

JOANNA KIEREŚ-ŁACH

Współczesny retor – *vir bonus* czy *coach*?

W niniejszym artykule autorka zestawia z sobą dwie koncepcje nauczyciela sztuki wymowy – starożytnego retora, którego kompetencje w zakresie podejmowanych zagadnień, a także odpowiednia postawa moralna, stanowią równie silny warunek wraz z umiejętnościami krasomówczymi oraz współczesnego *coacha*, który w budowaniu swojego wizerunku i pozycji zawodowej stawia raczej na doskonalenie umiejętności, służących zrobieniu dobrego wrażenia, niż na pogłębianie wiedzy teoretycznej. Po przeprowadzeniu krótkiej analizy terminologicznej i ustaleniu znaczenia słów kluczowych dla niniejszego artykułu, autorka omawia koncepcję retora wypracowaną przez Arystotelesa, Cyncerona oraz Kwintyliana. Stwierdza, że myśliciele ci zgodni są co do tego, że nauczyciel wymowy powinien posiadać przymioty, dzięki którym może być określany jako *vir bonus*, a więc człowiek prawy. Następnie autorka omawia niezwykle popularną obecnie profesję, określaną mianem *coachingu*. W tym celu przywołuje i poddaje analizie ogłoszenie o pracy w charakterze *coacha*, a także artykuły-porady autorstwa wykwalifikowanych w tym celu trenerów. Na zakończenie autorka stwierdza, że lansowany dziś model retora dalece odbiega od tego, który w czasach starożytnych przynosił chlubę osobie ten zawód wykonującej.

Słowa kluczowe: retor, *coach*, Arystoteles, Cynceron, Kwintylian, retoryka

Na początku chciałabym poczynić kilka niezbędnych uwag terminologicznych, dzięki którym widoczna będzie tradycja filozoficzna, w ramach której prowadzę rozważania oraz które posłużą jako wprowadzenie do problematyki, jaką podejmuję. Wyjaśnienia wymagają trzy terminy, które znalazły się w tytule tekstu. Po pierwsze, retor. Pochodzi ono z języka greckiego, w którym miało kilka znaczeń: *rhétor* – mówca publiczny na zgromadzeniu, mąż stanu, polityk, wydający wyrok sędzia, nauczyciel wymowy, człowiek wykształcony oraz krasomówca¹.

Sięgając nieco głębiej, zauważamy, że słowo *rhétor* wywodzi się od formy czasownika *reo*, który w grece klasycznej oznaczał „mówię celowo, stosownie, pięknie”. Greckie wyrażenie *téchne rhetoriké* natomiast oznaczało sztu-

¹ Por. M. Korolko, *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Wiedza Powszechna, Warszawa 1990, s. 27.

kę/umiejętność wymowy, zaś jego zlatynizowana forma *rhetorica* – teorię wymowy i sztukę przemawiania².

W czasach rzymskich wyłoniły się kolejne desygnaty słowa *rhétor*, a mianowicie: teoretyk, nauczyciel retoryki. Różnice, zachodzące w użyciu tego terminu w języku łacińskim i greckim, wynikają z odmiennych poglądów na funkcję słowa mówionego. Niemniej w obu tych językach retor to ktoś, kto posiada pewne umiejętności, wiedzę oraz przymioty, które czynią go znawcą, a nawet autorytetem w dziedzinie, w której słowo pełni doniosłą rolę.

Kolejnym wyrażeniem, które wymaga omówienia, jest łacińskie określenie *vir bonus*. Składa się ono z rzeczownika „vir” oraz określającego go przymiotnika „bonus”. Słownik języka łacińskiego wymienia następujące znaczenia słowa *vir*: 1) mężczyzna, mąż; 2) małżonek; 3) prawdziwy (dzielny) mężczyzna; 4) żołnierz, ludzie, lud; 5) on³. *Bonus* oznacza natomiast m.in.: 1) dobry (w czymś), znający się (na czymś), odpowiedni, sprawny, biegły, tęgi, zdolny; 2) cnotliwy, prawy, szlachetny, uczciwy, zacy, rzetelny, honorowy, sprawiedliwy; 3) zacy, szanowny, dostojny, znakomity, szlachetny, wzorowy⁴. Na potrzeby niniejszego artykułu przyjmijmy znaczenie zaczerpnięte z formuły, której autorem jest Katon Starszy: „Orator est vir bonus, dicendi peritus” (Mówca to człowiek prawy, biegły w mówieniu)⁵.

Trzecie słowo wymagające wyjaśnienia to *coach*. Pochodzi ono z języka angielskiego, w którym pierwotnie oznaczało dyliżans, obecnie zaś występuje w trzech znaczeniach: „1. Coach – a comfortable bus used for long journeys (autokar); 2. coach – a person who trains people to compete in certain sports (trener); 3. to coach – to train or teach sb, especially to compete in a sport or pass an examination (trenować)”⁶.

Analiza terminologiczna powyższych nazw prowadzi do następujących wniosków: retor – najogólniej mówiąc – to nauczyciel wymowy, a także osoba, która dzięki określonym umiejętnościom potrafi oczarować swoją erudycją i warsztatem językowym. *Coach* – przenosząc to słowo na teren języka polskiego – to trener, a więc ktoś, kto ma za zadanie wyszkolić inne osoby z czegoś, czy też przyuczyć do czegoś. Oba terminy, a więc i retor, i *coach*, wskazują na pewne – mniej lub bardziej podobne – profesje. Wymagają więc określonych umiejętności, których oczekują od ich przedstawicieli potencjalni uczniowie. Można rzec, że fach retora właściwy był raczej czasom starożytnym, fach *coacha* jest zaś raczej właściwy czasom współczesnym. W swej istocie zaś łączy je – choć powierzchownie – ten sam cel, a mianowicie wyuczenie kogoś. Różne są natomiast środki, które prowadzą do tego celu.

W kontekście poczynionych wniosków należałoby przeformułować pytanie postawione w tytule. Wiemy już bowiem, że – pod pewnymi względami – retor i *coach* są określeniami bliskoznacznymi. Gdzie więc mieści się wspomniany już *vir*

² Tamże.

³ Por. *Mały słownik łacińsko-polski*, red. J. Korpanty, Wyd. PWN, Warszawa 2004, s. 650.

⁴ Tamże, s. 93.

⁵ Por. M. Korolko, *Sztuka retoryki*, wyd. cyt., s. 39.

⁶ Por. Oxford Wordpower, *Słownik angielsko-polski z indeksem polsko-angielskim*, red. J. Phillips, Wyd. Oxford University Press, New York 1997, s. 138.

bonus? Zapytajmy: czy na miano człowieka prawego zasługuje retor w rozumieniu klasycznym, czy też *coach* w rozumieniu współczesnym? Czy można być retorem nie posiadając przymiotów i cnót określających kogoś, komu przysługuje określenie *vir bonus*? I analogicznie: czy trzeba posiadać owe przymioty, aby pełnić rolę *coacha*?

ANTYCZNY MÓWCA UOSOBNIEM CNÓT

Starożytny model retora stawia tej profesji bardzo wysokie wymagania. Zwłaszcza Ciceron i Kwintyliusz podkreślali, jak doniosłą rolę pełni mówca w procesie przekonywania za pomocą słowa. Owe oczekiwania, czy też wymagania, stały się okazją do sformułowania szeregu postulatów odnoszących się do doskonałego mówcy. Arystoteles – choć nie podaje *explicite* wykładni na temat idealnego mówcy – w wielu miejscach wspomina, jaki on powinien być, czego mu nie wolno. Stwierdza zatem, że mówca, aby zjednać sobie słuchaczy, musi uzyskać ich zaufanie. Jego argumentacja będzie bowiem przekonująca dopiero wówczas, gdy słuchacze odniosą wrażenie, że jest on nie tylko przekonany do swoich racji, lecz także żyje podług nich i jest im wierny. Zdaniem Arystotelesa, główne cechy, które powinien posiadać mówca i które stanowią *condicio sine qua non* bycia człowiekiem wykształconym, są następujące: rozsądek, szlachetność i życzliwość. Można je zdobyć pod warunkiem ćwiczenia się w cnotcie⁷. Cnota jest to trwała dyspozycja (sprawność) do moralnie dobrego działania lub stała skłonność woli do czynienia dobra. Cnota nie jest czymś wrodzonym, ale wymaga ćwiczeń i pracy⁸.

Wśród najważniejszych cnót Arystoteles wymienia roztropność (łac. *prudentia*), która jest cnotą dobrze uformowanego sumienia, pozwala zachować niezależność intelektu w doborze środków stosownych (właściwych, odpowiednich) i zgodnych z obranym celem. Umiarkowanie to cnota powściągnięta popędy naturalne: do zachowania życia oraz do jego przekazywania (chodzi o uczucia pożądliwe); łac. *ne quid nemi* – wszystko w miarę, w niczym za wiele (potocznie: unikać skrajności). Męstwo jest to cnota osiągnięcia dobra trudnego. Gatunki męstwa to odwaga i cierpliwość. Męstwo wymaga mobilizacji woli i emocji oraz ich uporządkowania w obliczu zła. Sprawiedliwość jest posłuszeństwem woli wobec prawego (dobrego) celu. Cel rozpoznaje rozum, a kieruje do celu dobra roztropność⁹.

Arystoteles zarysowuje niejako pewien etos mówcy, na który składają się zarówno jego kwalifikacje moralne, jak i intelektualne. Inaczej mówiąc, nie może być dobrym mówcą ten, kto nie ćwiczy się w cnotcie, oraz kto nie ma odpowiednich dyspozycji intelektualnych. Mówca nie może mijać się z prawdą, ponieważ wówczas

⁷ Por. Arystoteles, *Retoryka. Poetyka*, tłum. H. Podbielski, Wyd. PWN, Warszawa 1988, s.144–145.

⁸ Por. Tenże, *Etyka Nikomachejska*, tłum. D. Gromska, Wyd. PWN, Warszawa 1982, s.159; tenże, *Etyka wielka*, w: *Dzieła wszystkie*, t. 5, tłum. D. Gromska, Wyd. PWN, Warszawa 1996 r., s. 338–344; Z. Pańpuch, *Cnoty i wady*, *Powszechna Encyklopedia Filozofii*, t. 2, red. A. Maryniarczyk, Polskie Towarzystwo Tomasza z Akwinu, Lublin 2002, s. 216–231.

⁹ Tamże.

znieważa nie tylko słuchacza, który posiada prawo do prawdy, ale również samego siebie, bowiem sprzeniewierzając się prawdzie, sprzeniewierza się jednocześnie swojej racjonalności. Arystotelesowska *Retoryka* stanowi swego rodzaju podręcznik bycia dobrym mówcą, zawiera nie tylko teoretyczne rozważania, ale i praktyczne wskazówki dotyczące m.in. tego, jak przekonywać, jak pozyskać przychyłność audytorium oraz jak radzić sobie z własnymi słabościami.

Cycon, w dziele *De oratore*, przy pomocy bardzo sugestywnej analogii dowodzi, że retor nie może być dobrym i skutecznym mówcą, jeśli nie zna się na rzeczy, o której mówi. Píše: „Pytam się zatem, czy można przemawiać albo przeciw wodzowi, albo też w obronie wodza bez doświadczenia wojskowego, [...] czy w senacie o wszelkich sprawach politycznych można mówić bez wnikliwego poznania całości zagadnień politycznych i bez wrodzonej mądrości”¹⁰.

Idealny mówca to dla Cyconera osoba kompetentna, a więc taka, która zabiera głos tylko w sprawach, na których się zna i co do których posiada stosowne wykształcenie. Nie są to jednak jedyne warunki bycia doskonałym mówcą. Osoba, która pretenduje do tego tytułu, nie może być tylko „rzemieślnikiem obdarzonym szybkim i wyćwiczonym językiem”, ale przede wszystkim musi być mówcą godnym, a więc takim, który jest mędrcom oraz posiadał wszystkie cnoty¹¹. Nie są to jednak jedyne wymagania, jakie Cycon stawia mówcy. Ponadto, musi to być ktoś, kto „potrafi zrobić użytek i ze słów, których się miło słucha, i z myśli odpowiednich do tego, by przekonać”, ktoś, kto „odznacza się odpowiednim głosem, właściwym zachowaniem podczas wygłaszania mowy i jakimś naturalnym wdziękiem”¹².

Kolejny wielki teoretyk retoryki – Kwintyliusz – w dziele *Kształcenie mówcy* przedstawił obraz idealnego retora. Jest to więc człowiek elokwentny, mądry, wykształcony i moralny, a także odpowiedzialny za losy państwa. Ponadto powinna to być osoba, która nie zawaha się przed tym, by za pomocą słowa ochraniać niewinnych i walczyć o sprawiedliwość dla pokrzywdzonych, potępiać zbrodnie i nawoływać do pokoju, bronić prawdy i demaskować fałsz, zachęcać do koniecznej walki i wpływać na opinię publiczną. Idealny mówca powinien być człowiekiem odważnym, honorowym i nieskazitelnym moralnie, musi posiadać szeroką wiedzę – obejmującą nie tylko zagadnienia, które porusza w swych mowach, ale także ogólną mądrość w zakresie polityki, kultury oraz filozofii, a także być elokwentnym i otwartym¹³.

COACH – TRENER BEZ WYKSZTAŁCENIA?

Tak wygląda ideał retora, tak przedstawia się obraz mówcy, którego z powodzeniem można określić jako *vir bonus*. Przyjrzyjmy się teraz współczesnym propozycjom, w ramach których funkcjonuje nieco inny obraz retora. Współczesny

¹⁰ Zob. M. T. Cycon, *O mówcy*, tłum. B. Awianowicz, Wyd. Antyk, Warszawa 2011, s. 83.

¹¹ Tamże, s. 97.

¹² Tamże, s. 189.

¹³ Por. M. F. Quintilien, *De l'institution oratoire*, t. 7, Nabu Press, Paris 1975–1980, s. 24–31.

nauczyciel retoryki to raczej trener, czy też – używając nomenklatury angielskiej, która z powodzeniem zakorzeniła się w języku polskim – *coach*. Początkowo słowo to miało zastosowanie jedynie w terminologii sportowej. Od niedawna jednak zyskało popularność także w ramach innych dyscyplin. Na stronie „Coaching Institute” – portalu dotyczącym *coachingu* oraz oferującym specjalne szkolenia w tym zakresie – *coach* określany jest jako trener rozwoju osobistego i prezentacji, trener biznesu. Innymi słowy mówiąc, jest to osoba, która podczas specjalnych sesji (spotkań) przeprowadza szkolenie, doradza i wspiera. Młodzi ludzie (bo to do nich na ogół skierowane są oferty *coachingowe*) mogą udać się do *coacha*, gdy chcą uzyskać poradę sercową, gdy mają problemy z nawiązywaniem kontaktów wynikające np. z nieśmiałości bądź kompleksów, gdy chcą otworzyć własny biznes, ale brakuje im doświadczenia, poprawić relacje rodzinne, albo określić własną tożsamość i pozycję społeczną. Ogólnie mówiąc *coach* ma pomóc w relacjach z innymi ludźmi, a tym samym zrealizować cele, których z jakiegoś powodu nie potrafimy osiągnąć samodzielnie¹⁴.

Podstawowy kurs, który ma przygotować uczestników do profesjonalnych wystąpień publicznych, kosztuje dziś ponad 2000 zł. Trwa on zaledwie dwa dni, ale z założenia ma bardzo ambitne cele: „1) zapoznanie się z zasadami budowania wiarygodnego wizerunku mówcy (kompetencja, wiarygodność, wywieranie pozytywnego wrażenia); 2) poznanie zasad i warunków budowania skutecznego przekazu, 3) nauka samodzielnego przygotowania i przeprowadzenia skutecznej prezentacji”¹⁵. Kusi ponadto korzyściami, jakie – zdaniem organizatorów – osiągną uczestnicy, którzy „[...] po szkoleniu będą umiejętnie reprezentować siebie lub firmę na forum publicznym, będą umieli opanować treść i trudne emocje, odpowiadać bez stresu na niespodziewane pytania, dostosować formę przekazu do wystąpienia i odbiorców”¹⁶.

Jak już wspomniałam, *coach* może przeprowadzać rozmaite kursy. I choć w niniejszym artykule pragnę skupić się na *coachu*-retorze, to jednak zacznę od charakterystyki *coacha* w ogóle. W książce Wandy Szulc, poświęconej *coachingowi*, czytamy: „[...] nie musisz być ekspertem, aby stosować *coaching* w swojej organizacji. Sukces *coachingu* polega na tym, iż nie musisz mieć formalnego wykształcenia [...]. Najważniejsze jest to, aby to, co mówisz i przekazujesz swojemu klientowi, było naprawdę wiarygodne, a tę wiarygodność potwierdza twoja wiedza i doświadczenie w danej dziedzinie”¹⁷.

Jakie umiejętności – zdaniem tej autorki – powinna posiadać osoba pracująca w charakterze *coacha*? Są to m.in.: umiejętność budowania relacji, wysoki stopień komunikatywności, umiejętność zadawania pytań, udzielania informacji zwrotnych, umiejętność aktywnego słuchania, wpływania na innych i motywowania. Ważną kompetencją *coacha* jest ponadto umiejętność obserwowania i myślenia ana-

¹⁴ Dane za stroną internetową: <http://www.coachinginstitute.biz/> [11.05.2012].

¹⁵ Dane za stroną internetową: <http://szkolenia.nf.pl/Szkolenie/625515/profesjonalne-wystapienia-publiczne-i-autoprezentacja-warsztat/> [11.05.2012].

¹⁶ Tamże.

¹⁷ Por. W. Szulc, *Coaching. Misja życia*, Internetowe Wydawnictwo „Złote myśli”, Gliwice 2008, s. 11.

litycznego. Niezwykle ważna jest wysoka kultura osobista, która pomaga wybrnąć taktownie z trudnych sytuacji¹⁸.

PRZYCZYNY POPULARNOŚCI COACHINGU

Już teraz widać różnice, jakie zachodzą między koncepcją retora-mówcy-nauczyciela, podzielaną przez Arystotelesa, Cyncerona i Kwintyliana oraz zarysowaną wyżej koncepcją *coacha*. Naturalnie, są między nimi punkty wspólne. Retor, zarówno w rozumieniu klasycznym, jak i nowoczesnym, powinien być osobą, która posiada określone umiejętności, kwalifikacje, czy predyspozycje. Wydaje się jednak, że antyczni myśliciele wymagają nieco więcej od osoby, która ma moc wywierania wpływu na innych. Mówca jako *vir bonus* nie musi stosować żadnych mechanizmów, nie musi znać „sztuczek”, które pozwolą mu przekonać do swoich racji, wystarczy by był człowiekiem prawym, wykształconym, kompetentnym oraz skierowanym na odkrycie prawdy i ukazanie jej innym. *Coachowi* natomiast nie mogą być obce tajniki programowania neurolingwistycznego, za pomocą którego może on z łatwością przeszkolić swoich uczniów, wskazać im metody skutecznej perswazji, oddziaływania na ludzki umysł, techniki wpływania na procesy myślenia, stany umysłu, emocji oraz ludzkie zachowanie. *Coach* tak naprawdę nie musi być osobą cnotliwą, prawą, czy honorową, ale za to powinien sprawiać wrażenie takiej osoby, jeśli chce osiągnąć wymierne korzyści¹⁹.

Współczesne kursy z zakresu szeroko rozumianej retoryki, w ramach której najczęściej wymienia się umiejętności interpersonalne, metody perswazji, autoprezentację, czy wystąpienia publiczne prowadzone są przez osoby, które nie posiadają w gruncie rzeczy żadnej wiedzy w sensie *theoria*, natomiast mają odpowiednio silną osobowość, zdolności przywódcze oraz umiejętność obserwacji rzeczywistości i zachodzących w niej prawidłowości, a ponadto dostrzegają związki przyczynowo-skutkowe i mniej więcej znają ludzką naturę oraz – nade wszystko – umieją w sposób przekonujący i zrozumiały przekazywać swoje spostrzeżenia. Nie jest ważne, jakimi ludźmi są prywatnie, ważne jest natomiast to, na ile ich działania są skuteczne. Od współczesnego retora nie wymaga się zatem by był *vir bonus, dicendi peritus*, lecz by był *overachiever coach*, czyli osobą, która osiąga większe korzyści od spodziewanych.

Bez wątplenia, to jednak właśnie zawód *coacha* wzbudza dziś ogromne zainteresowanie wśród młodzieży, która nie tylko coraz częściej decyduje się na skorzystanie z porad trenera, lecz także sama pragnie zdobyć taki zawód. Naturalnie, jednym z argumentów są atrakcyjne zarobki. Dodatkowymi cechami tej profesji wydają się być: brak nudy i rutyny właściwe nieco bardziej powszechnym zawodom, ale także brak określonych wymagań w zakresie wiedzy specjalistycznej, brak wyższego wykształcenia, a także dowolność w dobieraniu metod i środków modnie nazywana kreatywnością.

¹⁸ Tamże, s. 11–12.

¹⁹ Na ten temat także por. R. Bandler, J. La Valle, *Alchemia manipulacji*, tłum. M. Dadan, Wyd. Helion, Gliwice 2006.

Według raportu „Młodzi 2011”, sporządzonego na polecenie Prezesa Rady Ministrów przez Michała Boni i Karolinę Szafraniec, w środowisku ludzi młodych króluje przekonanie, że dyplom ukończenia studiów nie daje wcale gwarancji sukcesu i nie jest furtką do ciekawej i zgodnej z zainteresowaniami pracy. Z tego względu wielu młodych ludzi powraca do idei edukacji zawodowej, zaś swoje zainteresowania stara się dopasować do wymagań, jakie stawia współczesny rynek pracy, który tym samym staje się głównym odbiorcą systemu edukacji. Innymi słowy, wyzwaniem dla młodego człowieka, wkraczającego w dorosłość, nie jest zdobycie dobrego wykształcenia *par excellence*, ale raczej sprawne i – już w punkcie wyjścia pewne – przejście z edukacji na rynek pracy²⁰.

Pracodawcy doskonale wiedzą, jaka oferta trafi do człowieka młodego, spragnionego wyzwań, unikającego pracy ciężkiej, która wymaga wielu wyrzeczeń. Na potwierdzenie przyjrzyjmy się jednej z ofert, jaką aplikant na stanowisko *coacha* może znaleźć w Internecie:

„Zatrudnimy coachów/trenerów

W związku ze zbliżającą się znaczną rozbudową oddziału dużej firmy multimedialnej zatrudnimy coachów/trenerów do pracy.

Firma pracuje na zlecenie dużego koncernu multimedialnego o zasięgu europejskim. W naszej firmie stawiamy na pracowników wewnętrznie zmotywowanych o wysokich ambicjach i aspiracjach zawodowych.

Do głównych zadań coacha/trenera należy:

- dbanie o rozwój kadry w zakresie umiejętności negocjacyjnych/sprzedażowych,*
- pomoc w rozwijaniu kadry, nadzór nad jakością wykonywanych usług,*
- stałe raportowanie wyników podległych pracowników,*
- ciągła, długofalowa współpraca z Zarządem oraz pracownikami szeregowymi.*

Wymagania:

- wykształcenie min. średnie,*
- dyspozycyjność,*
- wysoka komunikatywność oraz umiejętność pracy w grupie,*
- zdolności trenerskie (łatwość w nawiązywaniu kontaktów, umiejętność przekazywania wiedzy, zdolności do budowania autorytetu w grupie).*

Nie wymagamy od przyszłego trenera doświadczenia zawodowego na podobnym polu. Jeżeli na rozmowie kwalifikacyjnej przekonasz nas do siebie charyzmą, otwartością i kreatywnością- przeszkolimy Cię oraz w pełni przygotowujemy do objęcia stanowiska trenera.

Oferujemy:

- stałą pracę w młodym i dynamicznym zespole,*
- pomoc ze strony Zarządu Firmy,*
- kontakt z trenerami/managerem,*

²⁰ Por. *Młodzi 2011*, red. M. Boni, K. Szafraniec, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Warszawa 2011, s. 87–133.

-wyjazdy szkoleniowe i integracyjne,
-wysokie zarobki oraz znaczną premię motywacyjną uzależnione od wkładu
pracy,
-możliwość awansu na wyższe stopnie kierownicze [podkr. moje]”²¹.

Język przytoczonego wyżej ogłoszenia jest niezwykle nasycony emocjonalnie, niemal entuzjastyczny, stanowi obietnicę czegoś lepszego, dominują w nim zwroty właściwe tzw. retoryce korzyści. Brakuje natomiast tzw. czarnych zwrotów oraz zwrotów chybotliwych. Ogłoszenie ma inspirować osoby, które się nim zainteresują, dostarczać wizji i wskazywać cel przedsięwzięcia, a także kreować postawę, która ułatwia osiągnięcie sukcesu. Jest sformułowane na tyle ogólnie, by mogło trafić do każdego młodego i pełnego pasji człowieka, który – choć nie posiada żadnych konkretnych kwalifikacji – jest na tyle charyzmatyczny i elastyczny, by dopasować się do stawianych mu, niezbyt wygórowanych oczekiwań. Jest jednak także druga strona medalu. Otóż sformułowane w ten sposób ogłoszenie, dzięki wysokiemu stopniu ogólności, umożliwia pracodawcy pozbycie się niewygodnego pracownika, gdy jego metody pracy przestaną być wydajne i efektywne. Na jego miejsce przyjmie kolejnego entuzjastę kreatywnej pracy, by w następnym ogłoszeniu zaznaczyć, jak wielu pracowników zatrudnia jego firma oraz jak bardzo zorientowana jest na ludzi młodych, zdolnych, a zarazem wolnych od skostniałych standardów funkcjonujących na poziomie edukacji uniwersyteckiej.

PROBLEM MĘTNOŚCI JĘZYKA *COACHÓW*

Także popularna prasa kobieca nie jest wolna od entuzjastycznego podejścia do *coachingu*. Tylko w jednym numerze pojawiają się aż dwa artykuły dotyczące metod radzenia sobie w tzw. sytuacjach stresowych oraz umiejętnego wpływania na innych. Porady, jakie znajdujemy we wspomnianych tekstach, funkcjonują pod dumnie brzmiącym szyldem *coachingu*. Gdy wczytamy się w ich treść, dostrzeżemy jednak, że nie są w żaden sposób odkrywcze, a nawet bywają dość banalne w przekazie. Np. jako sposób radzenia sobie ze stresem towarzyszącym rozpoczynaniu pracy w nowym miejscu, proponuje się czytelniczkom, aby zażywały „długie kąpiele z solą z Morza Martwego”²².

Drugi artykuł o sztuce wpływania, którego autorką jest zawodowa trenerka, zawiera porady, które nie stanowią żadnego odkrywczego panaceum, a ponadto często przybierają formę wyabstrahowanego i nieco nierealnego konstruktów. Jednak dzięki temu, że są one ubrane w fachową terminologię, wydają się rewelacyjnym i niezwykle fachowym sposobem pokonywania trudności. Przyjrzyjmy się kilku z nich.

²¹ Cyt. za stroną internetową: http://www.24opole.pl/374091,Praca.Zatrudnimy_coachów_trenerów..ogłoszenie.html [19.06.2012]

²² Por. „Glamour”, nr 02 (107), luty 2012, s. 34.

Autorka stwierdza, że „[...] czynnikami, które pomagają w wywieraniu wpływu są energia i jasność celu”²³. Tym samym już na początku czyni swoje rozważania mętnymi. Nie wiadomo bowiem, jakie rozumienie słowa „energia” przyjmuje oraz jaki to ma w ogóle związek z argumentacją. Użycie terminów nieprecyzyjnych, a więc słów o nieostrym zakresie i niewyraźnej treści, jest jednym z nągminnie popełnianych błędów w tego typu artykułach.

W dalszej części, bardziej od braku precyzji razi nieadekwatność języka, jakim operuje autorka. Jej zdaniem, w przypadku, gdy chcemy wynegocjować warunki, które nam odpowiadają, powinniśmy zastosować trzy manewry: najpierw przekazać rozmówcy dobrą informację, następnie złą, a na końcu znowu dobrą, ale już z rozwiązaniem powstałego problemu. Gdy usiłujemy osiągnąć sukces, powinniśmy postępować zgodnie z techniką „trójkąta satysfakcji”²⁴. Polega ona na równomiernym, zharmonizowanym rozłożeniu „interesów rzeczowych” (nazwanie tego, co chcemy osiągnąć), „interesów psychologicznych” (wprawienie rozmówcy w dobry nastrój) oraz „interesów proceduralnych” (dobór właściwego miejsca, w którym będziemy toczyć dyskusję oraz sposobu, w jaki chcemy przekonać adwersarza). Jeśli zachowamy proporcje w określaniu ważności tych celów, wówczas gwarantuje się nam osiągnięcie sukcesu. Kolejna, niezwykle interesująca metoda o intrygującej nazwie „technika słonia”, uczy nas, by nie działać zbyt pochopnie oraz by nie reagować zbyt emocjonalnie w przypadku, gdy osoba prowadząca z nami dyskusję, usiłuje wyprowadzić nas z równowagi, stosując rozmaite inwektywy oraz argumenty personalne. Mamy wówczas przyjąć postawę słonia, który choć jest bardzo silnym zwierzęciem, to jednak bardzo powoli się rozpędza²⁵.

Autorce omówionego powyżej tekstu nie można odmówić pomysłowości. Dzięki chwytliwym nazwom oraz sugestywnym przykładom z pewnością zyskuje ona wielu klientów wśród osób, którym brakuje pewności siebie oraz umiejętności realnej oceny sytuacji, co uniemożliwia porozumienie z innymi. Pomijając fakt, że język omówionego artykułu jest niezgodny z ogólną formułą czasopisma, należy zastanowić się, czy po zapoznaniu się z tymi atrakcyjnie brzmiącymi technikami, osoba ta właściwie zareaguje w danej sytuacji i przede wszystkim, czy będzie potrafiła zorientować się, którą z technik należy aktualnie zastosować.

PODSUMOWANIE

Celem powyższych analiz było pokazanie, że tradycyjny model retora upowszechniany przez Arystotelesa, Cyncerona i Kwintyliana realizuje ideę nauczyciela-mówcy, który dzięki posiadanym cechom, kompetencjom oraz niekwestionowanemu wykształceniu z powodzeniem może być określony jako *vir bonus*. Z kolei lansowany współcześnie model *coacha* jest na ogół adresowany do osób, które chcą zrobić karierę głównie dzięki charyzmatycznemu usposobieniu oraz mają zamiłowanie do nieprecyzyjnego, a niejednokrotnie nawet mętnego i przypadkowego języka współ-

²³ Tamże, s. 67.

²⁴ Tamże.

²⁵ Tamże, s. 67–69.

czesnej psychologii. Praktyka pokazuje, że posiadając odpowiednie przymioty, można z łatwością zrobić wrażenie na osobach, które nie posiadają wspomnianych cech. Pamiętajmy jednak, że wrażenie jest jedynie niepełną reprezentacją rzeczy, a aspektowe przedstawienie nie tylko nie przybliży nas do realnej rzeczywistości, ale bywa, że niebezpiecznie ją zniekształca. Przywołane w drugiej części artykułu teksty pochodzące z tzw. popularnej prasy kobiecej, choć nie należą do naukowych opracowań o randze akademickiej, to jednak są niezwykle opiniotwórcze oraz sprzyjają powstawaniu niebezpiecznego stereotypu, zgodnie z którym nie trzeba mieć specjalistycznego wykształcenia, aby udzielać skutecznych porad. Rozwiązania, które odnajdujemy z tych czasopismach, nawet jeśli są sygnowane nazwiskiem osoby, która zawodowo zajmuje się poradnictwem, wyglądają na dość intuicyjne i banalne.

Na zakończenie, w charakterze podsumowania, przywołajmy słowa św. Hieronima: „Gdy mówisz, niech cię zagrzewa nie pochwała ludzi, ale ich oczekiwania. Twoja retoryka ma być zaczytaniem się w mądrości. Nie chcę, abys był czczym deklamatozem i gadatliwym krzykaczem bez myśli, ale się masz kształcić na biegłego przewodnika i na gruntownie uczonego nauczyciela tajemnic. Szukać podziwiania u prostego ludu wyborem szumnych wyrazów i obfitą gmatwaniną wielomówstwa, zawsze cechuje człowieka bez nauki; nic bowiem łatwiejszego, jak omamić gmin pospolity napuszonymi słowami, gdyż czego nie rozumie, to gotów podziwiać”²⁶.

SUMMARY

A Contemporary Rhetorician-Orator: *Vir Bonus* or Coach?

In this article the author compares two concepts of the rhetoric teacher: the ancient rhetorician, whose competence in matters and possession of an appropriate moral attitude are accompanied by beautiful speaking skills; and the contemporary coach, who tries to build his image, professional position and work by acquiring skills, all in order to make a good impression rather than leave a lasting effect on theoretical knowledge. After briefly analyzing the terminology and establishing the meaning of key words for this article, the author discusses the theory of a good rhetorician as developed by Aristotle, Cicero and Quintilian. She claims that these thinkers all agreed that a teacher should possess the qualities of eloquence, what might be referred to as the *vir bonus*, a righteous man. The author then discusses a very popular contemporary phenomenon known as the coaching profession. For this purpose she presents and analyses a notice for work as a coach, as well as articles which can be considered advice made by qualified trainers. In conclusion, the author argues that the model rhetorician popular nowadays lies far from the ancient one.

Keywords: rhetorician, coach, Aristotle, Cicero, Quintilian, rhetoric

JOANNA KIEREŚ-LACH, M.A. in philosophy, B.A. in cultural studies, Ph.D. candidate in the Chair of the Philosophy of Culture, Catholic University, Lublin, Poland. E-mail: azytek@wp.pl.

²⁶ *Listy*, t. 1–2, tłum. i przedm. J. Czuj, Wyd. Pax, Warszawa 1952, s. 325.