

Ideea de pathos în arta oratorică

Drd. Ioana Jîjîie căs. Moroşanu

Rezumat

În contextul declinului ce poate fi observat astăzi la nivelul artei oratorice, prin teza de față mi-am propus investigarea ideii de pathos ca factor generator al persuasiunii. Printr-o analiză hermeneutică a conceptului, teza propune scoaterea la lumină a surselor pathosului în cadrul discursului public, precum și a componentelor psihocognitive și comunicaționale care influențează manifestările sale.

Printre întrebările care m-au determinat să mă aventurez în explorarea complexului concept de pathos se numără:

- Rămân principiile generale de generare a pathosului aceleași la nivelul audienței contemporane?
- Mai este astăzi oratoria considerată o artă?
- Putem controla în vreun fel emoțiile pe care le resimte audiența?
- Dacă da, care sunt pârghiile prin care putem face acest lucru?

Prin răspunsurile la aceste întrebări am propus o nouă abordare de înțelegere a pathosului. Deși lentilele prin care am analizat subiectul au fost preponderent retorice, am considerat că pentru a înțelege complexitatea ideii de pathos a fost necesară includerea unor accente interdisciplinare, aducând în discuție teorii din sfera psihologiei cognitive pentru a înțelege emoțiile, dar și din cea a comunicării, a psihologiei maselor, precum și aspecte socioculturale relevante.

Fluiditatea tezei se bazează pe reliefaarea principalelor aspecte de ordin teoretic care se îmbină cu ilustrații discursive relevante pentru tema supusă cercetării. Exemplele incluse în lucrare au fost alese pentru a susține întregul efort argumentativ, fiind caracterizate de varietate și notorietate, tocmai pentru a facilita cititorului procesul de descoperire a importanței intrinseci a pathosului în ceea ce numim oratorie.

Complexitatea persuasiunii plasează actul discursiv în rândul artelor performative. Oratorul este responsabil de identificarea surselor capabile să modeleze convingerile unei audiențe specifice și chiar să modifice atitudini sau să genereze comportamente. Pentru a expune adecvat caracterul artistic al retoricii, în primul capitol al lucrării am analizat acest domeniu sub lupa concepției clasice privitoare la termenul de artă. Aceasta presupune

însurarea unor principii ce țin de măsură și ordine care conferă artistului o putere de influență asupra modului în care audiența percepe actul artistic. Așadar, oratorul înfățișează, prin discursul public, propriile sale percepții și afecte despre subiectul unei anumite teze pentru a sublinia, și pentru auditoriu, importanța, necesitatea și frumusețea temei abordate. Obiectivul poate fi atins în momentul în care aceste percepții și emoții sunt armonizate între actorii actului discursiv. Iar pilonii de bază a acestui demers se concretizează în ceea ce am numit în primul capitol triadă oratorică. Pathosul, ca parte constitutivă a acestei triade, conferă discursului splendoarea și forța persuasivă responsabilă de mișcarea mulțimilor.

Utilizarea tehnicilor discursive de generare a pathosului, cu măsură și în echilibru cu argumentele raționale care formează structura discursului, contribuie la adeziunea spiritelor spre acceptarea și procesarea mesajului transmis de orator. Acest lucru este posibil pentru că, la nivelul individului, raționalul și emoționalul sunt conectate în mod imuabil și nu pot fi divizate. Așadar, componentele triadei oratorice se află într-o relație de interdependență ce solicită încă din primul capitol la tezei analiza pathosului prin prisma celorlalte elemente. Încă din acest capitol se conturează ipoteza de la care pornește lucrarea de față conform căreia ethosul și logosul sunt surse ale pathosului.

Astfel, în cel de-al doilea capitol al lucrării am analizat caracteristicile deținute de un orator pentru a genera simpatie: prestigiu și carismă. Ambele sunt aspecte dificil de cuantificat și măsurat, deoarece formarea lor implică numeroase elemente subiective, un cumul de percepții ghidate de experiențele și nevoile tuturor indivizilor implicați în actul discursiv. Forța de seducție a prestigiului provine din virtuțile pe care oratorul le manifestă în armonie cu așteptările audienței cu privire la prestația oratorică. Astfel, oratorul reușește să câștige încrederea, instituindu-se într-o poziție de autoritate prin care va alinia opiniile și atitudinile celorlalți la ale sale.

Pe de altă parte, perspectiva de înțelegere a carismei a evoluat de la un simplu har divin la acea caracteristică a oratorului capabilă să genereze trăiri intense la nivelul publicului. În al doilea capitol al lucrării, omul carismatic este înfățișat drept o sinteză a confluenței dintre liderul carismatic și oratorul carismatic. El este conștient de puterea emoțiilor în raport cu mulțimile și de cele mai multe ori subjugă calitățile cognitive celor afective.

Așadar, dovezile și argumentele raționale sunt completate, prin carisma și prestigiu oratorului, de o aură emoțională ce oferă audienței un motiv în plus de a crede. Și nu doar pe termen scurt. Pathosul generat de apelul la aceste două caracteristici ale oratoriei permite propagarea forței persuasive la un nivel profund al ființei umane. Iar fascinant este faptul că

indivizii ce compun audiența pot propaga mesajul în rândul grupurilor din care fac parte fără a deține un motiv sau un scop rațional.

Din acest motiv oratorii carismatici acordă o atenție deosebită imaginii pe care o proiectează în rândul publicurilor, de aceea pun în aplicare și strategii de management a impresiilor din care face parte și apelul la componentele nonverbale și paraverbale. După cum se poate observa în capitolul 2, dacă oratorul dorește să pară credibil pentru public, trebuie mai întâi să simtă emoția vizată, iar prin gest să excludă posibilitatea ca discursul său să fie perceput ca superficial. Gestul completează ethosul și permite maximizarea contagiunii emoționale.

În capitolul 3 al lucrării am evidențiat cum artificiile verbale incluse în discurs sunt capabile să înfrumusețeze și cea mai aridă structură argumentativă. Forța persuasivă a unui discurs provine și din elocutio. Plăcerea și frumusețea discursului sunt, până la urmă, generate prin apelul la stilul figurat. Sub umbrela acestuia am identificat în capitolul 3 simbolurile, poveștile și figurile retorice, fiecare purtând o încărcătură emoțională care se transmite audienței.

Pentru maximizarea memorabilității unui discurs și creșterea șanselor de aderare a audienței la teză, nu este suficient ca oratorul să cunoască pârghiile emoționale ce își au proveniența în logos și ethos, ci trebuie să le stabilească și locul potrivit în arhitectura discursului, după cum s-a discutat în capitolul 4 al lucrării. Exordiul și perorația unui discurs reprezintă cele mai fertile componente pentru mișcarea sufletelor, dar narațiunea, dovedirea și respingerea nu ar trebui neglijate deoarece nucleul discursului cuprinde tocmai motivele pentru a crede, a adera, acel joc între raționalitate și argumente afective fără de care actul discursiv nu ar fi ajuns niciodată la rangul de artă. Discursul este un întreg, iar frumusețea și forța sa persuasivă provin din armonizarea părților, din echilibrarea lor cu teza și publicul.

Odată stabilite pârghiile discursive și emoționale pe care oratorul le are la dispoziție pentru a construi actul persuasiv, acesta se poate raporta la trăsăturile mulțimii pe care o are în fața sa. De aceea, în capitolul 5 al lucrării este surprins specificul pathosului colectiv. Așadar, am observat cum inconștientul preia controlul în procesarea informațiilor, cum sentimente precum cel de egalitate și invincibilitate ajung să caracterizeze mulțimile psihologice și cum contagiunea emoțională reprezintă liantul dintre indivizii colectivității și orator.

Actul oratoric este, în cele din urmă, un proces de comunicare, așadar, dincolo de perspectiva retorică de înțelegere a pathosului a fost necesară și adăugarea unei comunicaționale în capitolul 6 al tezei. Discursul ca produs comunicațional se află la

confluența a șase funcții ale comunicării, iar pathosul se concretizează tocmai din îmbinarea funcției conative, prezente la nivelul destinatarului, cu cea emoțională, existentă la nivelul emițătorului, deoarece emoțiile pe care le resimte oratorul și intenția sa de a prelucra psihicul audienței determină apariția pasiunilor în rândul publicului. În penultimul capitol al lucrării a fost ilustrat modul în care aceste două funcții interacționează cu cea fatică, referențială și poetică pentru a potența efectele emoționale ale actului de comunicare. Spre exemplu, prin intermediul comunicării fatice reușim să captăm bunăvoința publicului și să comunicăm informații despre relația socială a actorilor implicați atât în exordiu, cât și în perorație. Pe de altă parte, dispoziția afectivă a publicului în momentul susținerii unui discurs influențează succesul actului persuasiv în aceeași măsură în care contextul sociocultural, politic sau economic facilitează puterea argumentativă a mesajului transmis. În final, ordinea afectivă a argumentelor, alături de cea probatorie maximizează forța persuasivă a discursului.

În ceea ce privește limitările aduse în discuție de ideea de pathos în arta oratorică, acestea corespund în primul rând grijii deosebite acordate spectrului emoțional generat în audiență. Multiplele valențe ale aceleiași emoții sunt activate în funcție de context și de argumentele incluse în structura discursivă, de aceea oratorul trebuie să aibă grijă să nu compromită efectul persuasiv al pledoariei sale doar pentru că nu a studiat îndeaproape complexitatea stratului emoțional din care este compusă audiența. De asemenea, trebuie să evite acele stări afective lipsite de autenticitate pe care se presupune că le simte și le transferă prin discurs. Deși ideea de pathos a fost venerată de-a lungul timpului pentru efectele pozitive pe care le-a înregistrat în rândul mulțimilor, nu trebuie să dăm uitării influențele ei negative. Dintr-o perspectivă etică, este vital să afirmăm că pathosul ar trebui să servească binelui, dreptății și frumosului, nu atrocităților. Doar așa, oratoria va putea reprezenta un motor al evoluției umane, nu al exterminării sale.

Pentru studiul ideii de pathos în arta oratorică nu s-a pretat realizarea unei cercetări cantitative, de tip empiric, deoarece, pe de o parte, natura subiectivă a emoțiilor resimțite de audiența unui discurs public limitează cuantificarea acestora sub un șablon standard, iar pe de altă parte anvergura efectelor emoționale ale unui discurs public pot fi observate doar în timp. De aceea, posibilitatea de a analiza pathosul în discursuri publice susținute recent nu a reprezentat o opțiune relevantă pentru temă. Mai mult, identificarea acurată a manifestărilor emoționale la indivizii ce formează o audiență ar fi înregistrat interferențe din cauza pandemiei recente care a implicat mutarea activităților de acest gen în mediul online. De asemenea, pentru a considera un discurs public drept artă oratorică avem nevoie de filtrul timpului. Doar acesta ne poate spune dacă ideile vehiculate de orator au avut impact asupra

mulțimilor, dacă au schimbat opinii, atitudini sau chiar comportamente. Așadar, pathosul a fost supus unei cercetări de tip hermeneutic ce a implicat analiza critică a literaturii de specialitate preponderent retorice și a unei selecții de discursuri publice prin care oratorii au persuadat mulțimile apelând la componenta emoțională.

În ceea ce privește selecția discursurilor publice menite să ilustreze modul de acțiune al pathosului în discurs, aceasta a fost limitată de timpul scurt dedicat cercetării. Varietatea formelor de discurs public consemnate în istorie, precum și a celor care iau naștere în contemporaneitate ne-a obligat să le selectăm doar pe acelea în care efectele pathosului pot fi observate în mod vădit, al căror grad de notorietate este ridicat, care au influențat modelarea societății și care susțin ideile existente în literatura de specialitate. Deși ar putea fi considerată o limită a cercetării, consider că această chestiune a conferit structurii tezei un aspect inedit și ne-a ajutat să înțelegem mai bine cât de important este pathosul pentru persuasiunea unui public.