jako jednej z ważniejszych retorycznych kompetencji. Umiejętność przekazywania jakiejś historii znacząco podnosi nasz potencjał komunikacyjny. *Storytelling* może okazać się przydatnym instrumentem w budowaniu zaufania i kontaktów międzyludzkich na gruncie prywatnym i zawodowym. W tym rozdziale, prócz odniesień do teorii archetypów Junga i wyjaśnienia symboliki baśniowej, znajdziemy również omówienie multimedialnego *storytellingu*, który może być rozumiany jako retoryka marki (424). Ostatnia część jest zwięzłym podsumowaniem wcześniejszych wywodów Autora, a zarazem zawiera kilka jego osobistych doświadczeń związanych z przemowami publicznymi.

Książka Michaela Ehlersa *Rhetorik. Die Kunst der Rede im digitalen Zeitalter* jest swoistym kompendium wiedzy o retoryce, w którym teoria przeplata się z praktyką. Publikację wyróżnia nowoczesny, dynamiczny sposób prowadzenia narracji. Jak wskazuje sam tytuł, jej założeniem jest ukazanie miejsca i roli retoryki we współczesnym świecie, który coraz intensywniej określany jest przez cyfrowe i wirtualne środki przekazu. Czy jesteśmy w stanie choć w niewielkim stopniu zapanować nad wirtualną rzeczywistością, wpisać ją w sprawdzony system językowy? A może otwierająca się przed nami cyberprzestrzeń wymaga zastosowania innowacyjnych rozwiązań, innego sposobu ujmowania w słowa faktów i uczuć? Ehlers nie podaje wprawdzie gotowych odpowiedzi, ale nakreśla pewną przestrzeń do głębszych refleksji.

Bibliografia

- Ehlers, Michael.** 2020. *Rhetorik. Die Kunst der Rede im digitalen Zeitalter*, Kulmbach: Börsenmedien AG.
- Lichański, Jakub Z.** 2017. *W poszukiwaniu najlepszych form komunikacji, czyli dlaczego wciąż jest nam potrzebna retoryka?* Kraków: Collegium Columbinum.
- Luhmann, Niklas.** 1996. *Die Realität der Massenmedien*, Opladen: Westdt. Verlag Wiesbaden.