

Argumentation in rhetoric Argumentacja w retoryce

10 (2) 2023 ISSUE EDITORS: ANNA BENDRAT, EWA MODRZEJEWSKA, ELŻBIETA PAWLAK-HEJNO

ANNA BENDRAT

UNIwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Polska

<https://orcid.org/0000-0002-5677-0296>

anna.bendrat@mail.umcs.pl

ELŻBIETA PAWLAK-HEJNO

UNIwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Polska

<https://orcid.org/0000-0003-4731-363X>

elzbieta.pawlak-hejno@mail.umcs.pl

EWA MODRZEJEWSKA

UNIwersytet Warszawski, Polska

<https://orcid.org/0000-0003-0913-7540>

e.modrzejewska@uw.edu.pl

Argumentacja w retoryce – wprowadzenie do tematu numeru Argumentation in rhetoric – a foreword

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/>

ANNA BENDRAT

UNIwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Polska

<https://orcid.org/0000-0002-5677-0296>

anna.bendrat@mail.umcs.pl

ELŻBIETA PAWLAK-HEJNO

UNIwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Polska

<https://orcid.org/0000-0003-4731-363X>

elzbieta.pawlak-hejno@mail.umcs.pl

EWA MODRZEJEWSKA

UNIwersytet Warszawski, Polska

<https://orcid.org/0000-0003-0913-7540>

e.modrzejewska@uw.edu.pl

Argumentacja w retoryce – wprowadzenie do tematu numeru

W *Retoryce* Arystotelesa *logos* jako część inwencji retorycznej przedstawiony jest jako argumentacja entymematyczna odnosząca się do istoty sprawy. *Etos* i *patos* również mogą przybrać formę entymematu, ale argumentacja ta nie odnosi się bezpośrednio do zagadnienia. W tego rodzaju entymemacie konkluzja odnosi się do etosu mówiącego lub do odbioru emocjonalnego słuchaczy. W sytuacji idealnej – z właściwie przedstawioną sprawą i racjonalnymi sędziami – dominuje *logos*. Jednak w rzeczywistości, którą opisywał Arystoteles – gdzie postępowanie w sprawie jest niedoskonałe, a sędziowie irracjonalni – dominuje *etos* i *patos*. Te trzy pojęcia działają synergistycznie. Efektywne wykorzystanie *logosu* zapewnia solidną podstawę logiczną argumentacji. Budowanie wiarygodności (*etosu*) mówcy wzmacnia oddziaływanie argumentacji, tworząc zaufanie i autorytet. Apelowanie do emocji (*patosu*) odbiorców może wzmocnić perswazyjność argumentacji, angażując ich emocjonalnie.

W numerze 2/2023 przedmiotem rozważań są współczesne style i praktyki argumentacyjne w retoryce, ze szczególnym uwzględnieniem badań i analiz dotyczących wykorzystania *logosu*, *etosu* i *patosu* w różnych kontekstach komunikacyjnych i społecznych. Autorzy poszukują odpowiedzi na pytania o rodzaje argumentów, jakich używamy, o czynniki, które determinują wybory i strategie argumentacyjne, oraz o kryteria, według których oceniamy argumentację.

Numer *Argumentacja w retoryce* otwieramy artykułem **Pawła Nowaka** z Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, który – posługując się rozbudowaną metaforą topograficzną – obrazowo opisuje niziny i równiny komunikacyjne, retropiczne wyżyny i pagórki oraz specjalistyczno-naukowe góry i lodowce. Za materiał ilustrujący tezy Autor obrał fragmenty komunikatów prognozy

pogody, by równocześnie omówić trzy strategie retoryczno-komunikacyjne: komunikację z odbiorcą, komunikację odbiorcy lub komunikację odbiorcą.

Z poziomu rozważań natury ogólnej przechodzimy do poziomu praktycznej analizy argumentacji, z którą zmierzili się Autorzy artykułu pt. *Brakujące elementy argumentów w debacie konkursowej*. **Kinga Rogowska** i **Marcin Będkowski** z Uniwersytetu Warszawskiego pochylają się nad zagadnieniem, które ma swój wymiar teoretyczny, praktyczny i dydaktyczny, a więc nad rekonstrukcją argumentacji w debacie o charakterze sformalizowanym i pokazowym. Wychodząc od kwestii niemal „technicznej”, tj. zbudowania korpusu debat konkursowych, w których uczestniczyli mówcy doświadczeni i niedoświadczeni, Autorzy wskazują na realny problem analizy argumentacji przedstawianej szczególnie przez tę ostatnią grupę. Wywody tych mówców, bliższe argumentacji potocznej, pełne są – jak się okazuje – argumentacyjnych luk i entymematów (Autorzy korzystają z modelu DWC Toulmina), co może stanowić szczególne wyzwanie nie tylko dla badaczy, ale również – w wymiarze praktycznym – dla sędziów w konkursach debatanckich.

W regulaminach debat konkursowych zakazuje się atakować rozmówców. Problem różnic między: argumentami *ad hominem*, argumentami *ad personam* i techniką erystyczną znaną jako atak osobisty podejmuje **Jakub Prus** z Akademii Ignatianum w Krakowie. Autor argumentuje, że zarówno w tekstach użytkowych, jak i (popularno-)naukowych zaciera się granica ich definicji, a nawet terminy te używane są wymiennie. W artykule przedstawione zostały schematy argumentacyjne oraz kryteria oceny, zgodnie ze standardami przyjętymi w logice nieformalnej. Opracowana została także charakterystyka ataków osobistych, ich typy oraz strategie defensywne, a materiał ilustracyjny pochodzi m.in. z telewizyjnych debat przedwyborczych.

Wykorzystując teorię argumentacji pragma-dialektycznej Fransa H. van Eemeren i Roba Grootendorsta, **Joanna Szczepańska-Włoch** z Uniwersytetu Jagiellońskiego podkreśla, że dowodzenie staje się wadliwe, gdy osoba prezentująca argumenty bardziej skupia się na przekonaniu uczestników dialogu niż na przestrzeganiu norm argumentacyjnych, co często prowadzi do manipulacji. W rezultacie cel retoryczny zyskuje przewagę nad celem dialektycznym, ponieważ uczestnicy dialogu, korzystając z myślenia strategicznego i łącząc naukę (wiedzę naukową, ekspertyzę) oraz umiejętności, dążą w pierwszej kolejności do osiągnięcia pożądanego efektu, czyli zwycięstwa. Autorka analizuje rodzaje argumentów używanych przez uczestników dialogu w celu przeforsowania swojego punktu widzenia, nawet kosztem racjonalności wyводу. Artykuł skupia się na analizie zastosowania strategii (nie)racjonalności jako manipulacji na przykładzie wybranego wywiadu politycznego z Wielkiej Brytanii. Przeanalizowanie tego gatunku

pozwoili Autorce ocenić, czy i w jakim stopniu taki rodzaj argumentacji moze byc uznany za racjonalny.

W artykule pt. „Strategie argumentacyjne w dyskursie emancypacyjnym kobiet przedsiebiorczych” **Magdalena Smoleń-Wawrzusiszyn** z Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawla II odpowiada na pytanie, w jakim stopniu dyskurs emancypacyjny symbolizuje ambicje ruchu kobiet dotyczace wypracowania wlasnej obecności w dziedzinie przedsiebiorczosci. Dyskurs ten znajduje wyraz w aktywnym wsparciu i promocji, jakie organizacje zapewniaja polskim kobietom w ich karierze. Autorka przyjala za cel zbadanie narracji trzech organizacji (Fundacja Sukces Pisany Szminka, Siec Przesiebiorczych Kobiet oraz Klub Kobieta i Pieniadze), skupiajac sie na strategiach argumentacyjnych (etos, patos, logos), ktorzych podmioty te uzywaja do uzasadnienia dyskursu emancypacyjnego, i ustaleniu funkcji tych strategi. Wyniki wskazuja na przewazajace wykorzystanie argumentow etosowych, podkreślajacych aspiracje kobiet do autonomii w biznesie oraz ich solidarnosc i wzajemne wsparcie. Dodatkowo Autorka zwraca uwage na sposob, w jaki jedna z organizacji wykorzystuje techniki perswazyjne oparte na emocjach, subtelnie wyodrębniajac pozycje jednostki w ramach spolecznosci kobiet. Decyzje dotyczace stylu w ramach dyskursu emancypacyjnego odzwierciedlaja jego logiczny i oparty na faktach charakter, bez wykazywania cech zwiazanych z tzw. ekstremalnym lub wojujacym feminizmem.

Joanna Kiereś-Lach z Katolickiego Uniwersytetu Lubelskiego Jana Pawla II w artykule poswieconym metodzie Assessment Center/Development Center prezentuje interdyscyplinarne podejście do retoryki w biznesie i dostarcza wartosciowego wgladu w praktyki argumentacyjne stosowane w kontekście komunikacji biznesowej. Wprowadzajac terminologie zwiazana z klasyczna triada logos, etos i patos, Autorka omawia zarowno komunikacje biznesowa, jak i komunikacje w biznesie. Nastepnie skupia sie na komunikacji wewnetrznej, dotyczacej relacji miedzy osobami pracujacymi w organizacji. Omawia rózne kierunki tej komunikacji oraz przedstawia metode AC/DC jako skuteczne narzedzie zarzadzania komunikacja wewnetrzna w firmie, prezentujac i analizujac schemat rozmowy oceniajacej, który jest czescia praktyk konstruktywnego udzielania informacji zwrotnych i motywowania pracownikow.

Aleksandra Baran przedstawia artykul, który powstal na podstawie pracy magisterskiej nagrodzonej w III Konkursie Polskiego Towarzystwa Retorycznego na najlepsza prace dyplomowa wykorzystujaca narzedzia retoryczne. Mloda badaczka z Uniwersytetu Rzeszowskiego referuje wyniki analizy wybranych reklam telewizyjnych, do ktorej zastosowano arystotelesowskie reguly preferencji. Autorka wykorzystuje elementy analizy multimodalnej, ale skupia sie przede wszystkim na uniwersalnosci zalozen argumentacyjnych sformulowanych dwa i pol tysiac lat temu.

Ostatnim artykułem jest tekst **Idy Vikøren Andersen** pt. *Provocative greenness and staged rebellion: Youth's rhetorical performances of environmental citizenship (Prowokacyjna ekologiczność i bunt na pokaz: obywatelstwo ekologiczne w retoryce młodzieżowej)*, w którym norweska badaczka analizuje teksty z młodzieżowej rubryki w dzienniku *Aftenposten* oraz wystąpienia z młodzieżowego konkursu oratorskiego. Swoje pole badawcze zawężyła do wypowiedzi poświęconych szeroko rozumianej ekologii, na podstawie których charakteryzuje strategie argumentacyjne zachęcające do budowania postawy ekologicznego obywatelstwa (*environmental citizenship*).

Letni numer zamyka recenzja przygotowana przez **Annę Trykszę**, która omawia monografię autorstwa Joanny Orskiej pt. *Performatywy. Składnia/retoryka, gatunki i programy poetyckiego konstrukttywizmu* (Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2019) oraz dwa sprawozdania z międzynarodowych konferencji, które odbyły się w pierwszym półroczu 2023 roku – marcowej *Media in America, America in Media* (online) oraz wyczekiwanej po pandemii 8. konferencji z cyklu *Rhetoric in Society*, pt. *Rhetoric as Strategic Thinking* (Tybinga).

Mamy nadzieję, że niniejszy numer dostarczy Państwu cennej wiedzy oraz inspiracji na styku retoryki oraz współczesnych stylów argumentacji, a publikowane w nim artykuły przynoszą ciekawe perspektywy dla lepszego zrozumienia retorycznych podstaw argumentacji. Zapraszamy do zgłębiania tematu i odkrywania bogactwa niezwykle ważnej dziedziny nauki i sztuki przekonywania w procesie argumentacji.