

Argumentacija u javnom nastupu

Ivandija, Melita

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:793884>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-28**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Diplomski rad br. 52_NOVD_2022

Argumentacija u javnom nastupu

Melita Ivandija, 2569/336

Koprivnica, srpanj 2022. godina



Odjel za Komunikologiju, medije i novinarstvo

Diplomski rad br. 52_NOVD_2022

Argumentacija u javnom nastupu

Studentica

Melita Ivandija, 2569/336

Mentorica

doc. dr. sc. Ana Globočnik Žunac

Koprivnica, srpanj 2022. godina

Prijava diplomskog rada

Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za komunikologiju, medije i novinarstvo		
STUDIJ	diplomski sveučilišni studij Novinarstvo		
PRISTUPNIK	Melita Ivandija	MATIČNI BROJ	0336024020 2569/336
DATUM	04. 07. 2022.	KOLEGIJ	Javni nastup
NASLOV RADA	Argumentacija u javnom nastupu		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Argumentation at public speaking		

MENTOR	dr. sc. Ana Globočnik Žunac	ZVANJE	docentica
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. izv. prof. dr. sc. Nikša Sviličić - predsjednik		
	2. doc. dr. sc. Krešimir Lacković - član		
	3. doc. dr. sc. Ana Globočnik Žunac - mentorica		
	4. izv. prof. dr. sc. Gordana Tkalec - zamjenska članica		
	5. _____		

Zadatak diplomskog rada

BROJ	52_NOVD_2022
OPIS	

U okviru diplomskog istraživanja studentica će se baviti temom važnosti argumentirane komunikacije za kvalitetu i uspješnost javnog nastupa. S tim u vezi studentica će odgovoriti na sljedeća istraživačka pitanja: koji elementi javnog nastupa potiču argumentiranu komunikaciju i može li se priprema argumenata dovesti u vezu s smanjenjem glosfobije. S ciljem odgovaranja na ova pitanja studentica treba realizirati sljedeće zadatke:

- kroz prikaz teorijskog okvira definirati pojam argumentirane komunikacije;
- prikazati teoriju koja definira pojam glosfobije, posebno na način da se dovede u vezu sa utjecajem pripreme argumenata na smanjenje iste;
- provesti istraživanje i prikazati rezultate anketiranja ispitanika o percepciji utjecaja argumentacije na ishod javnog nastupa;
- provesti intervju s osobama koje su u okviru svojeg posla često izložene javnim nastupima o njihovim iskustvima i stavovima o utjecaju argumentacije na ishod javnog nastupa i
- diskutirati o rezultatima istraživanja.

ZADATAK URUČEN	6.7.2022	POTPIS MENTORA	
----------------	----------	----------------	--



Predgovor

Želim se zahvaliti za uspješno završen diplomski studij svojim roditeljima na cijeloj ovoj bezuvjetnoj podršci koju sam dobila od njih tijekom studiranja i bez kojih ovo ne bi bilo moguće.

Zahvaljujem se mentorici doc.dr.sc. Ani Globočnik Žunac na pomoći prilikom izbora teme ovog diplomskog rada, za svu podršku i smjernice pružene u vrijeme pisanja ovog rada, kao i strpljenju te ukazanom povjerenju.

Zahvaljujem se također i ostalim profesorima Sveučilišta Sjever na prenesenom znanju i iskustvo. Hvala kolegama, ostatku obitelji kao i prijateljima koji su također pokazali podršku u procesu te dali svoj doprinos ovom zanimljivom istraživanju.

Sažetak

Vještina o kojoj može ovisiti poslovanje i obrazovanje, svakako je argumentirana komunikacija. U skladu s time, trenutni nastavni sadržaj javnog nastupa pokriva uglavnom problematiku prisustva treme (glosofobija) i načine pripreme javnog nastupa, no vrlo je malo sadržaja o samom argumentiranju. Odabrana tema popunjava prazninu u području utjecaja argumentacije na ishod javnog nastupa. Predstavljanjem odabrane teme, rad upoznaje s pojmom javnog govora i u kojoj je mjeri važna priprema za izvedbu istog, suočavanje s protuargumentima, a poseban je naglasak stavljen na dimenzije koje pridonose razvoju argumentirane diskusije.

Cilj ovog diplomskog rada je istražiti teorijske pretpostavke, a rezultati istraživanja daju smjernice kako potaknuti diskusiju prilikom i nakon izlaganja.

Ključne riječi: javni govor, glosofobija, argument, debata, argumentirana komunikacija, diskusija

ABSTRACT

Argumentative communication is definitely a skill on which business and education can depend. Accordingly, the current teaching content of public speaking mainly covers the problem of the presence of stage fright (glossophobia) and ways of preparing public speaking, but there is very little content about argumentation itself. Therefore, the chosen topic fills a gap in the field of public performance with the outcome of an argumentative discussion. By presenting the chosen topic, the paper introduces the concept of public speaking and the extent to which it is important to prepare for its performance, to deal with counterarguments, and special emphasis is placed on the dimensions that contribute to the development of an argumentative discussion.

The aim of this thesis is to investigate theoretical assumptions, and the results of the research provide guidelines on how to encourage discussion during and after the presentation

Keywords: public speech, glossophobia, argument, debate, argumentative communication, discussion

Sadržaj

1. UVOD	1
2. JAVNI NASTUP	3
2.1. Retorika	4
2.2. Govornik i govorništvo	5
2.3. Vrste govora (prema cilju).....	6
2.3.1. Informirajući govor	7
2.3.2. Govori uvjeravanja	7
2.3.3. Govor u posebnim prigodama	8
2.4. Postoji li razlika između javnog govora i razgovora?	8
2.5. Glosofobija	9
2.5.1. Što uzrokuje glosofobiju?.....	10
2.5.3. Koraci akcije.....	11
2.6. Priprema govora	11
2.6.1. Pitanja upućena sebi	12
3. ARGUMENTACIJA	14
3.1. Razumske veze između oslonca/očitosti i tvrdnje	18
3.1.1. Deduktivna argumentacija.....	21
3.1.3. Abduktivna argumentacija.....	23
3.1.4. Argumentacija po analogiji	24
3.2. Glavna tematska područja argumentacije.....	24
3.2.1. Sudovi o prirodi stvari.....	25
3.2.2. Uzročno-posljedične veze	26
3.2.3. Područje vrijednosnih sudova.....	26
3.2.4. Odluke s posljedicama u budućnosti	27
3.3. Emocije i argumentacija.....	28
3.4. Pobijanje argumenata	30
3.5. Jakost argumenta i poluargumenti.....	31
3.5.1. Lažni argumenti.....	32
3.5.2. Protuargumenti	33
3.6. Razvoj sposobnosti za argumentiranu diskusiju.....	35
4. METODOLOGIJA	37
4.1. Uzorak ispitanika.....	38
5. REZULTATI I INTERPRETACIJA	40
5.1. Analiza rezultata online ankete	40

5.2. Analiza intervjua	51
5.2.1. H. S. – glavni tajnik.....	51
5.2.2. A. R. – menadžer i sistem specijalist.....	52
5.2.3. M. K. – viši predavač u industriji visokog obrazovanja	54
5.2.4. A. K. – menadžer i novinarka.....	56
5.2.5. D. B. – pravnik, s višegodišnjim iskustvom u odvjetničkoj djelatnosti	58
5.3. Diskusija.....	61
6. ZAKLJUČAK	62
7. LITERATURA.....	64
POPIS GRAFIKONA.....	67
POPIS TABLICA.....	68

1. UVOD

Unazad nekoliko godina prepoznata je potreba za suočavanjem s tremom kod javnih izlaganja. Sukladno tome, otvorilo se jedno novo poglavlje istraživanja komunikologije. Također valja naglasiti kako su se pojmom komuniciranja bavili i ranijih godina, no obzirom da se sve mijenja, potrebne su bile i neke nove vještine i prilagodbe prilikom izvedbe. Stoga, unatoč već provedenim istraživanjima, segment javne komunikacije predstavlja jedno iznimno atraktivno područje kojima će se i dalje baviti znanstvenici te je svakako nezaobilazno područje s kojima se sve struke na dnevnoj bazi susreću. Najvažnija podjela komunikacije jest ona na verbalnu i neverbalnu komunikaciju. Neverbalna i verbalna komunikacija u pravilu su nerazdvojive te ne mogu postojati jedna bez druge (Sedlan, Peulić, Matijević, 2019). Međutim, specifična uloga neverbalne komunikacije, premda se i njome može itekako dobro sporazumijevati, leži u tome što ona na različite načine podupire, potiče i dopunjuje verbalnu komunikaciju, čini je dojmljivom i tako joj osigurava višu razinu razumijevanja. Pri tome treba biti svjestan da položaj tijela, pokreti i geste mogu ispričati sasvim drugačiju priču od one koja se izgovara. Zato što verbalnim dijelom komunikacije upravlja svijest i pritom ljudi imaju veliku slobodu izgovoriti ono što misle ili žele izgovoriti bez obzira na to je li to istina ili laž. Ljudskim tijelom pak upravlja podsvijest. Pokretanje tih mehanizama na razini podsvijesti je moguće, ali je vrlo, vrlo teško. Drugim riječima, samo tijelo, a ne riječi, govori istinu (Burić Moskaljov, 2014). Nakon što je definiran pojam komunikacije, važno je spomenuti da postoji široki raspon načina komuniciranja i postoji široki raspon načina komuniciranja koji se može pojaviti u različitim oblicima i različitim broju, objašnjava Neill (1991: 89).

U drugom dijelu govori se o javnom nastupu, definirana je retorika i njena podjela, definiran je pojam govornika i govor te njegove podjele. Obrazložiti će se vrste govora prema cilju, koja je razlika između javnog govora i razgovora, dotaknuti se glosofobije i načine suzbijanja te kako uopće pripremiti govor, jer dobra priprema potrebna je do samog kraja izlaganja i kada se čvrstim argumentom brani tema izlaganja.

Treći dio, teorijski naslov koji će se objasniti jest argumentacija, razumske veze, njena glavna tematska područja, uključenost emocija u argumentiranju kao i samo pobijanje argumenata.

U četvrtom dijelu rada biti će detaljno opisana metodologija istraživanja (način i uzorak), dok u petom dijelu nalazi se interpretacija rezultata provedenih istraživanja (anketni upitnik i dubinski intervju) i diskusija.

Cilj ovog rada je prikaz navedenog problema kroz dva aspekta kao što teorijski dio (sekundarno istraživanje literature), te metodologiji (prikaz primarnog istraživanja provedenog za ovaj diplomski rad) čime bi se potvrdile ili opovrgnule slijedeće hipoteze:

H1: Priprema govornika u pozitivnoj je vezi sa spremnošću za argumentiranu diskusiju.

H2: Postoje različite dimenzije priprema javnog nastupa koji potiču argumentiranu diskusiju.

H2.1: Ispitanici smatraju da je upoznavanje publike najbolja metoda za poticanje argumentirane diskusije.

H2.2: Dramatizacija teksta koji se izlaže pomaže argumentiranoj diskusiji.

H2.3: Duhovitost kao dimenzija javnog nastupa ukazuje na pripremljenost govornika potrebnim argumentima za diskusiju.

H3: Argumentacija može doprinijeti smanjenju glosfobije.

2. JAVNI NASTUP

Današnji oblici poslovanja često iziskuju neku vrstu javnog nastupa na kojima ljudi mogu predstavljati sebe, proizvod, uslugu ili nekakav projekt javnosti (Ražnjević Zdrilić i Ivanac, 2016). Oni predstavljaju onu vrstu informacija koje se priopćavaju pomno strukturirano s ciljem da se publiku informira, uvjeri, pa čak i zabavi, te se ova tri aspekta mogu definirati i kao ciljevi javnog nastupa. Takav oblik informiranja može se primijetiti na raznim konferencijama, prilikom poslovnih sastanaka, predavanja, medijskih izvještavanja i brojnih ostalih prilika. Danas je sve teže izbjeći ovakve govore. Sasvim je normalno da prilikom javnog nastupa, ljudi osjećaju neku vrstu nelagode, srama, ne iz razloga što nisu dovoljno pripremljeni za javni nastup, već zbog i drugih faktora koji mogu utjecati, primjerice niska razina samopouzdanja i slično.

Brlas (2010:12) navodi kako čovjek s okolinom razmjenjuje podatke na dva načina; prvo – prima podražaje iz okoline i na taj način doživljava svoju okolinu i s tog aspekta se psihologija bavi proučavanjem čovjekova doživljavanja, dok drugo – on nastoji upravljati svojom okolinom, nastoji nešto i promijeniti u okolinu i prilagoditi je sebi. Vrlo je važno reći kako javni govor često može omogućiti stvaranje veza s ostalima, može utjecati na odluke te može poticati na promjene. Nezamislivo je u poslovnom svijetu bilo što postići kada bi izostale komunikacijske vještine, stoga, upravo je javni govor jedan od najvažnijih, za određene ljude i najstrašnji oblik komunikacije. On pruža jednu osobnu prednost, a to je da na ovaj način svaki čovjek izgradi samopoštovanje.

Markovičić (2021:29) iznosi kako je javni nastup umjetnost sadašnjeg trenutka. Najčešće ljudi nemaju priliku popraviti ili promijeniti svoj nastup naknadno. Često javni nastupi budu i snimani i zabilježeni za potrebe analize, arhive ili medija. To znači da je svu pripremu potrebno obaviti prije samog nastupa i riješiti eventualne sumnje. Za vrijeme nastupa nema vremena za sumnje i analize. Treba biti u sadašnjem trenutku, u trenutku izvođenja, usredotočen i okretan.

Carnegie (1895:147) smatra kako postoje samo četiri načina posredstvom kojima se kontaktira svijetom, te ljudi procjenjuju jedni druge i svrstavaju na osnovi te četiri vrste kontakata: što netko radi, kako izgleda, što kaže i kako to kaže. Prema Rouse (2005: 172) bez obzira koliko bila dobra struktura i sadržaj govora, način na koji se izlaže publici imati će najveći utjecaj na konačan dojam. Najmanje poželjne mogućnosti su čitanje riječ po riječ iz pripremljene skripte ili oslanjanje na pamćenje. Važno je znati da ukoliko je vrijeme ograničeno, obavezno se treba držati zadanog vremena. Govoreći brže, posrće se za improvizacijom, a ona gotovo baš nikada ne uspijeva.

Markovičić (2021: 21) objašnjava kako ciljevi javnih nastupa mogu biti različiti, iako mogu biti od iste svrhe. Neki od ciljeva mogu biti takvi da educiraju, informiraju, inspiriraju, motiviraju, uvjeravaju i osvješćuju. Ovisno o cilju, može se kreirati više javnih nastupa, a mogu svi imati zajedničku svrhu. Kada su svrha i cilj jasni, onda su sva komunikacija, ključne poruke kao i sama retorika, jasni. Važnost cilja i svrhe u javnim nastupima u svoj svojoj punini ističu važnost te snagu riječi, kao ključnog alata u prenošenju ideja i emocija.

2.1. Retorika

Retorika nije umjetnost lijepog govora, već umjetnost uvjeravanja (Sedić, 2014). Marković (2008: 10) postavlja pitanje zašto Nikola Tesla nikada nije dobio Nobelovu nagradu i je li to imalo veze s njegovom sposobnošću prezentiranja, skromnošću ili pak asocijalnošću? Odgovor na ova pitanja leži najvećim dijelom u govorničkoj vještini, stupnju samopouzdanja, vještini argumentiranja. Danas je retorika interdisciplinarna znanost koja objedinjuje znanja iz psihologije, lingvistike, fonetike, semiotike, stilistike, komunikologije, a integrira i suvremena znanja o ponašanju životinja iz kojih su povučene paralele s ljudskim ponašanjem, osobito u području neverbalnog.

Ethos (koji se ponekad naziva i pozivanje na etiku), koristi se kao sredstvo za uvjeravanje publike putem autoriteta ili vjerodostojnosti onog tko uvjerava, bilo da se radi o uglednoj ili iskusnoj ličnosti na tom području ili čak popularnoj slavnoj osobi.¹ Ovaj element retorike oslanja se na ugled osobe koja prenosi poruku. Pisac ili govornik mora biti istaknuta osoba ili poznati autoritet na temu.²

Pathos djeluje u sprezi s logosom (logikom) i ethosom (vjerodostojnost) kako bi se stvorio čvrst argument. Međutim, svaki argument ne koristi sva tri retorička sredstva. Svaki pisac mora odabrati koja će kombinacija retoričkih sredstava dobro funkcionirati za njegovo ili njezino pisanje i odgovarati odabranoj temi. Ispravno korišten, patos može oživjeti blage argumente za publiku. Patos nudi način da se publika poveže s temom kroz uobičajene emocije. No, važno je odrediti kada će patetika biti korisna, a kada samo zamutiti svađu. Pathos izaziva emocionalni odgovor čitatelja pozivajući se na empatiju, strah, humor ili neku drugu emociju.³

¹ <https://examples.yourdictionary.com/examples-of-ethos-logos-and-pathos.html> (posjećeno 8.12.2021.)

² <https://www.masterclass.com/articles/writing-101-what-is-rhetoric-learn-about-rhetorical-devices-in-writing-and-3-modes-of-persuasion-in-rhetoric#3-modes-of-persuasion-in-rhetoric> (posjećeno 8.12.2021.)

³ <https://writingcommons.org/article/pathos/> (posjećeno 8.12.2021.)

Ovaj način uspostavlja emocionalnu vezu s publikom. Oglasi često povlače srce kako bi utjecali na ljude da kupe proizvod ili uslugu. Patos se također koristi u književnosti kako bi se čitatelji potaknuli da ulažu u priču.⁴

Logos omogućuje da ljudi shvate principe i oblike, tj. on je aspekt osobnoga rasuđivanja.⁵ Poput Platona i njegovog učitelja, Aristotel bi više volio da govornici koriste ispravno razmišljanje, ali Aristotelov pristup životu bio je pragmatičniji od Platonovog i on je tako mudro primijetio da vješti govornici mogu uvjeriti pozivajući se na dokaze koji se čine istinitim.⁶ Ovaj argument se poziva na logiku i razum. Oslanja se na sadržaj poruke, uključujući podatke i činjenice, kako bi podržao svoje tvrdnje. Harper Lee koristi logotipe u scenama u sudnici u filmu *To Kill a Mockingbird* (prevedeno na hrvatski *Ubiti pticu rugalicu*). Kako bi uvjerio porotu da je dešnjak Tom Robinson nevin, Atticus Finch pokazuje dokaze koji dokazuju da je krivac morao biti ljevoruk, isključujući Robinsona kao osumnjičenika.⁷

2.2. Govornik i govorništvo

Ne postoji rođeni govornik, dobar govornik postaje se ulaganjem enormne količine vremena i truda (Pizek, 2016). Govornika od one osobe koja ga sluša, stvarno razlikuje stupanj izloženosti, a samim time i odgovornosti. Sram i tremu može se suzbiti itekako govorničkim iskustvom, a može se steći u govorničkim školama. Mnogo se govori, ali se malo pazi na pravo govorništvo. Govor koji djeluje uvjerljivo, smatra se glavnom crtom govorništva (Doppelhammer, 1968). Prema Marković (2008: 167), u okviru nastave materinjeg jezika, uči o tri osnovna dijela govora – uvod, glavni dio i zaključak. Ova pojednostavljena varijanta dobar je početak. Svaka znanost propisuje neke norme, pa je tako i prepoznavanje uobičajene govorne forme znak obrazovanosti i truda govornika da poštuje pravila „struke“.

Ova tematika ima veliku važnost u polju profesionalnog rasta i razvoja onih koji se bave odnosima s javnošću, novinarstvom, prodajom, predavanjima i mnogih drugih (Labaš, 2021). Nikako nije loša misao da se treba sačuvati malo srama i straha u svakom javnom istupu. Suvremena civilizacija je konstantno u potrazi za izgubljenim govorom, a odgovor je zapravo cijelo vrijeme unutar nas. Svatko treba njegovati jezik, svoje znanje, a time i komunikaciju kako bi se stvorio ugodan život za sebe i sve one koji nas okružuju (Prgomet, 2019). Najvažniji savjet

⁴ <https://www.masterclass.com/articles/writing-101-what-is-rhetoric-learn-about-rhetorical-devices-in-writing-and-3-modes-of-persuasion-in-rhetoric#3-modes-of-persuasion-in-rhetoric> (posjećeno 8.12.2021.)

⁵ <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=37001> (posjećeno 1. 4. 2022.)

⁶ <https://www.thoughtco.com/logos-rhetoric-term-1691264> (posjećeno 8.12.2021.)

⁷ <https://www.masterclass.com/articles/writing-101-what-is-rhetoric-learn-about-rhetorical-devices-in-writing-and-3-modes-of-persuasion-in-rhetoric#3-modes-of-persuasion-in-rhetoric> (posjećeno 8.12.2021.)

koji se može primijeniti jest da treba ispravno posložiti priču, odrediti joj koja je svrha, što se njome želi reći i kakav se učinak želi postići, a tek kada su ta tri aspekta definirana, nesigurni izlagač postaje odlučan i samopouzdan.

Neki ljudi su prirodno pristupačni i otvoreni prema drugima pa im održavanje zanimljivog javnog govora ne predstavlja problem. S druge strane, oni koji nisu toliko vješti trebali bi pripaziti na usmjerenost prema publici i iznošenje zanimljivih priča umjesto dosadnih činjenica. Istraživanje publike je ključ, a zadržavanje pozornosti je cilj (Ćorluka, 2019). Stoga, javni govornik koji odiše samopouzdanjem smatra se sigurnijim, točnim, obrazovanijim, inteligentnijim i dopadljivijim od govornika koji je manje siguran u ono što govori.

Marković (2008: 164) pak ističe kako dobar govornik, prema kriteriju europske publike je entuzijastičan (voli govoriti pred publikom i uspostavljati kontakt s njom), dobro je pripremljen (navodi primjere kojima argumentira temu), precizan je (ima jasan cilj i poruku), ugodan je za slušanje, prirodan, uvjerljiv, dosljedan, dojmljiv i srdačan (stvara simpatije publike).

Vodopija (2006: 51) napominje kako govornik, govor i publika, tri su ključna faktora govorništva ili tri predmeta proučavanja jednako važna u procesu uvjeravanja. Nadalje, prikazuje usporedbu u području govorništva od antičkoga doba do danas.

Gruber (2011: 63) na zanimljiv način iznosi kako, kad već postoji priča, važno ju je učiniti svrsishodnom. Tržište (u ovom slučaju publika) vapi za pričama, pa stoga joj priču treba i pružiti. Kroz priče činjenice i brojevi postaju lako pamtljivi, jasni i pozivaju na djelovanje. Time se potiče empatija i pričanje lice u lice, pa slušatelji neće samo čuti već i osjetiti. Učinkovito pripovijedanje nije zabavni, nego dobar posao.

2.3. Vrste govora (prema cilju)

Prema Carnegie (1895: 93) za svaki govor, pripremljen ili improviziran, bitna je svrha govora. Isto tako svaki govor, bio govornik ga svjestan ili ne, ima jedan od četiri cilja, prema kojima ga se može odrediti u koju kategoriju spada i koji su trenuci bitni pri pripremi istih. Dakle, imajući u vidu govornikove ciljeve, oni se mogu podijeliti na 4 glavne vrste: govor s ciljem informiranja, govori uvjeravanja, govori u posebnim prigodama, te zabavni (Tomić, Radalj, Jugo 2020).

Abraham Lincoln je idealan primjer kako se snalazio u svim vrstama govora jer je znao što je njegov cilj u svakom od tih govora i znao je kako to ostvariti. Svrha govora se mora poklopiti s

očekivanjem skupa, i upravo je to ono što svaki govornik treba znati ukoliko želi postići uspjeh, inače je govor promašen a govornik osramoćen.

2.3.1. Informirajući govor

Carnegie (1895: 18) pak iznosi kako je informirajući govor onaj s ciljem obavještanja, upoznavanja slušatelja s temom ili s određenim podacima. Nadalje, on objašnjava kako takve govore ljudi obično drže mnogo puta na dan dajući upute i obavijesti, tumačeći ili podnoseći izvještaje. Od svih govora što se svaki tjedan održavaju po cijelom svijetu, govor informiranja dolazi odmah iza govora uvjeravanja ili poticanja na djelovanje.

Lucas (2015: 300) objašnjava kako govorništvo koje se koristi u službi informiranja potrebno je u mnogobrojnim svakodnevnim situacijama. Poslovni menadžer objašnjava budžet za sljedeću godinu, arhitekt izvještava o planovima nove zgrade, vođa zajednice informira članove o novim ugovorima. Beskrajno je puno primjera u kojima ljudi informiraju jedni druge. Sposobnosti su u ovom području vrlo bitne u svakodnevnim situacijama.

2.3.2. Govori uvjeravanja

Lucas (2015: 326) iznosi kako je uvjeravanje psihološki proces, te se događa u situaciji u kojoj postoje dva ili više gledišta. Govornik podržava reformu socijalnog osiguranja, ali mnogi slušatelji ne podržavaju. Različita gledišta mogu biti posve suprotstavljena ili se mogu neznatno razlikovati u stupnju. Od svih vrsta javnih govora, uvjeravanje je najsloženije i najizazovnije. Cilj je ambiciozniji nego u informativnom govoru, a analiza publike i adaptacija postaju mnogo zahtjevnije. U nekim pak uvjeravajućim govorima, govornici se bave s kontroverznim temama koje se tiču temeljnih stavova, vrijednosti i uvjerenja publike, što za ishod ima povećanje njihovog otpora na uvjeravanje i time otežavaju zadatak govornika. Govor uvjeravanja se može definirati kao onaj oblik govora s ciljem da potakne slušatelje na djelovanje, objašnjava Carnegie (1895: 93).

Posebno zanimljivo područje kojem se bavila Kišiček jest ono gdje je uočila kako retorika nije uvijek povezana s uvjeravanjem. Još veću pozornost plijene činjenice kako nije niti svako uvjeravanje retorika te u istoj mjeri ne mora biti svaka komunikacija retorika. Ono što što budi intrigu jest rečenica „Svaka retorika jest uvjeravanje, ali nije svako uvjeravanje retorika“, Kišiček (2013: 153-169).

Lucas (2015: 324) pak objašnjava kako je uvjeravanje proces stvaranja, osnaživanja ili mijenjanja ljudskih uvjerenja ili djelovanja. Sposobnost uvjeravanja govorom (i pisanjem) koristi

u svakom dijelu života, od osobnih odnosa do djelovanja u zajednici i ostvarivanja poslovnih ambicija. Bez obzira na to kakvoj se situaciji radi prilikom izvođenja govora, potrebno je osigurati da su ciljevi moralno zdravi i služiti se etičnim metodama prenošenja vlastitih ideja. Ispunjavanje ovih obveza može biti osobito izazovno kada se govori s ciljem uvjeravanja.

Poznavanje činjenica nije dovoljno. Važno je biti iskren u svome govoru. U etičnom sastavljanju govora nema mjesta namjernom iskrivljavanju izjava i namjernom zavođenju na kriva mišljenja. Također valja biti oprezan pred suptilnijim oblicima nepoštenja kao što su citiranje izvan konteksta, prikazivanje nekolicine detalja kao cjelovitog događaja i lažno predstavljanje izvora činjenica ili pak i statističkih podataka. Važno je prikazati statistike, svjedočanstva i ostale dokaze pošteno i precizno, objašnjava Lucas (2015: 325).

2.3.3. Govor u posebnim prigodama

Općenito govoreći, govor za posebne prigode je govor osmišljen tako da se bavi i uključi kontekst i emocije publike u određenoj prilici. Poput informativnih ili uvjerljivih govora, govori za posebne prigode trebali bi prenijeti jasnu poruku, ali način govora je obično drugačiji. Riječ "posebni" u terminu "govori za posebne prigode" donekle je subjektivna jer su neke prigode doista posebne prilike (npr. zdravica na vjenčanju, govor za prihvaćanje nagrada na banketu, hvalospjev voljenoj osobi), mogu se održati i na svakodnevnim događajima, kao što su stotine govora za odnose s javnošću koje velike tvrtke drže svaki dan. Cilj govora za posebne prigode je u konačnici pobuditi emocije publike i natjerati ih da se osjećaju na određeni način kao odgovor na situaciju ili priliku.⁸

2.4. Postoji li razlika između javnog govora i razgovora?

Prema Lucas (2015) javni nastup se definira kao proces govora određenoj publici ili pak ciljanoj skupini ljudi s glavnim ciljem obavještanja, utjecanja na publiku ili čak zabavljanja publike. Važno je znati tko se kome obraća, koristeći se kojim sredstvima i očekujući kakav učinak. Unatoč sličnostima, razgovor i javni govor nisu istovjetni. Bilo da se komunikacija između ljudi odvija u skupinama, ili pak između pojedinca i skupine, između dva govornika, radi se o razmjeni poruka u kojoj se potiče povratna informacija. Danas, gotovo da i ne postoji institucija u kojoj ovakva vrsta umijeća ne dolazi do izražaja, objašnjava Šego (2005).

⁸ <https://alg.manifoldapp.org/read/exploring-public-speaking-the-free-dalton-state-college-public-speaking-textbook-4th-edition/section/76584c21-5e23-4f2f-b880-257550fe44e6> (posjećeno 15.12.2021.)

Markovičić (2021: 32) objašnjava kako pozitivna trema u javnim nastupima osjećaj je odgovornosti koji govornik ima prema svojoj publici, prema svom sadržaju, i to je onaj osjećaj koji tjera na dobru i temeljitu pripremu. Koliko god imali iskustva za sebe, uvijek se treba pripremati. S vremenom će se mijenjati način i vrijeme pripreme, to je sasvim prirodno. No, nikad ne treba pomisliti da sve znamo i da nam priprema ne treba. Uvijek treba težiti učiti dalje i napredovati korak dalje.

Lucas (2015: 7) ističe kako mnoge vještine iz svakodnevnog razgovora primjenjuju se i u govorništvu. Učeci govoriti učinkovitije, može se naučiti učinkovitije komunicirati i u drugim situacijama. Prema tome govorništvo uvelike zahtjeva vještine koje se koriste u uobičajenoj komunikaciji. Većina ljudi koji dobro komuniciraju u svakodnevnim razgovorima mogu naučiti jednako dobro komunicirati u javnosti. Vještine dobrog govorenja mogu ljude učiniti vještim govornicima u raznovrsnim situacijama kao što su razgovori, rasprave na predavanjima ili pak poslovni sastanci.

Naime, u odnosu na razlike javnog govora i govorenja, shodno veličini publike, ukoliko ona raste, tako se i ponašanje mijenja s trima glavnim razlikama, a radi se o tome da je javni govor strukturiran, on zahtjeva formalnije izražavanje i zahtjeva drugačiji način izlaganja. Ono što se može učenjem i vježbanjem razviti, jest prevladavanje tih triju razlika te se u konačnici proširuju komunikacijske vještine, objašnjava Lucas (2015: 9).

2.5. Glosfobija

Vodopija (2006: 51) objašnjava kako trema pred javni nastup, prevelika samokritičnost, introvertiranost ili strah od kritike publike najčešći su razlozi zbog kojih se poneka odlična ideja ili poslovni projekt nikada neće realizirati ili što se fantastičan proizvod nikada neće pojaviti na policama i zaživjeti u uporabi. Riječ trema potiče od latinske riječi *tremere* što znači drhtati, jer je drhtanje tijela, osobito ruku, osnovna manifestacija organizma za vrijeme izloženosti stresu. On kao takav, javlja se pred javni nastup. Ima svoju evolucijsku podlogu u potrebi čovjeka da se ne izlaže samostalno pred grupom. Prema Makovičić (2021: 13) nekada je najveća prepreka u nama samima. U stavovima, prošlim lošim iskustvima ili otporu koji se steče prema javnim nastupima.

Kako u obrazovnom sustavu, tako i u poslovnom svijetu, javni nastup je neizbježan, a stoga i popratna trema koju je, bez dovoljno vježbe, teško savladati. Potrebno se je suočiti s ovim problemom. Obzirom da postoje istraživanja o društvenim situacijama koje iziskuju strah ljudi, držanje javnog govora nalazi se gotovo pri samom vrhu popisa. Kognitivna bihevioralna teorija sugerira da je strah od govorništva vrsta društvene fobije (Landripet, 2017). Nužno je prikazati

javni govor kao sredstvo uvjeravanja te predočiti činjenicu kako je trema u javnom govoru posve normalna, pa i poželjna, zatim, objasniti važnost pripreme prije izvedbe javnog govora jer dobro pripremljen govor je preduvjet za kvalitetan nastup govornika te istražiti specifičnosti koje uspješni govornici koriste uz određena pomagala da bi u konačnici utjecali na percepciju javnog govora i publike kojoj je namijenjen (Kolenko, 2019). Može se ustvrditi kako govornik zna za svoj strah i sram i izvana se on može primijetiti, pa mu to dodatno povećava strah od javnog nastupa, no izvana se može samo primijetiti plašljivi glas ili njegovo podrhtavanje, nekontrolirane jakosti ili brzine, i slično.

Prema Carnegie (1895: 27) nije novost da se ljudi boje javnog govora, no svakako je i korisno malo treme iz razloga što je ona prirodni način da se čovjek pripremi za susret s neobičnim izazovima okoline. Razlozi za paniku nije ubrzani rad srca i obiljevanje znoja. Poželjno je ta takve vanjske fiziološke pripreme ostaju u normalnim okvirima jer rezultiraju bržim razmišljanjem, uvjerljivijim govorom. Oni koji tvrde da su u svako doba „hladni kao krastavac“ obično su isto i debelokožni i uglavnom kod publike pobuđuju isto toliko oduševljenja kao krastavac.

2.5.1. Što uzrokuje glosfobiju?

Obzirom da je točan uzrok glosfobije nepoznat, takva vrsta poremećaja može biti posljedica genetskih, ekoloških, bioloških i psiholoških čimbenika. Škarić (2000: 166) pak navodi kako je sasvim normalno da se ljudi srame javno govoriti i da osjećaju strah od takvih govora. Čak smatra kako bi besramno i neodgovorno bilo istupanje bez srama i straha. Uzroke srama i straha smatra realnim i nerealnim i oni se često javljaju iz razloga jer se mogu nepotrebno umnožavati zbog pogrešnih procjena u nepovoljnom smjeru svih navedenih razloga, čak i iz samokritičnosti. Vrlo često govornici znaju auditorij smatrati neprijateljski nego što doista je.

Marković, Š. M. (2008: 55) objašnjava kako neki od uzroka mogu biti i osjećaj prostorne izloženosti i bespomoćnosti, slaba govornička vještina, nedovoljna priprema, velik i zahtjevan auditorij, nepoznavanje teme govora, strah od kritike, strah od zastoja i zaboravljanja teksta, strah od blamaže (gubitka dobre reputacije), strah od autoriteta, strah od – straha (ovaj je strah najgori neprijatelj jer je iracionalan).

Vrlo je važno napomenuti kako ne postoji samo strah i sram od javnog govora, ovdje se radi o strahu od svega što se čini javno, što je važno i što bi moglo imati krupnu posljedicu. Škarić (2000: 167) ističe kako treba nastojati biti stvarni i u samo-percepciji što snažniji i što veći, a ne se samo prikazivati takvima. Čovjeka je strah ponajviše upravo od te razlike, odnosno da se ne otkrije da nije toliki koliki se prikazuje. S druge strane, treba pristajati na gubitak onoga čega

nema, tj. na gubitak umišljenih vrlina, pristati da se smije primijetiti pogrešivost jer svi su pogrešivi, da se smije primijetiti da netko manje vrijedi nego. No što kada to prelazi granice?

2.5.3. Koraci akcije

Liječenje ovakve vrste fobije može biti složeno te može zahtijevati brojne pristupe. Neizbježne su psihološke intervencije. Ovakva vrsta liječenja uključuje terapije razgovorom, a one su *kognitivna bihevioralna i terapija izloženosti*. Lijekovi ne služe liječenju fobija, međutim, liječnik može prepisati lijekove onom tipu ljudi koji imaju značajnije anksiozne simptome.

Prema Carnegie (1895: 29) jedan od najsigurnijih načina za suzbijanje straha od javnog govorenja je stjecanje iskustva nizom uspješnih govora. Potrebno se detaljno pripremiti. Nadalje ističe ukoliko se želi postići samopouzdanje, valja učiniti jedinu stvar koja će dati sigurnost povezujući paralelu sa Danielom Webster koji je rekao da bi se prije u javnosti pojavio napola odjeven nego napola pripremljen.

Vodopija (2006: 42) ističe vježbe koje pomažu u razvoju retoričkih sposobnosti, za *inventivnost* je „brain storming“, „brain mapping“. Vježbe za *raspoređivanje*, te vježbe za *jezično oblikovanje* (odabir riječi kojima će se izraziti misao), za *aktivnost* (za usvajanje vrednota govornog jezika), za *intonaciju*, za *monitoring*.

2.6. Priprema govora

Prema Vodopija (2006: 36) dobar javni nastup, u većini slučajeva, plod je dobre pripreme i minimuma improvizacije. Zanimljivo je da su mnoga, većim izvorsna i naizgled spontana i improvizirana izlaganja, ustvari dobro i profesionalno odrađeni zadaci na pripremi i realizaciji javnog nastupa. U uspjehu javnog nastupa velik udio ima i praksa nastupanja. Praksa pomaže u otklanjanju treme i u profesionalizaciji nastupa. No, osnova svega jest znanje retorike. To je ukupnost pravila govorništva koja osiguravaju da govor koji se drži bude sistematiziran i precizan.

Teorijski optimum govorne komunikacije postignut je onda kada su uloge govornika i publike izjednačene, odnosno kada govor do polovice oblikuje govornik, a od ostalo do-oblikuje publika, ističe Škarić (2000: 44). Prema Carnegie (1895: 18) sposobnost uspješnog komuniciranja s okolinom i umješnost pridobivanja ljudi za suradnju glavni su preduvjeti za uspješno napredovanje prema vrhu. Od same pomisli na zadovoljstvo i radost koju nosi dobro odrađeni govor i onaj trenutak kada čovjek ustane i samopouzdanom izloži misli i osjećaje pred publikom, to čovjeku daje osjećaj moći.

Pokušavajući se zaštititi od opasnosti da pred publikom ostanu bez riječi, mnogi govornici hvataju se u zamku učenja napamet. Ukoliko postaju ovisni o ovoj metodi, govornik gubi doista puno vremena, a zakida se za prave rezultate, objašnjava Carnegie (1895: 31). Obzirom na to da ljudi cijeli život spontano komuniciraju, obraćajući vrlo malo pažnje o riječima a više o idejama, lako se dolazi do zaključka ukoliko su ideje jasne, riječi dolaze prirodno i nesvjesno poput disanja.

Nadalje, ističe Carnegie (1895: 32) ako se govor upamti od riječi do riječi, velike su vjerojatnosti da će biti zaboravljen prvom prilikom suočavanja s publikom. Čak ukoliko ga se i ne zaboravi, takav naučen govor biti će izgovaran mehanički iz razloga što nije iz srca, nego iz pamćenja.

2.6.1. Pitanja upućena sebi

Prema Škarić (2000: 68) svaka priprema govora započinje pitanjem *Imam li što reći i čemu govoriti?* upućenim sebi. Mutni ili neiskreni govori upozoravaju da treba odložiti govorenje ili sasvim odustati. Važno je ne podlegnuti napisanim mislima. Nakon što se govornik preispita i donese zaključak da može ili čak mora govoriti, treba osvijestiti okolnost govora, narav publike i vrstu govora. Važno je istaknuti kako odabrana tema zadaje i trajanje govora. Govor ima pet uzastopnih radnji koje je važno usvojiti upravo tim redosljedom je svaki idući korak nije puka projekcija ili rekapitulacija prethodno. Radi se o pronalaženju, raspoređivanju, sastavljanju, zapamćivanju te izricanju.

Nadalje, Škarić (2000: 69) objašnjava kako prva faza, faza *pronalaženja*, može iziskivati čak i nekoliko mjeseci upornog rada, no može prema okolnostima i biti trenutna, te se upravo ona najčešće nemilice skraćuje zbog lijenosti ili pak nekulture. *Raspoređivanje* nije samo sređivanje prikupljenog, već je to i preispitivanje te dopunjavanje prema zahtjevu retoričko-logičkog okvira. Podijeljen je na tri glavna dijela (uvod, izlaganje i zaključak), te se svaki od tih glavnih dijelova može na razne načine dalje granati. *Sastavljanje* se odnosi na preobrazbu misli u tekst i slijedi raspoređivanje, može se učiniti potpunom ili djelomičnom tekstualizacijom, a razlika je u tome što se u djelomičnoj samo poneke rečenice sastave (obično one koje izriču glavne misli ili se izvode logički izvodi). *Zapamćivanje* ukazuje na to kako postoje govornici koji svoj govor uče napamet i to ne samo svoj tekst, već cjelokupnu interpretaciju. Na neki način, on im daje sigurnost u nastupu, ali može biti i promašaj ukoliko se čuje da je naučen napamet. *Izricanje* govora preostaje i nakon mnogih priprema. Tu se cjelokupno govorničko školovanje i cijela priprema govora sabire u sadašnjost govora. Govornik zaboravlja da je ikad išta pripremao i govorio kao da sad stvara pa

slušači to čuju kao sadašnju misao, sadašnje nadahnuće i kao prirodnu sposobnost da se dobro govori, objašnjava Škarić (2000: 69).

Prema Carnegie (1895: 163) za većinu govornika dobra je formula T-V-G (T-tema, V-važnost, G-govornik), iako formula dopušta i upotrebu mašte. Nijedan pametan čovjek neće početi graditi kuću bez ikakva nacrt, pa zašto bi onda počeo govor bez jasne predodžbe što njime želi postići. Zaključno, Škarić (2000: 169) smatra da nije loše sačuvati malo srama i dozu straha prilikom javnog govora i nastupa. Dobro ih je smanjiti do te mjere gdje se govornik više ne srami svog srama i ne plaši svog straha. Važno je snažiti svoje tijelo, usvojiti što više govorničkih znanja i vještina, ne govoriti javno bez znanja predmeta o kojem će se govoriti, bez dobre pripreme govora te uvida u vrstu publike koja sluša i bez uvida u okolnosti u kojima se govori.

Prema Vodopija (2006: 39) vrlo je važno znati kome se obraćamo i treba voditi računa da u obraćanju svi razumiju. Različita publika na razne će načine interpretirati iste pojmove i isti pojam kod raznih ljudi može pokrenuti razne asocijacije. Komunikacija nije samo izlaganje, ona je nastojanje onoga tko govori da publici prevede i približi svoje misli i iskustva, stoga komunikacije nikada nije savršena, ali je uvijek moguća.

3. ARGUMENTACIJA

Sam pojam „argument“ (lat. *argumentum*) prema definiciji Leksikografskog zavoda Miroslav Krleža je „dokaz, rasuđivanje zasnovano na činjenicama kako bi se dokazala ili pobila određena tvrdnja.“⁹ Pretragom interneta, može se svakako pročitati i kako je argument čin ili proces raspravljanja, zaključavanja ili pak rasprave. Argumentacija je pak proširena kao čin ili proces formiranja razloga i donošenja zaključaka i njihova primjena na predmet o kojem se raspravlja.¹⁰

Prema Rouse (2005: 191) argumentiranje baš kao i sami pregovori definicijom su kao socijalni proces interakcije i komunikacije među ljudima sa svrhom postizanja zajedničkih interesa te kako bi se postigli zadani ciljevi i izbjegli eventualni konflikti. Svaka argumentacija ima istu opću strukturu koja se sastoji od (i) tvrdnje, (ii) očitosti i (iii) razumske veze (Bodlović, 2015). Argumenti se koriste za obranu odluka, za kritiziranje stavova, prosuđivanje postupaka i pronalaženje istine, oni se trebaju shvaćati kao svaku razumnu potporu pojedinoj tvrdnji s razlozima za njezino prihvaćanje (Sedić, 2014).

Vještine argumentiranja spadaju među bitne kognitivne vještine 21. stoljeća iz razloga što se sve češće ljudi suočavaju sa složenijim problemima koji od njih zahtijevaju pažljivo, uravnoteženo razmišljanje da bi ih u konačnici riješili. Formuliranje dobro podržanog argumenta zahtijeva posao. Dobri argumenti potkrijepljeni su dokazima, a pronaci dokaze znači provesti neko istraživanje.¹¹ Već da bi i samo argumentiranje krenulo, važno je razviti dijalog. Nekako se smatra da bi on mogao započeti istraživanjem sumnji koje će daljnje sudjelovanje zapravo ga dodatno pojačati, i važno je da nema ograničenja na bilo koju vrstu sadržaja. Upravo u tome leži činjenica kako tako isključivanje određenog sadržaja za posljedicu može sadržati bogati materijal za neko daljnje propitivanje (Bohm, 2009).

Argument je središnji pojam za filozofiju. Filozofi se uvelike oslanjaju na argumente kako bi opravdali tvrdnje, a ta praksa je tisućljećima motivirala razmišljanja o tome što su argumenti i argumentacija. Štoviše, argumentacijske prakse također su rasprostranjene i drugdje; prožimaju znanstvena istraživanja, pravne procedure, obrazovanje i političke institucije. Proučavanje argumentacije je interdisciplinarno polje istraživanja, koje uključuje filozofe, teoretičare jezika, pravne znanstvenike, kognitivne znanstvenike, informatičare i politologe, između mnogih drugih. Ovaj unos daje pregled literature o argumentaciji oslanjajući se prvenstveno na filozofske izvore,

⁹ <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=3704>, (posjećeno 9.4.2022).

¹⁰ <https://www.merriam-webster.com/dictionary/argumentation> (posjećeno 27.12.2021.)

¹¹ <https://libguides.greenriver.edu/c.php?g=179931&p=1182904> (posjećeno 27.12.2021.)

ali i opsežno surađujući s relevantnim izvorima iz drugih disciplina.¹² Danas je neizbježan pristup donošenju odluka koji uzima u obzir stvarnu argumentaciju pri čemu racionalni komunikatori čine najbolje što mogu da bi opravdali svoja stajališta u određenom kontekstu.

Obrazloženje i argument su ključne komponente uvjerljivog govora. Argumenti su tvrdnja koju iznosi govornik. Dokaz je dokaz koji podržava tvrdnju. Nalozi su veza između dokaza i zahtjeva. Govornici također moraju paziti da izbjegnu i budu svjesni logičkih zabluda.¹³ Argumentaciju možemo svrstati štoviše i u vrlo logičan način rasprave, jer argumentacija zapravo koristi logiku, uvjeravanje te i razne taktike rasprave kako bi se došlo do zaključka te dokazao svoj stav. Pri tome se nameće pitanje, zašto je upravo ta argumentacijska vještina važna? Argumenti pomažu naučiti razjasniti osobne misli te ih artikulirati iskreno i točno, ali i razmotriti ideje drugih na način pun poštovanja ili na kritičan način.

Škarić (2011: 13) pak definira argumentaciju kao oblikovanje teksta kojim se pridobiva razumski. On tako iznosi kako snaga argumenta u pridobivanju ne leži u snazi istine koju oni iznose, već u uvjerenju publike, odnosno slušatelja da bi izneseno moglo biti istinito. Objašnjava kako retorika općenito ne traga za istinom nego za prihvaćanjem onoga što govornik zastupa.

Markovićić (2021: 37) ističe kako dobra, kvalitetna komunikacija i svijest o svim njezinim segmentima su *must have* u današnjem ubrzanom svijetu preplavljenom raznim sadržajima. Biti dobar govornik dio je one kulture i društva koji se želi graditi za današnju djecu – a to je kultura dijaloga – gdje je riječ glavno oružje, a glavna faca u društvu je onaj s najboljim argumentom.

Prema Škarić (2000: 99) tvrdnja kako nema dokazivanja bez činjenica je poprilično točna. Misliti se može samo o nečemu što se zna. Treba nešto znati, a da bi se znalo, važno je prikupiti činjenice, podatke i argumente. On smatra kako je loša, čak i nekulturna navika pouzdavanja u svoju „bistru glavu“. Dobri govornici žele istini prići što bliže i njome i u nju uvjeriti druge, uvijek prije govora imaju uza se mnogo papirića, mnogo podataka. Naravno, za to se treba dobro pripremiti, ali drugačije ne ide jer se bez poznavanja činjenica uvijek i kod zdrave pameti – priglupi.

Svaka se izjava temelji na nizu ne tematskih pretpostavki koje su je povezale sa "znanjem o ishodu" i koje se ne mogu kritički reflektirati u procesu argumentacije koji se fokusira na usko "područje relevantnost" komunikacije. Habermasova analiza svakako pokazuje da se velik dio svakog argumentacijskog procesa odvija upravo na taj način (Škerlep, 1989).

Škarić (2011: 13) vrlo jasno obrazlaže kako logički obrasci (formalne logike, matematike, aksiomatike i prirodnog zakona) i oni koji čine retoričku argumentaciju razlikuju se u sadržaju

¹² <https://plato.stanford.edu/entries/argument/> (posjećeno 27.12.2021.)

¹³ <https://ohiolink.oercommons.org/courseware/lesson/1961/overview> (posjećeno 27.12.2021.)

premda su im okviri jednaki pa se zato kaže da argumentacija slična logiku, ali da ona to nije. Ističe kako je hrvatska riječ za argumentaciju obrazlaganje, a za argument razlog. Stoga izvlači zaključak kako riječi dokazivanje i dokaz pripadaju metodi, koja nastoji doći do istine, a ne do uvjeravanja drugih u nešto.

Ono što je također vrlo važno teorijski obrazložiti u ovome radu jest sud koji treba argumentirati ili obrazložiti, da bi bio razumski prihvaćen, a zove se tvrdnja. Tvrdnju treba obrazložiti ili argumentirati ako je ona u bilo kojoj količini publici neprihvatljiva, tj. ako postoji stanovit početni disens, obrazlaže Škarić (2011: 13).

Škarić (2011: 22) objašnjava da je argumentiranje valjano ako zaključak, koji slijedi iz veza s osloncem, bude identičan s tvrdnjom. Disens se retorički poništava tako što se pronalazi i publici predoči nešto o čemu se može pretpostaviti da je publici očito, tj. poznato i prihvatljivo. To nešto može biti takozvano opće mjesto ili topos ili neki poznat slučaj (definicije, stereotipi, citati, zakoni, primjeri ilustracija, podatci, činjenice, svjedočenja, autoriteti). Po tom se poznato što čvršće poveže s tvrdnjom, čime ona postaje jasna i prihvatljiva, kao što je bilo ono s čime se povezuje. To se može slikom prikazati na način:

Marković (2008: 174) ističe kako glavni dio govora obiluje argumentima, podacima, dokazima. Argumentacija u pet koraka jedan je od najpoznatijih načina logičkog i preglednog načina argumentiranja i sastoji se od početne teze, pojašnjenje koje pojačava osnovnu tezu, stručno dokazivanje, emocionalno pojačavajući primjer, zaključak koji iz toga proizlazi.

Nadalje, Novosel (2015: 171) objašnjava kako pored javnih nastupanja pred publikom ili u medijima, dosta se komunikacijskih aktivnosti odnosi na debatiranje, raspravljanje, argumentiranje. Tijekom rasprave, poželjno je diskutirati što je moguće kraće i pregnantnije, a tek potom ponavljati i šire tumačiti ako se pokaže potreba za tim. Nastojati svo vrijeme zadržati odabranu ulogu i imidž, što bi značilo biti informativan, smiren, siguran u ono o čemu se govori. Na završetku diskutant odgovara na pitanja o tome kakvi su izgledi vezani uz materiju koju je izložio.

Poželjno je ostati pod svaku cijenu i u svakoj situaciji miran i prijateljski raspoložen, te upozoravati na konzekvence (što bi se dogodilo kad bi se ispunili zahtjevi protivne publike). Tijekom debate pozitivno je navoditi razloge zbog kojih se nešto mora ili se moralo učiniti te koristiti pritom konkretne primjere. Svako neslaganje „amortizirati“ prihvaćati osobe uz jasno isticanje sa čime se konkretno ne možemo složiti. Dobra je praksa uzvraćati pitanjima, a ukoliko odgovori ne zadovoljavaj, sami ponuditi odgovore na njih. Žene vole diskutirati kad se osjećaju prihvaćene, sigurne i bliske, a muškarci najčešće kada se treba dokazivati, objašnjava Novosel (2015: 172)

Novosel (2015: 172) nadalje tumači ako se u nečemu pogriješi, ne treba biti zbunjen već odmah priznati pogrešku i ponuditi ispravak. Ljudi ne osuđuju one koji pogriješe i priznaju propust i pogrešku, jer time šalju poruku da su i oni samo ljudi koji poput svih ostalih mogu pogriješiti ali i ispraviti grešku i ići dalje. Pokušaj prikrivanja puno se skuplje plaća jer ga ljudi uglavnom prepoznaju i interpretiraju osobu kao neiskrenu. U slučaju da na neko pitanje ne znamo odgovor, ako znamo tek djelomičan odgovor, dobro je pokušati diskretno skrenuti na svoj teren, odnosno preusmjeriti na ono što je poznato. Međutim, ako zaista čovjek ne zna ili nije siguran u ono što se od njega traži, iskreno treba priznati da to ne zna ali da je spreman u najkraćem roku saznati i ponuditi odgovor.

Prema Lucasu (2015: 357) budući da je većina ljudi skeptična, sumnjičavi su prema neobrazloženim poopćavanjima, važan je pojam služenje dokazima. Žele da govornici opravdaju svoje tvrdnje. Želi li biti uvjerljiv, mora svoje tvrdnje potkrijepiti dokazima. Kada god ustvrdi nešto što je predmet otvorenog ispitivanja, mora pružiti dokaz koji dokazuje da je u pravu. Dokazi su osobito važni na fakultetima za govore na predavanjima, jer studenti nisu priznati stručnjacima u očima svojih kolega. Većini su govornika ipak potrebni snažni dokazi. Oni pojačavaju vjerodostojnost, povećavaju kratkoročnu i dugoročnu uvjerljivost i pomažu „cijepiti“ slušatelje protiv pokušaja razuvjeravanja. Dokazi su ključni kada se ciljna publika suprotstavlja osobnim pogledima. Slušatelji u takvoj situaciji vode mentalni dijalog s govornikom – postavljaju pitanja, iznose prigovore i stvaraju protudokaze da „odgovore“ onome što im se govori. Uspjeh će ovisiti o tome koliko dobro će anticipirati unutrašnje odgovore i pružiti dokaze koji ih pobijaju.

Prilikom strukturiranja niza argumenata govornik uvijek mora biti svjestan činjenice da je slušatelje, koji su za vrijeme izlaganja razvili negativno mišljenje, teško ponovno navesti na prihvaćanje vlastitih stavova. Kad jednom stvori neko mišljenje, promijeniti ga mogu samo uvjerljivi razlozi. Svaki govornik, koji zna da su od samog početka njegovi argumenti okrenuti protiv većinskog mišljenja njegovih slušatelja, mora to uzeti u obzir. Kako na najpovoljniji način rasporediti argumente? Podijeliti ih na jake, srednje jake i slabe, tada izlaganje treba započeti jakim argumentom, ali ne i najboljim, jer dok je s jedne strane potrebno na samom početku pridobiti pozornost slušatelja, s druge strane ne smije odmah potrošiti svo oružje. Zatim uslijediti mogu srednje jaki i slabiji argumenti čija je moć uvjeravanja sada puno jača, jer publika ima dojam da se njima potvrđuje i diferencira na početku izneseni stav i prvi najjači argument. Za zaključak se moraju ostaviti najjači i najuvjerljiviji argumenti jer slušatelj će upravo njih sačuvati u pamćenju (Duden, Huth i Hatje, 1997).

3.1. Razumske veze između oslonca/očitosti i tvrdnje

Novosel (2015: 172) objašnjava kako je prilikom argumentiranja važno voditi računa o ciljnoj skupini kojoj se govornik obraća, pri čemu je dobro upamtiti da se kroz raspravu najmanje obraća protivniku s kojim razgovara ili onima koji su već opredijeljeni u raspravi, najviše neopredijeljenima ili onima koji su distancirani, te zatim pristalicama, onima na njegovoj strani, radi učvršćivanja pozitivnih uvjerenja. Prilikom odgovaranja na pitanja i primjedbe pokazuje se korisnim držati se uloge koju ima (dobronamjeran i siguran izvjestitelj koji daje primateljima mogućnost da odluče), za razliku od promjene uloga koja se često znaju dogoditi posve spontano. U konačnici, važno je da bude svjestan toga, da primarni cilj nije pobjeda, već su to objašnjenja.

Tvrdnja je sud koji treba argumentirati ili obrazložiti da bi bio razumski prihvatljiv. Ona pripada širem pojmu središnje misli. U retorici bi ona bila definirana kao glavna misao govora zbog koje se govor i koncipira. Nju tek najavljuje tema (primjerice o EU fondovima i slično); ona je tek tema bez reme i iz same te naznake govor bi ostao rasplinut. Slikovito se središnja misao uspoređuje sa sjemenkom, s jajašcem ili s genetskim kodom u kojemu je označen cjelokupni govor, iako ga ona u cijelosti određuje pa se sve što ne proizlazi iz središnje misli naziva digresijom, objašnjava Škarić (2011: 23).

Nadalje, Škarić (2011: 23) ističe kako je u pripremi govora vrlo važno, pa i najvažnije, da se središnja misao (tvrdnja) verbalizira. Daleko je od dovoljnoga da si govornik kaže: znam što želim reći. Misao koju zna ili pak sluti, a nije je dohvatio i riječima, stalno će izmicati i razlijevati se. Zato postoji formalni zahtjev, koji se često izbjegava baš zato što je težak – da se formalizira središnju misao i to kao jedinu (ne dvije ili više, ne polovicu), izjavnu (ne upitnu, uskličnu, zapovijedanu ili željenu), neslikovitu rečenicu (iz razloga jer je govornik kazuje samome sebi i nema razloga ta poetizirajući ostavlja dojam sebi samome, nego da uoštreno zna što zapravo hoće reći). U augmentativnoj strategiji središnja je misao tvrdnja čiju valjanost treba provjeriti s dva kriterija, prvi jest sa stajališta njezine originalnosti/trivijalnosti, a druga sa stajališta njene branjivosti.

Lucas (2015: 359) objašnjava kako je nužno koristiti konkretne dokaze, bez obzira koji tip dokaza se koristi, bit će uvjerljiviji ako svoje tvrdnje potkrijepi konkretnim, a ne općenitim jezikom. Dokazi su uvjerljiviji ako ih publika ne poznaje, dakle nema ništa loše koristiti se nepoznatim dokazima. Neće se učiniti mnogo navođenjem već otprije poznatih činjenica. Ako ih do sada nisu uvjerile, neće ni od sada. Potrebno je ići dalje od očekivanja i znanja publike i pružiti nove dokaze koji će ih natjerati da kažu kako to nisu znali. Nadalje, dobro se koristiti dokazima iz povjerenih izvora. Odnosno, slušatelji smatraju izvore iz vjerodostojnih i kompetentnih izvora

uvjerljivijima od dokaza iz slabe kvalificiranih izvora. Slušaatelji su prije svega sumnjičavi prema dokazima iz izvora koji imaju ograničen pogled ili imaju vlastiti interes u debati. Te je prema Lucasu također važno razjasniti smisao svojeg dokaza. Kada se govori s ciljem uvjeravanja, govornik se s dokazom da dokaže neku tvrdnju. Ipak, nevjerojatno je koliko mladih govornika iznosi svoje dokaze bez da razjasne tvrdnju koju moraju potkrijepiti. Koristeći dokaze, važno se pobrinuti da publika razumije tvrdnju koja se potvrđuje.

Tvrdnje koje nisu sporne toj publici, trivijalne su i treba ih odbaciti kao nevrijedne, jer o njima je već prije uspostavljen konsenzus. Vrijednost tvrdnje raste što je početni disens naglašeniji, što ona implicira veće teškoće pri argumentiranju. Stoga je dobro da govornik izvrši procjenu ili ako je moguće mjerenje prethodne količine suglasnosti s tvrdnjom i to izrazi sebi u postotku slaganja/neslaganja s tvrdnjom. Unutar neke teme moguće je čak i pomicati tvrdnju tako da ona od trivijalne postane uoštrena i to često zbog neke „sitnice“ u formulaciji kojih mora biti svjestan i sam govornik te je mora ugraditi u svoju rečenicu u tvrdnji, obrazlaže Škarić (2011: 24).

Škarić (2011: 24) ističe kako je jednako važno spomenuti kako središnju misao treba staviti na kušnju argumentiranosti. Ako govornik ne uspijeva za nju pronaći niti jedan jak argument, treba je napustiti. S druge strane, treba biti unaprijed svjestan da nema argumenta na koji ne može doći prigovor i to jači od samoga argumenta, a radi se o pobijanju prigovora. U fazi *inventio* to treba predvidjeti i to pripada temeljnom znanju argumentacije. U argumentaciji nema završnog udarca i nema konačne čiste pobjede. U predviđanju prigovora govornik ne smije sebe štedjeti tako da se dosjeti koga slabog prigovora, nego pretražuje i pronalazi najteži mogući te pobija njega.

Očitost je članak u argumentu koji je publici sam po sebi prihvatljiv. On nije sporan na način da bi ga trebalo argumentirati, ali može biti upitna njegova točnost pa se na njega prigovara s ispravkom pogrešnoga navoda ili se propitkuje točnost navoda. Prema Škariću (2011: 27) očitosti su raznovrsne:

- definicije – tvrdnje o naravi, kopča u Toulminovom postupku, norma ili standardi u vrijednosnim argumentacijama, dakle svima je glavni oslonac argumenta definicija,
- toposi – ili pak drugim riječima „opća mjesta“ su oni sudovi koje većina smatra ispravnima,
- stereotipi – vrste toposa koje imaju osobitost što su u jednostavnije kritičkom preispitivanju očito pogrešni, ali većina ih smatra istinitim sudovima jer njihovu prihvaćanju ugađa neki motiv koji ih podržava,
- citati – obično izreke nekih poznatih ljudi ili narodne izreke,
- autoriteti – prizivaju da izraze veliku premisu umjesto nas te tako otklanjaju spornost te premise,

- zakoni – predstavljaju velike premise pri zaključivanju o krivnji,
- slučajevi – najčešće se nazivaju primjerima, ali ih treba razlikovati od primjera koji su zapravo ilustracije,
- ilustracije – nisu neposredno dijelovi argumentativnog obrasca, ali mogu slikovitošću pridonijeti boljem i jasnijem percipiranju nekoga pojma ili suda, a svojim stilom već i navesti donekle na priklanjanje nekom sudu, što se u još većoj mjeri postiže pričom,
- podatak – veličina koja je brojčano izražena,
- činjenica – opis bilo kojeg događaja koji može generalizacijom, značenjem ili analogijom poduprijeti neku tezu,
- svjedočenje daje uvid u činjenice posredstvom drugih ljudi kad neposredan uvid u njih nije moguć.

Lucas (2015: 352) objašnjava kako mnoštvo toga određuje govornikovu vjerodostojnost: društvenost, dinamičnost, tjelesnu privlačnost i zamjećivanje sličnosti između govornika i publike. Vjerodostojnost uvjetuju dvije stvari, od čega je prva kompetentnost (kako publika ocjenjuje govornikovu inteligenciju, stručnost i poznavanje teme), te druga je karakter (kako publika ocjenjuje govornikovu iskrenost, poklanjaju li mu svoje povjerenje i je li mu istinski stalo do dobrobiti publike. Ono što je u ovom trenutku nužno istaknuti jest da je vjerodostojnost pitanje stava. Ne postoji u govorniku, nego u glavama publike. Govornik može biti vjerodostojan jednoj, a nevjerodostojan drugoj publici.

Logičko se zaključivanje služi dokazima za izvlačenje zaključaka. Ponekad se ispravno zaključuje – npr. da čestice leda na drveću ukazuju da je i cesta skliska, a ponekad manje učinkovito – kada se npr. zaključči da će prosipanje soli donijeti lošu sreću. Većina praznovjerja je manje-više rezultat pogrešnoga zaključivanja. Zaključivanje u javnim govorima je produžetak logičkog zaključivanja kojim se služi u drugim vidovima života. Javni govornik ima dvije temeljne brige po pitanju logičkoga zaključivanja. Prvo je da se moram pobrinuti da mu je zaključivanje zdravo i ispravno. Zatim se mora pobrinuti da se publika složi s njim.

U logici se razlikuju apodiktični i relativni dokazi. Apodiktične dokaze nije moguće osporiti. Neoborivu dokaznu moć posjeduju autentične isprave i dokumenti, otisci prstiju, prirodni zakoni itd. Relativni dokazi u potpunosti ovise o govornikovoj uvjerljivosti, no o sudu publike ovisi da li će dokaz biti prihvaćen ili odbijen (Duden, Huth i Hatje, 1997). Dokazi se mogu iznositi na nekoliko načina ali primarno u ovo dijelu iznosi se dva, to su induktivno i deduktivno.

3.1.1. Deduktivna argumentacija

Deduktivna argumentacija najbolja je vrsta argumentacije, jer zaključke izvodi iz premisa koje je moguće provjeriti i provjeriti. Škarić (2011:27) objašnjava kako je dedukcija logički izvod, samorazumljiv, kojim se iz dva suda izvodi treći, na koji se svode. Deduktivna shema kao takva ima dva podoblika – silogizam i entimem (te enitmemski niz – sorit). Silogistički sudovi se mogu izrijekom iskazati, dok za entimem se može reći da je to populistički silogizam, i to u nekoliko smisla. On je prvotno smišljen za retoriku, a ne za dijalektiku, dakle, za široku publiku, a ne za usku izabranu.

Dedukcija označava zaključivanje od općeg ka pojedinačnom sudu, a razlikuju se dva postupka dedukcije: zaključak putem pogodbene rečenice (najprije se postavlja uvjet – dostatni, nužni, ili nužni i dostatni, potom navodi njegova posljedica, te na kraju primjenjuje na konkretni slučaj). Deduktivnim se dokazima inače u pravilu brže stiže na cilj, prije svega ako se može osloniti na premise i uvjete za koje se unaprijed zna da ih nitko neće i ne može staviti pod znak pitanja. Opasnost se međutim krije u tome što se govor lako može pretvoriti u dosadno tumačenje, što je loša pretpostavka za njegov uspjeh. Puno zabavnije i zanimljivija može biti induktivna metoda, dakle postupak kojim govornik do svojih zaključaka dolazi putem ispravno odabranih primjera (Duden, Huth i Hatje, 1997).

Lucas (2015: 364) objašnjava kako je deduktivno zaključivanje suprotno od induktivnog uključivanja. Prelazi od općenitoga prema konkretnome. Kada se zaključuje deduktivno, prelazi se od općenitoga načela na konkretne primjere. Govornici često koriste dedukciju kada žele uvjeriti publiku. Argumentiranje prelazi od općenitoga načela preko manje premise do zaključka. Koristeći deduktivno zaključivanje u svom govoru, govornik mora posebno obratiti pažnju na općenito načelo - hoće li ga slušatelj prihvatiti bez dokaza. Ako ne, pruža dokaze koji će ga osnažiti prije nego što prijeđe na manju premisu. Također, možda će morati osnažiti manju premisu dokazima. Kada su općenito načelo i manja premissa dobro utemeljeni na dokazima, publika će biti sklonija prihvaćanju zaključaka, objašnjava Lucas (2015: 364).

Validnost deduktivnih argumenata proizlazi iz obrazloženja koje se iznosi oko prostorijama: ako se iznesu valjane premise, zaključak ne može biti ništa drugo nego valjan. Potrebno je naglasiti da deduktivna argumentacija predstavlja ograničenje: ovim argumentima nedostaju dokazi koji prelaze ono što se iznosi u prostorijama, pa je potrebna upotreba drugih resursa u prilog argumentima.¹⁴

¹⁴ <https://hr.thpanorama.com/articles/cultura-general/los-4-tipos-de-argumentacin-principales-y-ejemplos.html> (posjećeno 2.3.2022.)

3.1.2. Induktivna argumentacija

U prethodnom je dijelu spomenuto da je ograničenje deduktivnih argumenata to što im nedostaju iscrpni dokazi, pa se moraju koristiti drugi elementi. Ovo ograničenje rješava se induktivnom argumentacijom. U osnovi, induktivna argumentacija sastoji se u pretpostavci premisa za generiranje argumenata koji služe u prilog zaključku. Tako je vjerojatno i ne sigurno da su zaključci istiniti. U ovom slučaju, valjanost zaključka proizlazi iz induksijske sposobnosti osobe koja pravi prostor. Induktivna argumentacija je slaba jer su rezultati koje ona nudi moguće, prihvatljivo ali ne zaključno. U tom smislu, oni se protive deduktivnoj argumentaciji.

Indukcija je argumentativni postupak u kojemu se tvrdnja obrazlaže time što se ona jednostavno apstrahira kao vodeća osobina jednoga ili više konkretnih slučajeva (primjera), a koji su poznati publici ili joj se na uvjerljiv način predoče. Razum čovjeka funkcionira tako da mu je generalizacija urođeno normalna, misao prihvaća da ako nešto može biti jednom, onda može biti i ponovljivo, tumači Škarić (2011:34).

Škarić (2000: 95) objašnjava kako induktivno zaključivanje kreće od pojedinačnih primjera prema općem zaključku. Ono se temelji na iskustvu da vjerojatno svi elementi jedne klase imaju ista svojstva koja imaju i njegovi poneki opaženi primjerci. Također prema njemu, to ne mora biti istinito ali je to vjerojatno, te tome ljudi vjeruju jer za to nalaze potvrde u iskustvu. Stoga, može se proizvesti zaključak kako induktivni dokaz mnogo jače uvjerava nego deduktivni pa ga govornici čak i češće govore. Nužno je naglasiti kako se induktivno smatra valjanim onda kada se temelji na tzv. reprezentativnom uzorku, a to znači na povećem broju pojedinačnih slučajeva i to takvih za koje znamo da vrlo vjerojatno predstavljaju svojstva čitave klase. Naravno, u govorništvo nije moguće upotrebljavati takve znanstvene izvode već se moramo oslanjati na čestitost govornika, a čestitost se ogleda u tome što se biraju miješani primjeri – ne iznimni, nego odabrani (dakle ne oni koji ne mogu dati valjan općenit sud).

Indukcija se odnosi na zaključivanje od pojedinačnog ka općenitom, na izvođenje općih zakonitosti iz što je moguće većeg broja pojedinačnih zapažanja. Ona predstavlja klasični postupak dokazivanja u prirodnim znanostima (Duden, Huth i Hatje, 1997).

Razumska nesigurnost, pa i osporivost induktivnoga argumenta (za razliku od znanstvene statističke metode, koja je jako postrožila pravila kojima dopušta generalizacije), dobiva na djelotvornosti snagom argumentativne predočljivosti. Nekima slučaj, koji se često imenuje kao primjer ima i ulogu primjera, tj. ilustratora, tj. oslikane misli koja se prima, razumije i pamti i koja zato nije sporna. To znaju dobro i novinari i političari kad inzistiraju na priči, tvrdi Škarić (2011:34).

Lucas (2015: 361) objašnjava kada se induktivno zaključuje, prelazi se s određenog broja određenih činjenica na općenite zaključke. Svakodnevno se koristi logičko zaključivanje, a da toga ljudi nisu ni svjesni. Govornik koji zaključuje da je nemoralno poslovanje zato što je nekolicina velikih korporacija bila okrivljena za prijevare posljednjih godina, zaključuje na temelju konkretnih slučajeva. Isto tako postupa govornik koji zaključuje da je antisemitizam u porastu zato što su zabilježeni višestruki napadi na studente židovske vjere u kampusu i zato što su se pojavili antisemitski simboli u školama diljem države. Takvi zaključci nikada nisu dostatan dokaz. Bez obzira na to koliko konkretnih primjera daje (a može ih dati samo nekoliko u javnome govoru), uvijek je moguće da se radi o iznimkama.

Kada se zaključuje iz konkretnih primjera, važno se držati nekoliko naputaka. Potrebno je izbjegavati žurne generalizacije. Čuvati se napasti da govornik zaključuje prebrzo na temelju nedostatnih dokaza. Potrebno je pobrinuti se da odabrani konkretni primjeri dovoljno budu brojni da opravdaju zaključke. Također je važno da primjeri koje pruža nisu pristrani, nepošteni i nereprezentativni. Određenu važnost nose i pažljivo birane riječi, jer ako dokazi ne opravdavaju nepobitne zaključke, odredi uolikoj su mjeri tvrdnje ispravne, objašnjava Lucas (2015: 363). Upravo u tom trenutku je važno pojačati svoj argument, ponekad statističkim podacima, ponekad svjedočanstvima. Obzirom da nikada ne može pružiti dovoljno konkretnih primjera koji bi učinili njegove tvrdnje nepobitnima, govornik ih potkrijepiti statistikama i svjedočanstvima koji pokazuju da su njegovi primjeri reprezentativni.

3.1.3. Abduktivna argumentacija

Abduktivna argumentacija u određenim dijelovima podsjeća na induktivnu obzirom da se zaključci izvode iz premise. Još jedna sličnost između ove dvije vrste argumentacije leži u tome što obje mogu pružati pogrešne rezultate. Treba napomenuti da je glavna karakteristika abduktivnih argumenata to što jesu najbolje objašnjenje za zaključak koji je predstavljen.

Abduktivno razmišljanje obično počinje s nepotpunim skupom zapažanja i nastavlja se do najvjerojatnijeg mogućeg objašnjenja skupa. Abduktivno rasuđivanje donosi onu vrstu svakodnevnog donošenja odluka koje daje sve od sebe s informacijama pri ruci, koje su često nepotpune.¹⁵ Odluke o dužnosti porote jedan su primjer abduktivnog zaključivanja. Primjerice, stavljajući se u ulogu porotnika, kada optuženik izgleda kao slika čovjeka na sigurnosnoj kameri koji pljačka banku. Muca i zastaje, kao da je kriv, kada odgovara na pitanja tužitelja. Kao porotnik prvog dana u poroti, zaključuje se da je kriv, ali nije posve siguran. Ovdje donosi odluku na temelju

¹⁵ <http://www.butte.edu/departments/cas/tipsheets/thinking/reasoning.html> (posjećeno 2.3.2022.)

svojih zapažanja, ali nije siguran da je to prava odluka. Svakodnevno donošenje odluka također je primjer abduktivnog zaključivanja.¹⁶

3.1.4. Argumentacija po analogiji

Argumentacija po analogiji se javlja u slučajevima kada subjekt nije dobro poznat, ali, u svjetlu drugih dokaza kojima se rukuje, mogu se izvesti više ili manje logični zaključci.¹⁷

Lucas (2015: 366) analogiju objašnjava na način da usporedbom dvaju sličnih primjera, pretpostavljamo da ono što vrijedi u prvo, mora vrijediti i u drugom primjeru. Najvažnije je pitanje pri procjeni učinkovitosti uporabe zaključivanja po analogiji jesu li dva primjera koja se uspoređuju zaista slična. Ako su zaista slična, analogija će biti učinkovita. Isto tako, ako primjeri nisu slični, analogija će biti neučinkovita. Zaključivanje po analogiji se najčešće koristi u uvjeravajućim govorima o političkim pitanjima, te također bitno naglasiti da se takvo zaključivanje može upotrijebiti u oba smjera. Imamo više izgleda da ćemo uvjeriti publiku ako analogija pokazuje zaista vrlo sličnu situaciju.

Škarić (2011: 35) objašnjava da analogiju kao vrstu argumentativne veze treba razlikovati od usporedbe, odnosno kojim se poput metafore jedna riječ zamjenjuje drugim predočljivijim i slikovitijim, koji ne obrazlaže ništa nego samo pojam oslikava. Čak i kao primjer navodi da umjesto da se kaže da će nešto stajati mnogo, može se reći da će stajati *kao svetoga Petra kajgana*, što slikovito znači mnogo, bez obzira na to što tu sliku svatko predočuje na svoj uvijek „mutan“ način.

Slabost analogije kao argumenta leži u razlikama između dviju analognih pojava, koje su slične, ali ne i identične; pogotovo zna što uvijek vrebaju skrivene razlike, koje onda druga strana otkriva i pobija argumentativnu analogiju. Retorička vrijednost analogije leži u slikovitosti fora, tvrdi Škarić (2011:35).

3.2. Glavna tematska područja argumentacije

Škarić (2011:51) za razliku od Aristotelova tri područja – sudskoga, pohvalno-pokudnoga i savjetodavnoga, smještenih redom u prošlosti, sadašnjosti i budućnosti s potkrjepom u logosu, patosu i etosu (respektivno), po kojima je određivao tri vrste retorike, s ponešto drugačijim kriterijem za razvrstavanje argumentativno polje podijelio je na četiri područja. Ta područja nisu

¹⁶ <https://study.com/academy/lesson/abductive-reasoning-definition-examples.html> (posjećeno 2.3.2022.)

¹⁷ <https://bs.warbletoncouncil.org/tipos-de-argumentacion-9781> (posjećeno 2.3.2022.)

ni ona četiri iz Aristotelove topike, koja su argumentiranje pripadnosti vrsti, svojstvo, akcidenca i definicija. Ta su područja: 1) prosudbe o prirodi stvari (Što je to?), 2) određivanju uzročno-posljedičnih veza, 3) područje vrijednosnih sudova (Kakvo je što?), 4) odlukama koje treba donijeti a koje će imati posljedice u budućnosti (Zašto je što?).

Postoje određena pravila koja podrazumijevaju metodičku regulaciju argumentiranog diskursa i tekstova. Zajedno, pravila se kombiniraju i čine dijalektičku raspravu. Ovaj postupak rasprave sustavno ukazuje na strukturu procesa rješavanja razlike u mišljenjima, te precizira govorne radnje koje imaju ulogu u različitim fazama procesa rješavanja (Eemeren, Grootendorst, 2004).

3.2.1. Sudovi o prirodi stvari

Argumentativno su interesantni samo dvojbeni sudovi o bilo čemu, dok oni koje izričemo nisu ili uopće dvojbeni ili nisu dvojbeni određenoj publici za koju oni „nemaju alternative“. Slično kao o činjeničnim sudovima nisu diskutabilni ni sudovi o subjektivnim osjetima pa tako jednostavno samo primamo na znanje kad netko kaže da mu je hladno, da je pospan, da mu je jelo preslano i sl. Tu nema mjesta za prigovor u smislu „ne slažem se s time“ niti ima mjesta za obrazloženje. Podjednako ne treba argumentirati tvrdnje publici koja se potpuno unaprijed priklanja tom sudu, kojem za njih, nema alternative, objašnjava Škarić (2011:52).

Lucas (2015: 329) tumači kako se ipak na mnoga pitanja o činjenicama ne može odgovoriti s apsolutnom sigurnošću. Odgovori su ili ispravni ili pogrešni. Postoji točan odgovor, ali čovjek jednostavno nema dovoljno informacija da zna kako on glasi, čak neka pitanja uključuju i predviđanja. Neka pitanja se bave činjenicama koje su zamagljene ili ne dopuštaju lak odgovor. Nitko ne zna sigurne odgovore, ali to ne sprječava ljude da spekuliraju o njima ili da pokušaju uvjeriti druge da oni imaju najbolji mogući dogovor.

Škarić (2011:53) postavlja pitanje kako se argumentiraju dvojbene tvrdnje ili kako se opovrgavaju? Zatim daje objašnjenje kako svaki sud, pa i svaka sporna tvrdnja površinski su vidljivi ili u skrivenoj biti imaju dva dijela povezanih s kopulom „je“. Ta su da dijela u temeljnoj gramatici subjekt i predikat, dakle, opća figura „To je ono“ ili $A=B$. Prvi član A nije sporan, na njega se samo ukazuje, to je tzv. tema, subjekt. Sporan je predikat, rema, B član koji mu se pridružuje. A njegova je sposobnost u tome što mu je značenje ili slabo poznato ili mu se pripisuje značenje koje smisao tvrdnje nije htjelo izreći.

Lucas (2015: 330) uvjeravajući se govori temelje na sudu o prirodi stvari, obično se organiziraju tematski. Kako ne bi postojala mogućnost za raspravljanjem o sudu o prirodi stvari,

ne bi postojala ni suđenja. Govornik bi u informirajućem govoru morao donijeti stajalište ispravno. Govornik u uvjeravajući govoru mora donijeti zaključke na temelju znanih činjenica i pokušati prikloniti slušatelje svom stajalištu.

3.2.2. Uzročno-posljedične veze

U naravi ljudskog uma je da sve pojave u slijedu shvaća kao da su kauzalno povezane. Sve su pojave samo posljedice svojih uzroka. Aksiomatično je da se uzrok događa prije svojih posljedica, ali sve što prethodi nečemu nije nužno i uzrok tomu jer se prije nečega događa koješta znanoga i neznanoga. Zbog toga uzročno-posljedična veza nesporno postoji, ali između čega i čega ostaje sporno, kao i kakva je to veza, objašnjava Škarić (2011:59).

Prema Škariću (2011:60) prije započinjanja argumentacije, treba već u oblikovanju tvrdnje razmisliti o kakvoj se vrsti uzroka radi, a potom o tome kakav je agens, jer ni argumentacija nije jednaka za sve vrste veza, budući da se razlikuju uvjeti, utjecaji, pospješujući uzroci, bliski uzroci ili povodi, daleki uzroci, nužni uvjeti, dostatni uzroci, odgovornost, odsutnost zapreke, recipročni uzroci i prigoda.

Nadalje Škarić (2011:61) objašnjava kako, rečeno da je iz nečega moralo ili moglo nastati nešto drugo, tvrdnja identificira i jedno i drugo te kazuje kakva je vrsta njihovih suodnosa. Međutim, ne kazuje što povezuje uzrok i posljedicu, tj. što je agens. Kauzalni je agens neposredni uzročnik neke posljedice. Čak i predviđanje ima tvrdnju u posljedici, a argument mu se nalazi u uzroku.

3.2.3. Područje vrijednosnih sudova

Što god promotri, čovjek uvijek to čini u odnosu na sebe. U sve ulazi i obrnuto. Svemu se u većoj ili manjoj mjeri priklanja ili od svega bježi, sve izaziva ili euforiju ili paniku. Takozvani hladni odnos, potpuno neutralna pozicija samo je suspregnuti izraz emotivne reakcije. Sve postavlja u neki prostor između dobra i zla, ispravnoga i neispravnoga, lijepoga, ugodnoga, ispravnoga, korisnoga, zdravoga, velikoga, također i sve suprotno od toga samoga, naziva se vrijednosnim sudom. Taj vrijednosni sud osobna je stvar, o njemu se ne raspravlja, pa su mu i nepotrebni argumenti, objašnjava Škarić (2011:65).

Lucas (2015 :331) vrijednosne sudove pokušava približiti pitanjima koji je najbolji film svih vremena? Je li kloniranje moralno opravdano? Koje su moralne odgovornosti novinara? Takva pitanja ne zahtijevaju samo utvrđivanje činjenica, nego uključuju i vrijednosne sudove –

mišljenja koja se temelje na osobnim uvjerenjima o tome što je pogrešno, što je dobro, što je loše, moralno ili nemoralno, prikladno ili neprikladno, pravedno ili nepravedno.

Nastavlja Škarić (2011:66) objašnjavajući kako netko voli neku životinju – to je njegova stvar netko neko piće, neku boju, neku ideju, neku religiju, neku osobu, netko drugi sve to isto upravo ne voli – to su sve njihove osobne vrijednosti pozitivne ili negativne o kojima se ne raspravlja. Sve do trenutka kad pojedinac ne zaželi ili zatreba te svoje sudove podijeliti s drugima. Tada nije najčešće dovoljno da ih iznese nego ih treba svakojako potkrijepiti i obrazložiti da bi ih drugi mogao prisvojiti. Tu nema više iznimke za ukuse (i okuse), s pozivom na opće mjesto „o ukusima se ne raspravlja“- svi su individualni vrijednosti sudovi društveno sporni.

Lucas (2015: 332) tako objašnjava da suprotno mišljenju mnogih ljudi, vrijednosni sudovi nisu pitanje osobnoga mišljenja ili hira. Kada netko kaže da voli voziti bicikl, ne mora dati razlog zašto uživa u vožnji biciklom. Daje izjavu o osobnom ukusu. Kada bi vožnja biciklom bila jedno od najneugodnijih iskustava, mogla bi i dalje biti osobno najdraže iskustvo. Govoreći o općenitim vrijednostima, važno je pobrinuti se da posebno razmišlja o standardima za svoje vrijednosne sudove.

Ono što je bitno naglasiti, prilikom držanja govora temeljenom na vrijednosnom sudu, treba opravdati vlastite svoje sudove s obzirom na neke prepoznatljive standarde. Govori koji sadrže vrijednosne sudove mogu imati snažne poticaje na djelovanje. Osoba koju se uvjeri da je smrtna kazna moralno i pravno pogrešna, sklonija je podržati zakonske prijedloge koji ukidaju smrtnu kaznu. Takvi govori, međutim, ipak ne potiču izravno neke određene radnje. Kada se prijeđe s dokazivanja da je nešto ispravno ili pogrešno na uvjeravanje da se nešto treba ili ne treba napraviti, prelazi se s rasprave o vrijednosnim sudovima na raspravu o upravljanju, objašnjava Lucas (2015: 333).

3.2.4. Odluke s posljedicama u budućnosti

Čovjek je usmjeren na budućnost. Želio bi da mu bude tako kako je predvidio da mu bude dobro, a to znači da je um sadašnjosti donio odluke i čije će se ostvarenje dogoditi u budućnosti. Najmanje što čovjek želi jest da mu budućnost ostane u fatalističkome mraku. Želi osvjetljenu budućnost, a u tome mu ne može pomoći znanost jer ona ne može istražiti ono što se još nije dogodilo; ona može dati odgovore samo o produženoj sadašnjosti. Jedino čime se može budućnost osvjetliti jer čovječje usuglašavanje o njoj kroz retoričku aktivnost, a ponajviše je se može aproksimirati argumentativnim postupcima, objašnjava Škarić (2011: 72).

Lucas (2015: 365) objašnjava na primjeru kada je komad kolnika prekriven ledom, čovjek se posklizne, padne i slomi ruku. Zaključuje u tom trenutku na slijedeći način: „Budući da je kolnik bio prekriven ledom, pao sam i slomio ruku.“ Ovo je primjer logičkog zaključivanja prema uzroku u kojemu se pokušava uspostaviti veza između uzroka i posljedica. Kao i zaključivanje iz konkretnih primjera i zaključivanje prema uroku koristimo svakodnevno. Kada se nešto dogodi, prvo se ljudi pitaju zašto se to dogodilo. Žele znati uzroke sindroma kroničnog zamora, poraza omiljene momčadi, neobičnih običaja našeg cimera. Također se propitkuju o posljedicama. Spekuliraju o posljedicama sindroma kroničnoga zamora na očekivanu životnu dob, ozljede glavnog igrača na ishod utakmice ili što će se dogoditi ako kažu cimeru da mora nešto promijeniti.

Škarić (2011: 72) ističe kako za čovječju svijest budućnost čovjeka veliko je retoričko polje, najveće od svih koje se velikim dijelom poklapa s Aristotelovim savjetodavnim (deliberativnim) govorništvo (koje stoji uz sudsko i pohvalno-pokudno). To je razlogom da se teme o odlučivanju za budućnost nazivaju političkim u širem smislu te riječi, a ne samo u državnim odlukama.

Svaki znanstvenik, ili pak detektiv, može potvrditi da uzročno zaključivanje ne mora biti jednostavno. Veza između uzroka i posljedica nije uvijek posve jasna. Dvije uobičajene pogreške treba izbjegavati. Prva se naziva pogreška pogrešnoga uzroka, koja je inače poznata pod latinskim nazivom *post hoc, ergo propter hoc*, a znači „poslije toga, dakle zbog toga“. Drugim riječima, činjenica da se jedan događaj zbio prije drugoga, ne znači da mu je uzrok. Vremenska bliskost može biti posve slučajna. Druga zamka koju treba zaobići je pretpostavljanje da događaji imaju uvijek samo jedan uzrok. U stvarnosti, većina događaja ima nekoliko uzroka. Koristeći uzročno zaključivanje, važno je obratiti pažnju da se ne podlegne iskušenju da se pripišu kompleksni fenomeni jednom uzroku. Ne možemo se ne koristiti uzročno zaključivanje. Svi se njime svakodnevno služe, a sigurno će se njima poslužiti i govornici kada budu govorili radi uvjerenja, osobito ako govore o pitanjima činjeničnog stanja ili o tome koju političku odluku treba donijeti, objašnjava Lucas (2015: 366).

3.3. Emocije i argumentacija

Emocije igraju važnu ulogu u donošenju odluka, kreativno razmišljanje, inspiracija, kao i koncentracija i motivacija. Tijekom razgovora sudionici izražavaju emocije prema svojim uvjerenjima i stajalištima s obzirom na mišljenja drugih sudionika. U procesu argumentacije, kako se osjećaju o stajalištu drugih utječe na njihov odgovor, bilo da se radi o podršci ili napadu.

Uхватiti ove različite emocionalne reakcije kroz automatsko prepoznavanje emocija.¹⁸ Emocija, u svim svojim oblicima, sastavni je dio ljudske komunikacije, i, posljedično, ljudske argumentacije. Kao takav, postoji niz izbora napravio. Emocionalne argumente možemo promatrati kao suštinski različite i različite od njih logičnih argumenata i, posljedično, očekivati da se prema njima postupava vrlo različito. Oni neće imati slične vrste pravila za pravilnu upotrebu i tumačenje, te ograničenja na emocionalni unos bit će mnogo restriktivnija nego na logička. Neki znanstvenici vjeruju da se nikakav afektivni materijal ne bi trebao pojaviti u racionalnoj raspravi, dok drugi vjeruju da neki mogu, ali to mora biti ograničeno i nije dopušteno utjecati na ishod. Sporazum koji postizemo kao rezultat naše argumentacije ne bi trebao biti pod utjecajem osjećaja, emocionalnih poziva, želja ili drugih, nelogičnih razloga. Glavni razlog za ovakav stav je taj što su emocionalne informacije nejasne, nejasne, podložne pogrešno tumačenje i sklon pristranosti, dok logične informacije nisu (Gilbert, 2004).

Prema Lucas (2015: 370) učinkovito uvjeravanje često zahtjeva izazivanje emocija. Dodavanjem osjećaja i snage imaginacije, svojim logičkim argumentima, možemo postati uvjerljiviji govornici. Emocionalni izazovi (prema Aristotelu *pathos*) imaju namjeru da izazovu u slušateljima osjećaj tuge, srdžbe, straha, krivnje, sreće, ponosa, suosjećajnosti, poštovanja ili slično. Ovakve su reakcije uobičajene kada se raspravlja o pitanjima vrijednosti i politike. Postoje mnoge emocije i mnoge teme koje su međusobno povezane.

U retorici je interes za emocije utemeljeno na uvjerenju da emocije mogu biti put do uspješne rasprave. U drugom okolnostima, interes proizlazi iz uvjerenja da argumenti mogu biti put do uspjeha emocije. Sofizam i retorika uživaju u načinima na koji argumenti utječu na emocije. Na taj način oni primjer predanosti prvom od dva načela kao temeljna u antici rasprave o argumentima i emocijama. Drugo načelo je pojam da argumenti utjecati na emociju. To je važno načelo utoliko što prepoznaje taj odnos između argumenata i emocija gura u oba smjera: tj. da emocije oblikuju argumente i zaključke, te da argumenti i zaključci oblikuju emocije. U nekim kontekstima od argumentaciju, to znači da vješt argumentator koristi argumente kao bitan mehanizam za stvaranje, modificiranje ili eliminiranje određenih emocija. (Groarke, 2010).

Jedan od načina stvaranja emocionalnog izazova je korištenje riječi nabijenih emocijama. Sintagme imaju izraženu emocionalnu snagu i postižu svoj cilj. S druge strane, umetanje prevelikog broja emocionalnih riječi u jedan dio govora može istaknuti emocionalni jezik i pokopati njegovo djelovanje. Emocije počivaju u ljudima u publici, ne u vašim riječima. Čak i

¹⁸ Proceedings of the Twenty-Fourth International Joint Conference on Artificial Intelligence, *Emotions in Argumentation: an Empirical Evaluation* (IJCAI 2015) <https://www.ijcai.org/Proceedings/15/Papers/029.pdf>

najhladnije činjenice mogu potaknuti emocionalni govori, ako pogode pravu žicu kod slušatelja, objašnjava Lucas (2015: 371).

Lucas (2015: 372) nadalje objašnjava kako je često bolji pristup pustiti da se emocionalni naboj javi prirodno iz samog sadržaja govora, a ne oslanjanjem na emocionalno nabijeni jezik. Najučinkovitiji način je davanje živopisnih i bogatih primjera koji slušatelje uvlače u govor. Ljudi koji čuju takav govor, neće ga brzo zaboraviti. Vjerojatno će nešto i učiniti, a to je i govornikova namjera. Važno je govoriti iskreno i s uvjerenjem. Čak i kada govornik želi potaknuti svoju publiku na djelovanje, ne smije zamijeniti dokaze i logičko zaključivanje s emocionalnim izazovima. Svoj govor uvijek mora temeljiti na tvrdom temelju činjenica i logike. Ovo nije samo važno zbog moralnih razloga, nego i zbog praktičnih. Ne dokaže li ono za što se zalaže, publika neće pozitivno reagirati na njegove emocionalne izazove. Mora temeljito dokazati svoje tvrdnje i istovremeno zapaliti emocije publike. Kao i s ostalim metodama uvjeravanja i argumentiranja, služenje emocionalnim izazovima mora biti vođeno čvrstim etičkim motivima. U govorima o činjeničnim pitanjima nije legitimno korištenje emocionalnih izazova, ali u govorima koji traže neposredno djelovanje od slušatelja, imaju svoje punopravno mjesto.

3.4. Pobijanje argumenata

Književni izraz pobijanje odnosi se na onaj dio argumentacije u kojem govornik ili pisac nailazi na proturječna gledišta. Alternativno, pobijanje se može opisati kao negacija argumenta, mišljenja, svjedočanstva, doktrine ili teorije, kroz proturječne dokaze. Obično je dio eseja koji opovrgava suprotne argumente. Važna razlika koju treba cijeliti je razlika između pobijanja i protuargumenta. U slučaju protuargumenta, pisac priznaje da postoji suština u proturječnom argumentu, ali pruža dokaze za svoj navodni stav. S druge strane, pobijanje ide malo dalje iznošenjem dokaza koji pak negiraju suprotne argumente.¹⁹

Pobijanje je jednostavno opovrgavanje suprotne argumentacije. To je važna retorička vještina jer je često ključna točka hoće li pisac ili govornik uspješno uvjeriti publiku ili ne. Često vidimo argumente i pobijanja za posebno kontroverznu temu. To znači da bi razumna osoba lako mogla preferirati bilo koju stranu s valjanim opravdanjima za to. Stoga je piscu sve teže uvjeriti publiku u svoju perspektivu jer publika obično ima svoja vlastita unaprijed utvrđena uvjerenja i preferencije. Međutim, kada pisac preuzme inicijativu da se direktno suoči s najboljim argumentima i može prvo priznati njihovu valjanost, a zatim ih opovrgnuti ili opovrgnuti, to je još

¹⁹ <https://literarydevices.net/refutation/> (posjećeno 10.3.2022.)

uvjerljivije. Pisac tada gradi velike točke vjerodostojnosti kod publike jer to pokazuje čitateljima da je pisac razmišljao o tom pitanju globalno. Kada pisac postavlja točke prigovora na svoje vlastite argumente u kontekstu rada, to se naziva protuargumentom.²⁰ Protuargument uključuje priznavanje stajališta koja se protive suprotnom argumentu, a zatim ponovno potvrđivanje vlastitog argumenta. To se obično čini navođenjem argumenta suprotne strane, a zatim u konačnici predstavljanjem vlastitog argumenta kao najlogičnijeg rješenja. Protuargument je standardni akademski potez koji se koristi u argumentiranim esejima jer pokazuje čitatelju da je netko sposoban razumjeti i poštivati više strana argumenta.²¹

3.5. Jakost argumenta i poluargumenti

Prema Škariću (2011:77) svi argumenti nisu podjednake jakosti. Od snažnih argumenata obično postoje još nešto snažniji argumenti te se niti za jednog ne može reći da je najsnažniji, od toga ne može zamisliti jače. Aristotel je rekao da svaki predmet u sebi krije svoj argument i potrebna je posebna vještina, invencija čak da ga i iznađe i iznese. U velikom skupu uporišta, u općem nazivu opća mjesta, postoje vrlo različite težine, od onih čvrstih aksioma, preko znanstvenih istina, pouzdanih definicija, kompetentnih mišljenja autoriteta, pouzdanih podataka, do statistički valjanih pokazatelja, pouzdanih svjedoka sve do dvojbenih izreka i poslovice i lažnih pristranih svjedočenja. Već zbog njihove različite snage, argumenti nisu podjednako snažni ni izdržljivi.

Logičke veze kojima su tvrdnje povezane s uporištem nisu podjednake čvrstoće. Najjača je deduktivna, jača od induktivne koja pak ovisi o čvrstoći, broju slučajeva koji generiraju opći sud. Analogija je među njima najslabija jer se vezuje uz sličnost. Kauzalnost može biti također različitoga stupnja pouzdanosti jer ona sama ovisi od toga koliko je čvrsto argumentirana. Znakovitost je najslabija zato jer ovisi jako o interpretaciji uvijek i nužno ili o konvencionalnoj ili časovitoj improvizaciji, objašnjava Škarić (2011:78).

Vezano uz skup poluargumenata, Škarić (2011:81) ističe kako ih čine figure koje čine dio argumenata, a ne njihovu cjelinu. Najčešće stvaraju okvir za argument ili mu olakšavaju prihvatljivost.

Zanimljivo je kako u ovom dijelu postoje i dva problema do kojih je istraživanjem došao Austin pri svojim analizama performativa i konstativa. Zaključio je kako primjerice iskaz jednakog

²⁰<https://study.com/academy/lesson/refutation-of-an-argument-definition-examples-quiz.html> (posjećeno 10.3.2022.)

²¹<https://www.unr.edu/writing-speaking-center/student-resources/writing-speaking-resources/counterarguments> (posjećeno 10.3.2022.)

oblika ponekad u određenim situacijama poprima funkciju konstativa, dok u drugim slučajevima performativa. A upravo u tome leži činjenica kako taj drugi unatoč pokazateljima performativa (poput primjerice glagola), određenom se iskazu može pripisati istinito ili pak ne istinito, pa tako posrećenost i neposrećenost pogađa sudove, odnosno konstative (Austin, 1955).

3.5.1. Lažni argumenti

Slikovito se lažni argumenti mogu odrediti kao parafraze prvih argumenata. U njima se prepoznaju konture pravih, ali imaju ozbiljnu devijaciju koja ih diskvalificira. U logičkoj definiciji lažni argumenti su figure čije konture odstupaju od oblika ispravnih argumenata. Sam sadržaj lažnih argumenata ne ulazi u područje definicije jer, kao i u matematici, sadržaji ne djeluju na ispravnost postupka. Lažnih argumenata ima dvije vrste obzirom na namjeru onoga koji se njima služi, a to su sofizmi (skup smicalica) i paralogizmi (nenamjerne pogreške), objašnjava Škarić (2011:85).

Nadalje, Škarić (2011:86) je opisao najpoznatije, a oni su:

1. *petitio principii* kao neispravan, tj. cirkularan silogizam ili entimem.
2. *poziv na neznanje (ad ignoratum)* nešto se tvrdi da je, jer nema dokaza da nije.
3. *sekvencijalna pogreška (post hoc ergo propter hoc)* ono što slijedi posljedica je onoga što prethodi.
4. *prenapla generalizacija* jest pogreška koja nastaje induktivnim zaključivanjem na temelju nepouzdanog uzorka slučajeva, što bi bilo bolje reći na temelju nepouzdanog uzorka slučajeva, što bi bilo bolje reći na temelju nedovoljno kvalitetnih slučajeva.
5. *ad personam* i *ad hominem* razlikuju se u tome što se prvo odnosi na osobne osobine nosioca neke teze, a drugo na njegovu dosljednost (vjerodostojnost) u svojim izjava ili ponosašanju svezi teme o kojoj se raspravlja.
6. *pozivanje na autoritet* načelno je vrijedan argument, budući da je Aristotel odredio kako su toposi između ostaloga ono što najmudriji ljudi misle.
7. *populizam ili naglašeno povlađivanje publici* znajući da argumentativni ishod uvelike ovisi upravo od prihvaćanja sa strane publike,
8. *generička pogreška* gdje se svojstvo nečega ili nekoga izvodi nastankom toga bilo da se ljude procjenjuje po podrijetlu, bilo da se tvrtka procjenjuje prema sumnjivom prvom milijunu, bilo da se neki pojmovi izvode iz etimologije.

Lucas (2015: 367) pak ovo područje poistovjećuje kao pogreške u zaključivanju, odnosno pogreška mišljenja. Govornik ih mora izbjegavati, a slušatelj mora prepoznavati pogreške u govoru koji sluša. Unatoč gore već pobrojanim, on ovdje spominje i *dimljeni sled* čije ime ove pogreške dolazi od staroga trika koji su koristili seljaci u Engleskoj da odbiju lovce na lisice i njihove pse sa svojih polja. Govornik koji ih koristi, zapravo uvodi nebitna pitanja u raspravu s ciljem odvratanja pozornosti od teme o kojoj je riječ.

Pogreška ili -ili je Lucas (2015: 368) također objasnio da se ova pogreška naziva lažnom dilemom, a tjera slušatelje da odluče između dviju alternativa, premda postoji više opcija. Zatim *Pogreška argumenta većine* jest onaj koji pretpostavlja da je nešto poželjno, ispravno i dobro zato što je popularno. Kao takav, često se koristi u političkim govorima. *Skliska padina* je pogreška u zaključivanju koja je dobila ime slike snježne kugle koja se nekontrolirano spušta niz padinu. Kada se kugla pokrene, ne može se zaustaviti dok ne dosegne dio padine. Govornik koji zapada u pogrešku mišljenja predstavlja da prvi korak neizbježno vodi s sljedećem i tako dalje niz padinu do potpune katastrofe. Kada primjerice govornik tvrdi da će poduzimanje nekog koraka neizbježno dovesti do niza pogibeljnih koraka, mora snažno potkrijepiti svaki korak dokazima. Pretpostavljati da će svi sljedeći koraci dogoditi se bez nastojanja da to dokažemo, predstavlja pogrešku u mišljenju koju nazivamo upravo skliska padina.

3.5.2. Protuargumenti

Prema Marković, Š. M. (2008: 178) u uobičajenoj linearnoj strukturi govora, govornik navodi svoju tvrdnju i pokušava dokazati njezinu ispravnost. U još bolje pripremljenoj prezentaciji, međutim, govornik će unaprijed predvidjeti teškoće koje mu se ispriječe na putu do uvjerljivog dokazivanja, i on ih već i sam u svom govoru navodi. To predviđanje protuargumenata i njihovo lukavo uključivanje u iznošenje vlastite teze, da bi ih govornik odmah potom pobio, zove se protuargumentacija. Publika stječe dojam da govornik jako dobro barata građom o kojoj govori, a drugi je taj da se otupljuje oštrica protivnikova upadanja u riječ ili se snaga primjedbe uništi u samom začetku. Ono što je bitno, smanjiti manevarski prostor publici za donošenjem krivih interpretacija i zaključaka. Iz ispravnih se premisa ponekad može izvući krivi zaključak unatoč odličnoj argumentaciji. Pobijanje je proces odgovaranja na argument protivnika. Pobijanje je proces obrane nećijih argumenata od napada protivnika.

U raspravi, pobijanje je dio u kojem objašnjavamo što je pogrešno u argumentu druge strane. Neki eseji i uvjerljivi govori imaju i pobijajuće dijelove, u kojima predviđamo i pobijamo moguće argumente protiv svoje teze. U svakom slučaju, ključ dobrog pobijanja je dokazivanje da

je suprotni argument nebitan ili da sadrži logičke zablude. Sjajno pobijanje organizirano je i lako ga je pratiti, a uključuje izjavu protuargumenta, izjavu osobnog stava i zašto se razlikuje od protuargumenta, te dokazi koji potkrepljuju osobni stav.²²

Marković, Š. M. (2008: 96) ističe kako preduhitrenje je govornikovo samostalno navođenje mogućih primjedbi ili prigovora, prije nego što učiti netko iz publike, kako bi ih odmah potom demantirao. Psihološki gledano, navođenje prigovora i njihovo istodobno demantiranje puno je učinkovitije i djeluje na publiku uvjerljivije ako to učini govornik sam.

Vrlo je važno u ovom kontekstu spomenuti i retoričku figuru prema Marković, Š. M. (2008: 100) a odnosi se na retorička pitanja koja su sama po sebi snažno sugestivna, nerijetko i manipulativna, jer sugeriraju jedan odgovor, bez mogućnosti da na njega odgovori suprotno govornikovom stavu.

3.5.2.1. Reagiranje na prigovore

Ako se u izlaganju moramo osvrnuti na mišljenja drugih, iznošenje misli, teza i stajališta koja podupiru vlastite argumente rijetko će predstavljati problem. Mnogo je teže, međutim, reagirati na prigovore. U nastavku su neke od metoda u praksi koje su se pokazale učinkovitima u suočavanju s protuargumentima:

1. Govornik naslućuje što slijedi. Prigovor može predvidjeti te ga na taj način oslabiti. Čak i onda kada nema protuargument, preporučljivo je prigovor izgovoriti prije nego to učini suprotna strana te joj tako uskratiti priliku da se profilira.

2. Govornik je suglasan s iznesenim prigovorom, no još uvijek čvrsto zastupa dio vlastite argumentacije. Na taj način relativizira suprotstavljeni argument.

3. Pravi trenutak za protupitanja nudi se prilikom upadica. Dok onaj kome je upadica upućena odgovara na pitanje, govorniku ostaje dovoljno vremena da pripremi vlastite protuargumente. Osim toga, onaj koji upada u govor, izlaže se opasnosti da kaže više no što je namjeravao, te tako možda otkrije i svoju slabu stranu.

4. Govornik ostavlja prigovor sa strane kako bi mu se vratio kasnije tijekom govora. I na ovaj se način može dobiti na vremenu. Do tog će se trenutka govornik vjerojatno dosjetiti protuargumenta. To mu u svakom slučaju otvara mogućnost da sam odluči kada će se tijekom izlaganja vratiti na prigovor, čime se može postići da se isti prikaže u nepovoljnom svjetlu. Zbog vjerodostojnosti, prigovore nikada ne smijemo zanemariti.

²² <https://examples.yourdictionary.com/strong-rebuttal-examples-for-debate-and-essays.html>,
16.4.2022.)

pristupljeno

5. Prigovor se može ublažiti i tako da se ponovi manje oštrim riječima.

6. Slabosti prigovora suprotstavljene strane lako se mogu razotkriti pomoću retoričkih i alternativnih pitanja. Sasvim je prihvatljiva i umjerena doza ironije.

7. Govornik nadalje može pokušati nadvisiti argumente protivničke strane, tj. snažno istaknuti određene ciljeve ili zajednički interes u usporedbi s kojim će sve ostalo izgledati manje važno.

8. Još jedno prihvatljivo rješenje sastoji se u sakupljanju svih protuargumenata u publici. Na taj način svatko dobiva priliku da kaže svoje mišljenje. Govorniku to olakšava suočavanje s prigovorima jer mu omogućuje da u svom govoru prvo koristiti slabije argumente koje je lakše pobiti, a za kraj ostavi važnije ili obrnuto, (Duden, Huth i Hatje, 1997: 86).

Nadalje, pritom je važno protuargumentima pristupiti objektivno ne unoseći nikakve primjedbe osobne naravi. Govornik koji suprotstavljenu stranu optužuje zbog nekompetentnosti njegovih argumenata ili čak svjetonazora kakve još nitko nije zastupao na takav način, diskvalificira samog sebe. Takvo će ponašanje prije ili kasnije negativno se odraziti po samog govornika (Duden, Huth i Hatje, 1997: 88).

3.6. Razvoj sposobnosti za argumentiranu diskusiju

Nedvojbeno je kako se govornik i slušatelj prilikom javnog nastupa trebaju emocionalno povezati s onim što čuju kako bi uopće bilo zapamćeno ono što je izrečeno. Laički rečeno, u životu se ljudi najviše sjećaju onih događaja u kojima su bili emotivno dirnuti. Ono što brojna istraživanja mogu potvrditi jest da karizma često ublažava ljudsku emocionalnu reakciju. Rezultat takve pojave je da prilikom javnog nastupa, publika se obično vrlo malo sjeća prezentacije, dok ističu da im se govornik svidio. U onim situacijama kada publika sluša karizmatičnog govornika, a ne sjećaju se njegovih ključnih riječi, možemo prepoznati prisutnost. Najjednostavniji tumač prisutnosti bi bio da je ona inverzija karizme. Neupitno je da je karizma na strani govornika, a prisutnost usmjerena na publiku. Ono što dobar govornik treba postići je balans između ova dva pojma.

Markovičić (2021: 25) ističe kako je važna autentičnost i svijest o vlastitim snagama i talentima. Nema boljeg savjeta za uspješan javni nastup. Autentičnost i jedinstvenost ključ su uspjeha. Vrlo često ljudi budu u situacijama prilikom javnih nastupa takvi da se pretvaraju u nešto što nisu. Žele biti netko ili nešto drugo. Žele impresionirati, zadovoljiti publiku, pitaju se tko je danas u publici, može li biti iskreni, kako može nastupiti i što reći. Nastavno tome, često se čini da si ljudi ne mogu dopustiti ili priuštiti da budu „svoji“ u situacijama javnih nastupa. Što su više dosljedni sebi privatno, poslovno i u situacijama javnih nastupa, što im je usklađeniji stil, to im je

cjelokupna komunikacija lakša i prirodnija. Što su dosljedniji sebi, biti će autentičniji i vjerodostojniji, i kao rezultat toga, imat će puno manje stresa u svim oblicima komunikacije, pa i u javnim nastupima. Na neki način, komunikacija je uvijek posljedica svega što se događa u nama samima.

Vrlo se važno osloniti i na povezanost s publikom iako ne zahtjeva poseban dio rada. Naime, prema Markovičić (2021: 105) ne treba zamišljati publiku kao strogog suca koji je došao prepoznati sve naše mane, a najvjerojatnije ponio sa sobom i torbu punih trulih rajčica kako bi svoje nezadovoljstvo nastupom i pokazao dobrim pogotkom. Publika ima navijački mentalitet. No ipak, treba tražiti prijatelja u publici. I to ne samo prijatelja, već i partnera. I još važnije, očekivati najbolje od publike. Publika osjeti s kakvim očekivanjima i emocijama se dolazi pred nju. Isto tako, publika se želi osjećati sigurno, želi osjetiti da govornik vlada situacijom i tematikom. Sve sumnje i negativne misli oduzimaju jako puno energije koju je govornik uložio u pripremu i oduzimaju sposobnost da bude u sadašnjem trenutku izvođenja, a javni nastup je umjetnost sadašnjeg trenutka.

Govornik može dijeliti priče, postavljati retorička pitanja ili ostavljati vrijeme za pitanja nakon izlaganja. Isto tako, može reagirati na reakcije publike, na smijeh, davati malo vremena u svom govoru kako bi uključi reakcije publike. To su sve dobri načini koji daju publici do znanja da je slušana, da je govornik tu za nju i da na neki način vodi dijalog s publikom. Ovaj interaktivni pristup je dinamičan i utječe na subjektivan osjećaj za protok vremena kod publike, pridonoseći važnosti i uvažavanju naše publike, objašnjava Markovičić (2021: 106).

Gruber (2011: 99) objašnjava kako je životna ironija da, što netko bolje poznaje onog drugog, teže je tomu nekomu dokazivati svoju vjerodostojnost. Vjerodostojnost je moćno oruđe za pregovore. Koju god priču ispričali, ako publika doživljava govornika kao nekoga vjerodostojnog, poslušati će s razumijevanjem i postoji veća mogućnost da će joj se prenijeti strast za nešto. Kad god netko pokaže istinsku volju da prevlada sve prepreke, to se ne može ignorirati zato što je za uspjeh potrebna istinska vjera u nešto.

Najuspješniji govornici istodobno su i pažljivi slušatelji. Oni su svjesni da je važnije pokazivati interes za svoju publiku nego se pretvarati da su sami zanimljivi. A upravo zato što će ono što znaju o svojoj publici odrediti način na koji će ispričati svoj govor. Zato je na govornicima da svoj cilj okrenu na svoj mlin. Ako se publiku doživljava, najvažnije je izraziti emocionalno iskustvo, odnosno kako bi se prenesla određena emocija važno je shvatiti na koji način je najbolje privući njihovu pažnju. Najvažnije od svega je znati što oni žele i trebaju, objašnjava Gruber (2011: 101).

4. METODOLOGIJA

Proučavanjem važnosti argumentiranja na javnim nastupima i u diskusijama, te važnosti elemenata koji bi prethodno pridonijeli razvoju diskusije poput emocija, samopouzdanja, vjerodostojnosti, spremnosti na protuargumente, pripreme javnog nastupa kao uporište za argumentiranu diskusiju, došli smo do problemskih pitanja na kojima se ovo istraživanje temelji:

1. U čemu se ogleda spremnost govornika na argumentiranu diskusiju?
2. Utječe li pripremljenost argumenata na glosofobiju?

Prema definiranim istraživačkim problemskim pitanjima postavljeni su slijedeći ciljevi:

1. Utvrditi dimenzije pripreme za argumentiranu komunikaciju u javnom nastupu.
2. Utvrditi elemente javnog izlaganja koje se dovode u direktnu vezu s diskusijom zasnovanom na argumentima.
3. Utvrditi kako argumentirana diskusija pomaže smanjenju glosofobije.

Budući da je definiran problem istraživanja i ciljevi koji su iz problemskih pitanja proizašli, definirane su i slijedeće hipoteze:

H1: Priprema govornika u pozitivnoj je vezi sa spremnošću za argumentiranu diskusiju.

- hipoteza će se utvrditi anketnim ispitivanjem, posebnom analizom odgovora i temeljem rezultata dobivenih u intervjuima

H2: Postoje različite dimenzije priprema javnog nastupa koji potiču argumentiranu diskusiju.

- hipoteza će se utvrditi sekundarnim istraživanjem dostupne literature o pripremi za javni nastup i argumentiranoj diskusiji

H2.1: Ispitanici smatraju da je upoznavanje publike najbolja metoda za poticanje argumentirane diskusije.

- hipoteza će se utvrditi anketnim ispitivanjem, posebnom analizom odgovora na pitanja pod brojem 10., 11., i temeljem rezultata dobivenih u intervjuima

H2.2: Dramatizacija teksta koji se izlaže pomaže argumentiranoj diskusiji.

- hipoteza će se djelomično utvrditi sekundarnim istraživanjem dostupne literature o elementima javnog izlaganja i diskusiji zasnovanoj na argumentima, te anketnim upitnikom pod pitanjem broj 12.

H.2.3: Duhovitost kao dimenzija javnog nastupa ukazuje na pripremljenost govornika potrebnim argumentima za diskusiju.

- hipoteza će se djelomično utvrditi sekundarnim istraživanjem dostupne literature o elementima javnog izlaganja i diskusiji zasnovanoj na argumentima, anketnim upitnikom pod pitanjem broj 13 i temeljem rezultata dobivenih u intervjuima

H3: Argumentacija može doprinijeti smanjenju glosofobije.

- hipoteza će se utvrditi anketnim ispitivanjem, posebnom analizom odgovora i temeljem rezultata dobivenih u intervjuima

4.1. Uzorak ispitanika

Prilikom provođenja ovoga istraživanja korištene su dvije metode ispitivanja – online anketa i individualni intervjui. U anketi, koja je bila formirana, a potom i izrađena putem „Google Documents“ obrasca, bilo je potrebno skupiti što veći broj ljudi različitih profila kako bi se dobili što vjerodostojniji odgovori na postavljena istraživačka pitanja. Iz tog razloga, 679 ispitanika je skupljeno slučajnim odabirom preko privatnih izvora, društvenih mreža i drugih online kanala komunikacije.

Za drugi dio istraživanja odabrano je 5 (pet) osoba koje se susreću s javnim nastupima, držanjem govora, davanjem izjava za medije i slično. Za intervjue su izabrani: H. S. (tajnik), A. R. (menadžer/specijalist), M. K. (viši predavač na visokoškolskoj ustanovi), A. K. (menadžer/novinarka), te D. B. (pravnik – višegodišnje iskustvo u odvjetničkoj djelatnosti). Puno ime intervjuiranih osoba kao i organizacije na kojoj se radno mjesto nalazi, poznato je autoru. Intervjui su nastali iz ideje o prikupljanju informacija o argumentaciji, odnosno doznati praktične smjernice od osoba s iskustvom u javnim nastupima. Pripremljen je strukturirani intervju s otvorenim pitanjima.

4.2. Način provedbe istraživanja

Dana 31. svibnja 2022. godine u 18h, anketni je upitnik distribuiran on-line, na društvenim mrežama, internet linkom putem elektroničke pošte, a baze kontakata prikupljene su iz službenih i privatnih izvora. Predmetno istraživanje provodilo se do 30. lipnja 2022. godine u 23,00h. U istraživanju je sudjelovalo 679 ispitanika starosne dobi od 18 do 50< godina, s ciljem utvrđivanja važnosti argumentiranja.

Postavljena su pitanja jasna, nedvosmislena i konkretna, a sastoje se od općih podataka i njihovom mišljenju o spomenutom utjecaju. Pitanja su jasna upravo iz cilja da se dobiju kratki i precizni odgovori, a samim time i precizni rezultati istraživanja. Anketni upitnici su ispunjavani anonimno, odnosno ne otkriva se identitet ispitanika. Primarni podaci obrađeni su pomoću programa Excel i Statistica te su prikazani u nastavku grafički, sa pripadajućim narativnim opisom.

Obzirom na opsežnost upitnika i nepostojanje plana poticaja za ispunjavanje istog, veličina uzorka eliminira ograničenje istraživanja, tako da pouzdanost procjena nije narušena.

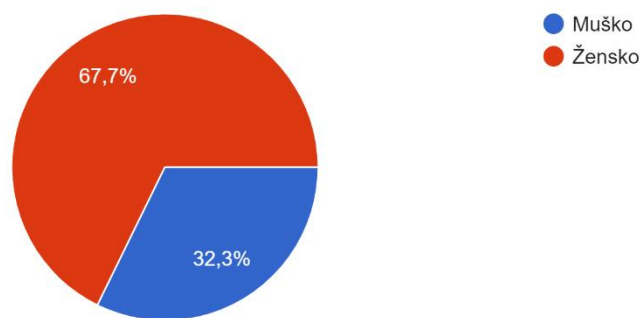
5. REZULTATI I INTERPRETACIJA

5.1. Analiza rezultata online ankete

U online anketi sudjelovalo je šesto sedamdeset devet (679) ispitanika različitih demografskih obilježja, stupnja obrazovanja, statusa zaposlenja i djelatnosti koju trenutno obavljaju ili se obrazuju, iz različitih županija iz kojih dolaze, a u grafičkim prikazima može se vidjeti zastupljenost ispitanika različitih obilježja u postocima.

Pitanje 1. *Spol ispitanika*

1. Kojeg ste spola?
679 odgovora



Grafički prikaz 1. Spol ispitanika

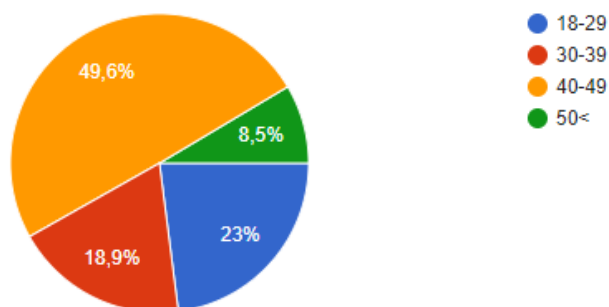
Ovome istraživanju je pristupilo 32,3% ispitanika muškog što čini brojku od njih 219, te 67,7% ženskog spola, odnosno njih 460.

Najveći broj ispitanika ovoga istraživanja spadao je u dobnu skupinu od 40-49 godina (49,6% ili njih 337), zatim dobna skupina od 18-29 godina (23% ili 156), 30-39 godina (18,9% ili 128), dok je najmanji postotak iznosila dobna skupina 50<, odnosno njih (8,5%, što je činilo brojku od njih 58).

Pitanje 2. Dob ispitanika

2. Kojoj dobnoj skupini pripadate?

679 odgovora



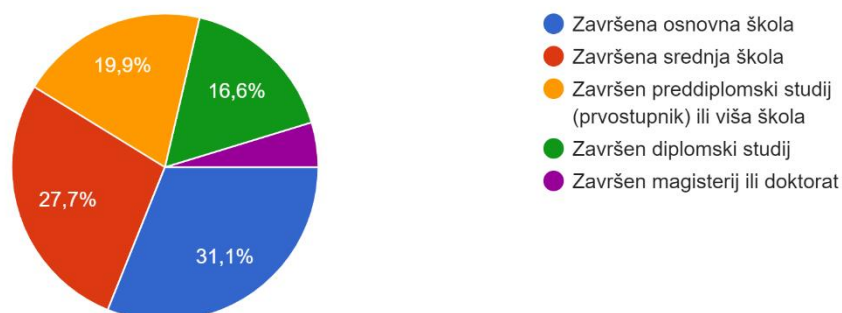
Grafički prikaz 2. Dob ispitanika

Najveći broj ispitanih osoba ima završenu osnovnu razinu obrazovanja što opravdava činjenica kao je anketa bila distribuirana među NKV radnicima različitih djelatnosti, te čine postotak od 31,1% (njih 211). Nadalje, njih 27,7% (odnosno 188) izjasnilo se kako ima završenu srednju školu, zatim 19,9% (ili 135) ispitanika ima završen preddiplomski studij, 16,6% ispitanika (njih 113) izjasnilo se kako ima završen diplomski studij dok najmanji postotak iznosio je 4,7% (njih 32) kojeg su činili ispitanici sa završenim magisterijem ili doktoratom.

Pitanje 3. Obrazovanje ispitanika

3. Koji je Vaš stupanj obrazovanja?

679 odgovora



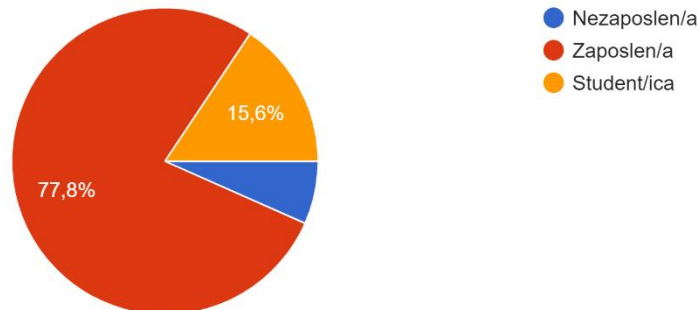
Grafički prikaz 3. Obrazovanje ispitanika

Ispitanici u statusu zaposlenja bili su čak 77,8% (ili 528), njih 15,6% (ili 106) bili su studenti, dok 6,6% ispitanika (njih 45) imalo je status nezaposlenih osoba.

Pitanje 4. Status zaposlenja

4. Koji je Vaš status zaposlenja?

679 odgovora



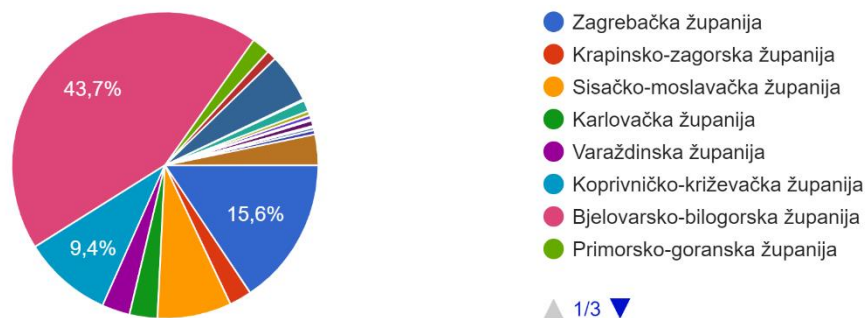
Grafički prikaz 4. Status zaposlenja

Ovo je istraživanje obuhvatilo ispitanike iz raznih krajeva države, pa tako najveći postotak ispitanika, njih 43,7% bili su iz Bjelovarsko-bilogorske županije, zatim postotak od 15,6% činili su ispitanici iz Zagrebačke županije, 15,6% ispitanici iz Zagrebačke županije, 9,4% Koprivničko-križevačka županija, 7,8% ispitanika iz Sisačko-moslavačke županije, 5,2% ispitanika iz Virovitičko-podravske županije, 3,2% Grad Zagreb, 2,4% Krapinsko-zagorska županija, 2,9% Karlovačka županija, 2,9% Varaždinska županija, 1,2% Brodsko-posavska županija, 1,9% Primorsko-goranska županija, 1% Ličko-senjska županija, te ostale županije u manjim postocima od 1%.

Pitanje 5. Distribucija ispitanika prema županiji iz koje dolaze

5. Kojoj županiji pripadate?

679 odgovora

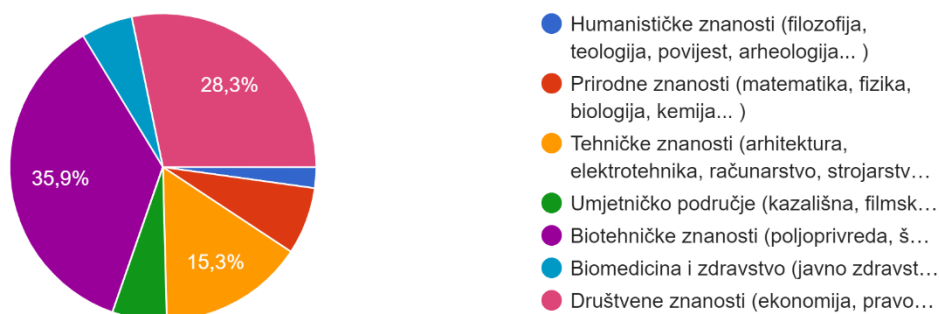


Grafički prikaz 5. Distribucija ispitanika prema županiji iz koje dolaze

Pitanje 6. Distribucija ispitanika prema djelatnosti u kojoj rade ili se obrazuju

6. Djelatnost u kojoj radite ili se obrazujete?

679 odgovora



Grafički prikaz 6. Distribucija ispitanika prema djelatnosti u kojoj rade ili se obrazuju

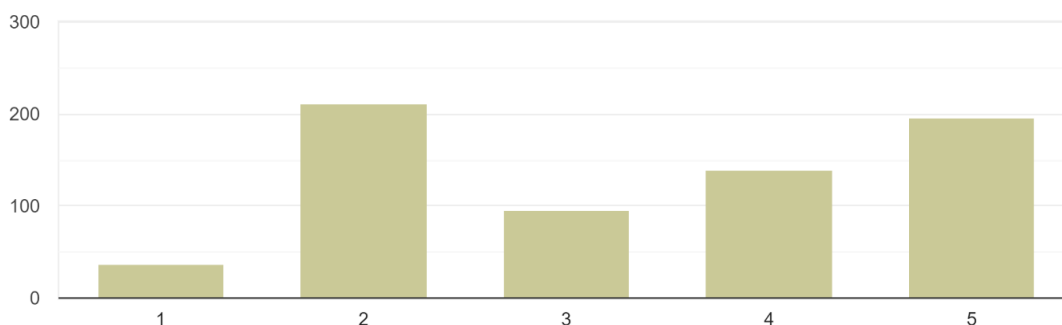
Istraživanjem se uočilo kako se ispitanici bave različitim djelatnostima, pa tako je u ovome najveći postotak ispitanika bio iz grane biotehničkih znanosti (poljoprivreda, šumarstvo, biotehnologija...) njih 35,9%, postotak od 28,3% društvene znanosti (ekonomija, pravo, psihologija, pedagogija...), slijedi područje tehničkih znanosti u postotku od 15,3%, 7,1% prirodne znanosti, 5,7% umjetničko područje, 5,4% biomedicina i zdravstvo, te u najmanjem postotku su humanističke znanosti koje su činile svega 2,2%.

Za svako iduće anketno pitanje postavljen je grafički prikaz ispod kojeg slijedi objašnjenje. U samom početku ankete bila je postavljena jednostavna tvrdnja kojom se želi definirati u kojem postotku je potvrđena ili ne. Korištena je Likertova skala s vrijednostima od 1 (uopće se ne slažem) do 5 (slažem se u potpunosti).

Prikaz 7. Tvrdnja „Kada uočim improvizaciju u govoru smatram da govornik nije dobro pripremljen.“

7. Kada uočim improvizaciju u govoru smatram da govornik nije dobro pripremljen

679 odgovora



Grafički prikaz 7. Mišljenje ispitanika o tvrdnji „Kada uočim improvizaciju u govoru smatram da govornik nije dobro pripremljen“

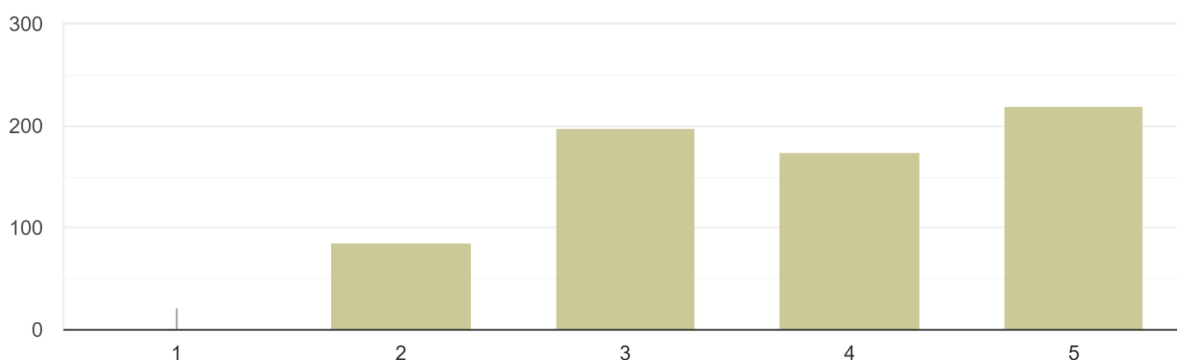
S ovom tvrdnjom ispitanici se uglavnom nisu složili što potvrđuje postotak od čak 31,1 % (ili njih 211) u kojima iznose kako se ne slažu s navedenom tvrdnjom, postotak od 5,4% pri čemu su se ispitanici izjasnili kako se uopće ne slažu s tvrdnjom. 14,1% ispitanika odredilo se kako se niti slažu niti ne slažu, njih 20,5% slaže se s tvrdnjom, dok 28,9% ispitanika (odnosno njih 196) u potpunosti se složilo s tvrdnjom. S obzirom na dobivene rezultate ove općenito jednostavne tvrdnje, zaključuje se kako improvizacija u govoru ujedno ne znači izostanak pripreme govornika za javni nastup.

U odnosu na spremnost govornika na argumentiranu diskusiju koja se ogleda u njegovoj promišljenosti pri izlaganju, veliki dio ispitanika se složilo. Stoga se tako 32,4% ispitanika u potpunosti složilo s tvrdnjom, njih 25,8% složilo se, 29% niti se slaže niti se ne slaže, 12,7% iznosi kako se ne slaže s tvrdnjom, dok 0,1% iznosi kako se uopće ne slaže s navedenom tvrdnjom.

Prikaz 8. Tvrdnja „Spremnost govornika na argumentiranu diskusiju ogleda se u njegovoj promišljenosti pri izlaganju.“

8. Spremnost govornika na argumentiranu diskusiju ogleda se u njegovoj promišljenosti pri izlaganju.

679 odgovora



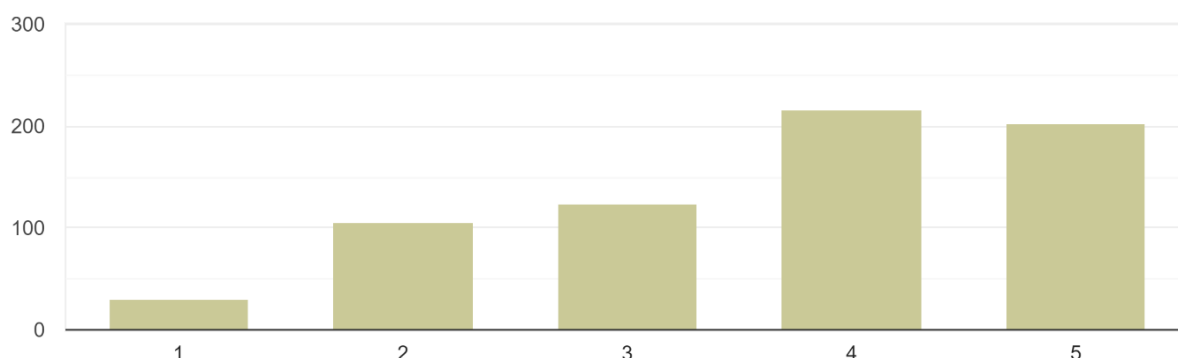
Grafički prikaz 8. Mišljenje ispitanika o tvrdnji „Spremnost govornika na argumentiranu diskusiju ogleda se u njegovoj promišljenosti pri izlaganju.“

Nadalje je uslijedila tvrdnja kako dobro pripremljen govornik potkrjepljuje brojnim primjerima, te se veliki broj ispitanika s tvrdnjom i složilo. 29,9% (ili njih 203) se u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom, 31,8% (ili njih 216) se slaže s tvrdnjom, 18,3% (njih 124) se nije odredilo odnosno niti se slažu niti se ne slažu, 15,6% (106) se ne slaže, dok 4,4% (30) se uopće ne slaže. Možemo ustvrditi kako promišljenost, pa i sama oštroumnost u smislu retorike, doista nosi značaj uspješnosti izlaganja i poticanja diskusije nakon istog pri čemu svjedoče ovi dobiveni rezultati.

Prikaz 9. Tvrdnja „Dobro pripremljen govornik je onaj koji potkrjepljuje brojnim primjerima.“

9. Dobro pripremljen govornik je onaj koji potkrjepljuje brojnim primjerima.

679 odgovora



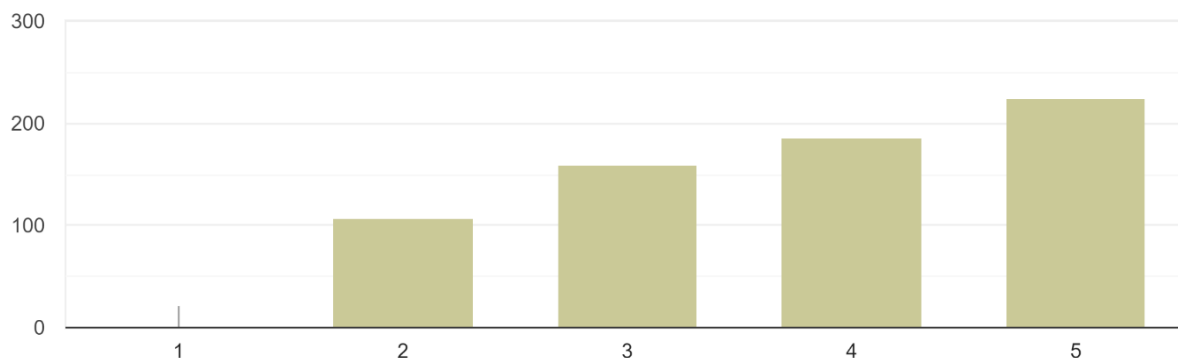
Grafički prikaz 9. Mišljenje ispitanika o tvrdnji „Dobro pripremljen govornik je onaj koji potkrjepljuje brojnim primjerima.“

Stavljajući se u ulogu, odnosno perspektivu publike, pokazalo se kako doista možemo uspostaviti komunikaciju s istom. Stoga tako, 33,1% (ili njih 225) ispitanik u potpunosti se složio s tvrdnjom, zatim 27,4% (njih 186) ispitanika se slaže s tvrdnjom, 23,6% ispitanika neodređeno je (ili njih 160), zatim postotak od 15,8% (ili njih 107) nije se složilo s tvrdnjom, dok najmanji postotak od 0,1% se uopće nije složilo s tvrdnjom.

Prikaz 10. Tvrdnja „Kao govornik, postavljajući se u perspektivu publike mogu istinski uspostaviti komunikaciju s njom.“

10. Kao govornik, postavljajući se u perspektivu publike mogu istinski uspostaviti komunikaciju s njom.

679 odgovora

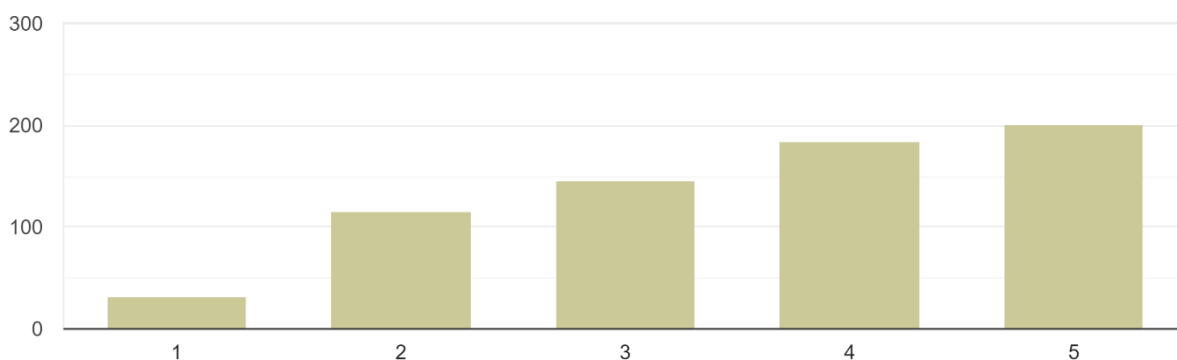


Grafički prikaz 10. Mišljenje ispitanika o tvrdnji „Kao govornik, postavljajući se u perspektivu publike mogu istinski uspostaviti komunikaciju s njom.“

Nadalje, pokazalo se kako 29,6% posto ispitanika (ili njih 201) u potpunosti se slaže s tvrdnjom kako poznavanje publike povećava vjerojatnost argumentirane diskusije nakon izlaganja, zatim 27,2% posto (njih 185) izjasnilo se kako se slaže s tvrdnjom, 21,4% ispitanika niti se slaže niti se ne slaže (njih 145), čak 17,1% nije se složilo s tvrdnjom (ili njih 116), dok se u potpunosti nije složilo s tvrdnjom 4,7 ispitanika (odnosno njih 32).

Prikaz 11. Tvrdnja „Poznavanje publike povećava vjerojatnost argumentirane diskusije nakon izlaganja.“

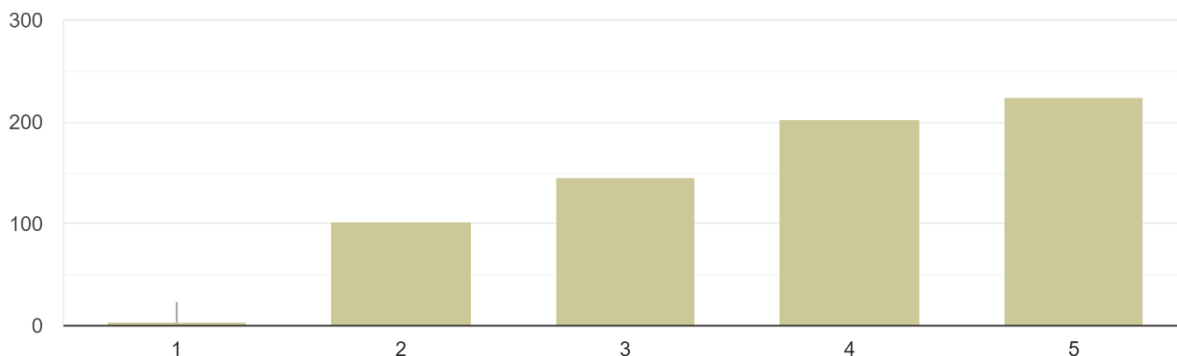
11. Poznavanje publike povećava vjerojatnost argumentirane diskusije nakon izlaganja.
679 odgovora



Grafički prikaz 11. Mišljenje ispitanika o tvrdnji „Poznavanje publike povećava vjerojatnost argumentirane diskusije nakon izlaganja.“

Prikaz 12. Tvrdnja „Kontrolirana neverbalna komunikacija potiče na argumentiranu diskusiju.“

12. Kontrolirana neverbalna komunikacija govornika potiče na argumentiranu diskusiju.
679 odgovora



Grafički prikaz 12. Mišljenje ispitanika o tvrdnji „Kontrolirana neverbalna komunikacija potiče na argumentiranu diskusiju.“

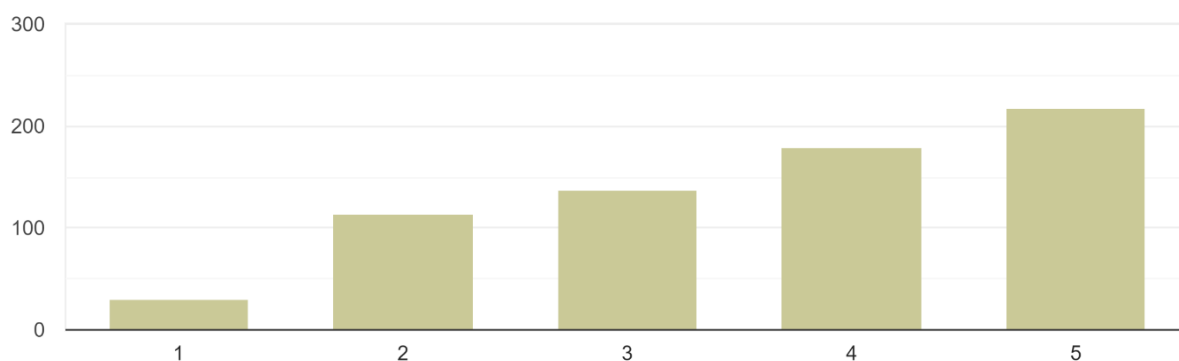
Usljedišla je tvrdnja kako kontrolirana neverbalna komunikacija potiče na argumentiranu diskusiju pri čemu se u potpunosti s istom složilo 33% ispitanika (njih 224), zatim se s tvrdnjom složilo 29,9% (njih 203), niti se slaže niti se ne slaže njih 21,4% (odnosno njih 145), zatim 15,2% činili su ispitanici koji se nisu složili s tvrdnjom, dok 0,6% (ili njih 4) u potpunosti se nisu složili s navedenim.

Što se tiče sigurnosti govornika u pripremljene argumente što dovodi do opuštanja i omogućuje da se ostvari duhovitost u komunikaciji, s navedenim se u potpunosti složilo 32,1% ispitanika (njih 218), zatim 26,4% ispitanika (njih 179) slaže se, 20,2% ispitanika (njih 137) se niti slaže niti ne slaže, 16,8% ispitanika (njih 114) se ne slaže s navedenom tvrdnjom, dok 4,6% se uopće ne slaže).

Prikaz 13. Tvrdnja „Sigurnost govornika u pripremljene argumente dovodi do opuštanja i omogućuje da se ostvari duhovitost u komunikaciji.“

13. Sigurnost govornika u pripremljene argumente dovodi do opuštanja i omogućuje da se ostvari duhovitost u komunikaciji.

679 odgovora

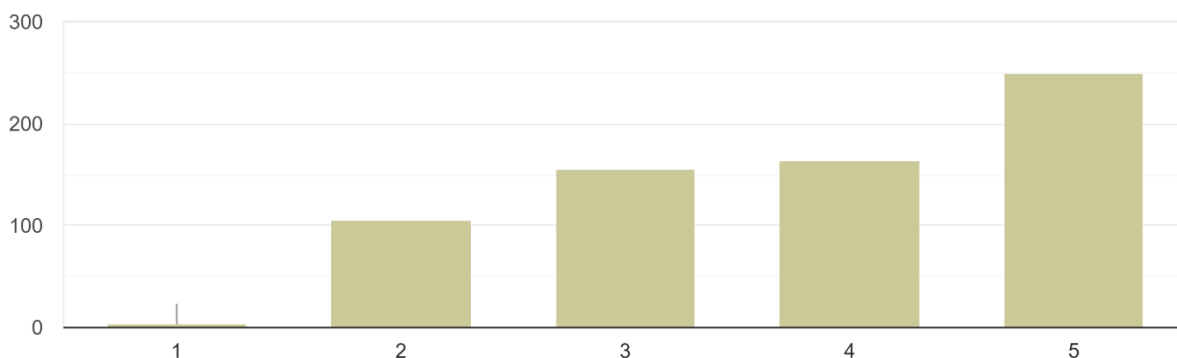


Grafički prikaz 13. Mišljenje ispitanika o tvrdnji „Sigurnost govornika u pripremljene argumente dovodi do opuštanja i omogućuje da se ostvari duhovitost u komunikaciji.“

36,7% (njih 249) u potpunosti se slaže s tvrdnjom kako prilikom argumentiranja u potpunosti poznaju svoje granice što ih čini sigurnim, zatim 24,3% (njih 165) se izjasnilo kako se slažu s navedenim, zatim 23% (njih 156) niti se slaže niti se ne slaže, 15,5% (105) se ne slaže, te 0,6% (njih 4) se u potpunosti ne slaže.

Prikaz 14. Tvrdnja „Prilikom argumentiranja u potpunosti poznajem svoje granice što me čini sigurnim.“

14. Prilikom argumentiranja u potpunosti poznajem svoje granice što me čini sigurnim.
679 odgovora

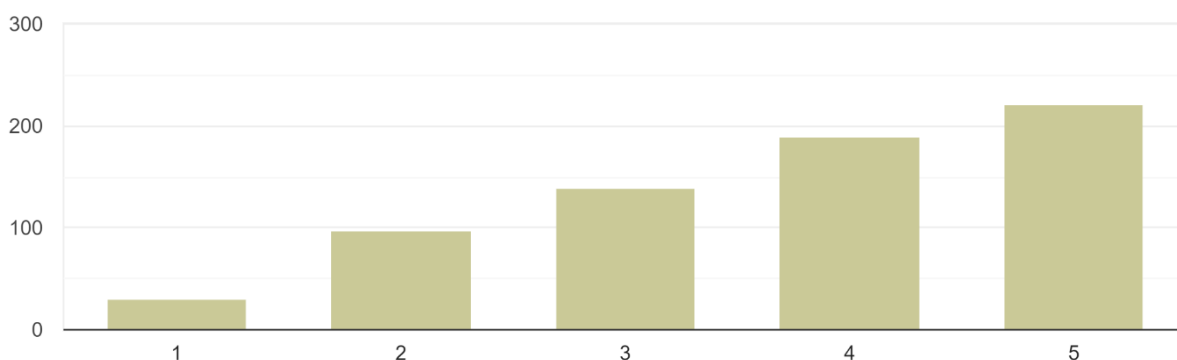


Grafički prikaz 14. Mišljenje ispitanika o tvrdnji „Prilikom argumentiranja u potpunosti poznajem svoje granice što me čini sigurnim.“

32,5% (njih 221) u potpunosti se slaže tvrdnjom što je veće povjerenje u argumente, to je manji strah od neugodnih (nesigurnih) pozicija u diskusiji, njih 28% (odnosno 190) slaže se s navedenom tvrdnjom, postotak od 20,5% čini 139 ispitanika koji se niti slažu niti ne slažu, zatim 14,4% (njih 98) se ne slaže, dok 4,6% (njih 31) se uopće ne slaže,

Prikaz 15. Tvrdnja „Što je veće povjerenje u argumente, to je manji strah od neugodnih (nesigurnih) pozicija u diskusiji.“

15. Što je veće povjerenje u argumente, to je manji strah od neugodnih (nesigurnih) pozicija u diskusiji.
679 odgovora



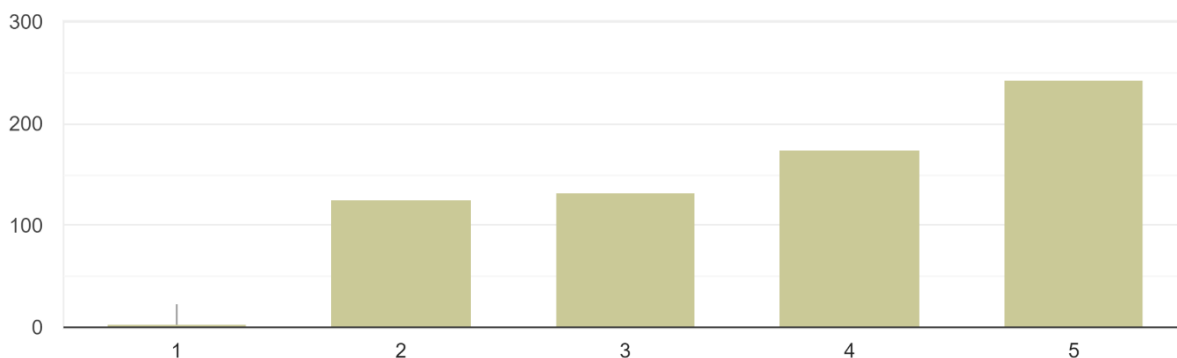
Grafički prikaz 15. Mišljenje ispitanika o tvrdnji „Što je veće povjerenje u argumente, to je manji strah od neugodnih (nesigurnih) pozicija u diskusiji.“

Što se tiče argumentiranja tvrdnji u javnim izlaganjima i postizanju samopouzdanja, u potpunosti se složilo 35,8% ispitanika (njih 243), s tvrdnjom se slaže 25,8% (njih 175), čak 19,4% (njih 132) se niti slaže niti ne slaže, 18,6% (njih 126) se izjasnilo kako se ne slaže s navedenim, dok se 0,4% (3) ispitanika uopće nije složilo.

Prikaz 16. Tvrdnja „Argumentiranje tvrdnji u javnim izlaganjima čini me samopouzdanim.“

16. Argumentiranje tvrdnji u javnim izlaganjima čini me samopouzdanim.

679 odgovora



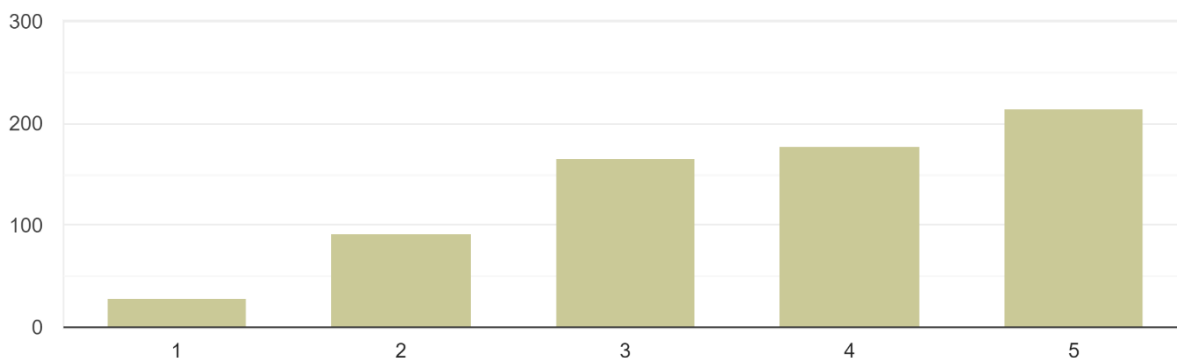
Grafički prikaz 16. „Argumentiranje tvrdnji u javnim izlaganjima čini me samopouzdanim.“

31,5% ispitanika (njih 214) iznosi kako se u potpunosti slaže s tvrdnjom kako prije argumentirane diskusije vode se stavom da primarni cilj nije pobjeda, 26,1% (177) slaže se s navedenim, 24,4% (njih 166) niti se slaže niti se ne slaže, 13,7% (njih 93) se ne slaže, te 4,3% (njih 29) u potpunosti se ne slaže s navedenom tvrdnjom.

Prikaz 17. Tvrdnja „Prije argumentirane diskusije vodim se stavom da mi primarni cilj nije pobjeda.“

17. Prije argumentirane diskusije vodim se stavom da mi primarni cilj nije pobjeda.

679 odgovora



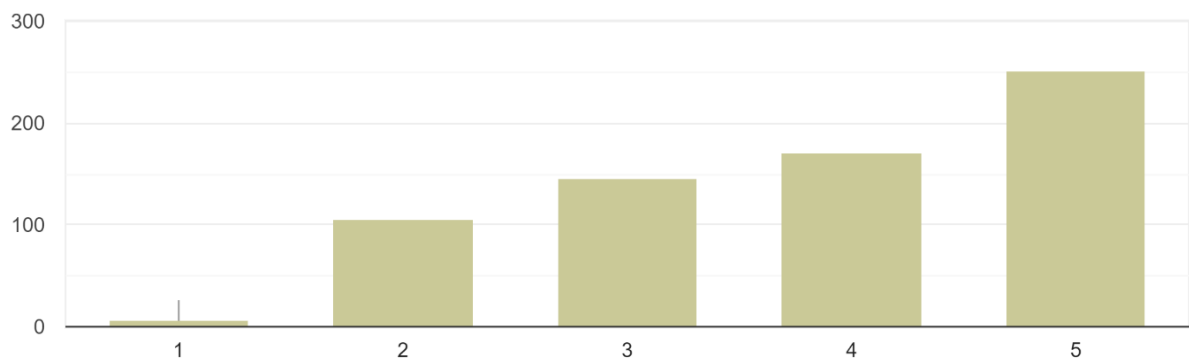
Grafički prikaz 17. Mišljenje ispitanika o tvrdnji „Prije argumentirane diskusije vodim se stavom da mi primarni cilj nije pobjeda.“

Te posljednja tvrdnja u ovom istraživanju glasila je kako je trema manja zbog potkrjepa konkretnim argumentima, a ne općenitim, stoga se tako s ovom tvrdnjom u potpunosti složilo 31,5% ispitanika (odnosno njih 214), 26,1% ispitanika (njih 177) složilo se, 24,4% (njih 166) se nije odredilo, 13,7% (njih 93) se ne slaže s navedenim, dok 1 % (njih 7) se u potpunosti ne slaže.

Prikaz 18. Tvrdnja „Moja trema je manja zbog potkrjepa konkretnim argumentima, a ne općenitim.“

18. Moja trema je manja zbog potkrjepa konkretnim argumentima, a ne općenitim.

679 odgovora



Grafički prikaz 18. Mišljenje ispitanika o tvrdnji „Moja trema je manja zbog potkrjepa konkretnim argumentima, a ne općenitim.“

5.2. Analiza intervjuja

Drugi dio istraživanja sastojao se od provedbe dubinskih intervjuja s osobama koje su u svakodnevnom životu, zbog svog radnog mjesta i profesionalnog života, izložene javnim nastupima. Da bi se dobile cjelovite informacije, izabrane su osobe različitih profesija.

5.2.1. H. S. – glavni tajnik

Navedenom funkcijom predstavlja instituciju u ulozi odgovorne osobe. Uz to je zadužen za poslovno funkcioniranje institucije te koordinira rad svih zaposlenika unutar iste. Zadužen je za strateško planiranje i financijsko poslovanje te sprovedu navedenog.

U intervju na početku je naglasio koliko je za njega važna priprema javnog nastupa i osjeća li strah prije istog:

„Prije svega osoba sam koja unatoč pripremi pred javni nastup uvijek osjećam određenu dozu treme pred javnim nastupom. Ne bi to nazvao strahom, prije je pozitivna trema.“ Smatra kako je prije javnog nastupa priprema vrlo važan dio istog.

Nadalje iznosi kako smatrate li da kvalitetna priprema govora ima utjecaj na razvijanje argumentirane diskusije nakon javnog nastupa:

„Naravno da smatram kako je priprema javnog nastupa važna zbog diskusije i eventualne argumentacije kasnije. Ovisi naravno o vrsti javnog govora.“

Priznaje kako nedovoljna priprema može rezultirati izostajanjem argumentirane diskusije nakon nastupa:

„...no treba naravno pet uzeti u obzir i vrstu javnog govora te je li uopće cilj istog diskusija nakon nastupa.“

Iznosi kako osobno smatra da je prilikom pripreme argumenata potrebno imati nekoliko spremnih argumenata no jedan u fokusu. Jednako tako, smatra da je važno predviđati eventualne protuargumente i pripremiti svoje odgovore na iste kako bi se izbjegle eventualne neugodne situacije.

Na pitanje kakve emocije doživljava kada se tijekom nastupa u nekom trenutku osjeti nedovoljno pripremljen ili njegov argument bude suočen s jačim protuargumentima, iznosi:

„Emocije pri javnom nastupu u tom smislu ne pokazujem već nastavljam dalje sa svojim izlaganjem. Važno mi je ne pokazati javnosti svoju eventualnu nepripremljenost na sve situacije.

Jednako tako, na pitanje da li prihvaća pitanja u trenutku dokazivanja i pomiče li to njegove granice i utječe na sposobnost argumentiranja, priznaje:

„Osobno nemam problema s pitanjima usred javnog nastupa. Ako nisam siguran u svoju argumentaciju u tom trenutku, ljubazno napomenem kako ću na sva pitanja odgovoriti nakon izlaganja te se kroz daljnje izlaganje trudim odmah na pitanje i odgovoriti.“

Nadalje nam iznosi kako *„Svatko ima pravo na svoj stav i ne pokušavam nametati svoj kao jedini mogući te se kroz diskusiju fokusiram na činjenice kako bi time sugovorniku eventualno diskretno skrenuo pažnju na preispitivanje stavova koje je iznio.“* Ukoliko ga netko suoči s valjanim i jakim protuargumentom koji ruši njegovu tezu, sagledava mogućnosti da promjeni vlastiti stav (poziciju).

„Slažem se da upućenost u temu kao i spremnost na argumentiranu diskusiju svakako doprinose smanjenju straha od javnog izlaganja, no ponavljam, bez obzira na sve uvijek je tu, barem kod mene, prisutna trema.“

Na pitanje pridonosi li poznavanje publike poticanje argumentirane diskusije, potvrdno iznosi *„Naravno jer je tada lakše pripremiti nastup kako bi ih lakše uključio kao što sam u odgovoru iznad napisao.“*

Smatra da ukoliko je oslonjen na valjane argumente, pridonosi povećanju razine duhovitosti. Duhovitost je, po njemu, svakako poželjna ako za to ima prostora te naravno ovisi o samoj prilici.

5.2.2. A. R. – menadžer i sistem specijalist

Osim iskustva menadžmenta i logistike, susreće se s izlaganjima na poslovnim sastancima pri čemu otegotna okolnost je komuniciranje na stranom jeziku, Norveškom. Komunikaciju smo započele sa pitanjem koliko je za nju važna priprema javnog nastupa i strahu od istog na što nam odgovara:

„S obzirom da radim na inozemnom tržištu, iznimno mi je bitno pripremiti se za javni nastup. Uvijek je prisutna pozitivna nervoza prije istupanja jer nikada ne možemo unaprijed procijeniti kako će odabrana grupacija ljudi od reagirati. Također, u mom slučaju je prisutan i strah od pogreške pri obraćanju na drugom jeziku.“

Nadalje, smatra da kvalitetna priprema govora ima utjecaj na razvijanje argumentirane diskusije nakon javnog nastupa, te nastavlja „*Apsolutno se slažem s navedenim. Moguće je unaprijed pripremiti se na “what if” scenarije i pitanja. Naravno da uvijek postoji stupanj neizvjesnosti međutim može poslužiti kao podsvjesna sigurnost da smo se maksimalno pripremili i istražili materiju o kojoj ćemo diskutirati.*

Na pitanje što misli o tvrdnji kako nedovoljna priprema može rezultirati izostajanjem argumentirane diskusije nakon nastupa, ističe “*Ne mora nužno vrijediti jer ovisi ponekad i o tipu osobnosti i karaktera izlagača, ali i samih sudionika. Za sada se u mojoj praksi pokazalo da uvijek imate barem jednog sudionika koji nije sklon razmatranju i gledanju na izloženu tematiku “iz drugačije perspektive” te uporno “ne želi biti otvoren” za nove spoznaje. Karakteristično je za osobe iznad 60 godina jer je često poznat stav “ja imam iskustvo i znam o tome više nego itko”. Međutim, ukoliko dobro poznajemo materiju o kojoj izlažemo na javnom panelu, rijetko će se dogoditi da ne poznajemo neku statistiku ili činjenicu te je sami faktor rizika iznenađenja kako sa iznesenim činjenicama/argumentima nećemo biti upoznati, sveden na minimum.”*

Pripremajući argumente, teži tome da ih predvidi više. Te nastavlja: “*Kako radim na projektima ali i odabiru novih logističkih tehnologija, iznimno je bitno dobro argumentirati zašto ste nešto odabrali pred timom od 20 -ak ljudi ili ulagačima. Uvijek se opsežno pripremam, procjenim kakav tip osoba sudjeluje, poznajem li nekoga kako inače od prije razmislija i još neke druge faktore koji mi mogu pomoći u što boljoj pripremi. Nekada je dovoljan sasvim jedan argument kao primjerice, nemamo budžet za nešto drugačije, ali nekada je potrebno i više argumenata ukoliko je se radi o opsežnijoj temi.“*

U tijeku pripreme, iznosi kako uvijek predviđa moguće protuargumente i priprema svoj odgovor na njih. Vezano uz emocije koje doživljava kada se tijekom nastupa u nekom trenutku osjeti nedovoljno pripremljeni ili njeni argumenti budu suočeni s jakim protuargumentima, ona objašnjava: “*Osjećam se uzbuđeno te samatram da u svakom trenutku učim te nema mjestu “hranjenja ega” da sam najbolja. Svjesna sam da će uvijek biti netko drugačija mišljenja i viđenja na neku temu te sam otvorena za prihvaćanjem “drugačijeg” ukoliko je to za boljitak i napredak, što mene ali i novom pristupu.”*

A. R. iznosi kako najviše voli pitanja u trenutku kada dokazuje nešto te ono ne pomiče njene granice i ne utječe na njenu sposobnost argumentiranja, već baš suprotno, tada može misliti i na neke druge sitnice kojima prvotno možda i nije pridala toliku važnost.

Nadalje u razgovoru upućeno joj je pitanje kako postupa u trenutku kada sugovornici pružaju protuargumente koji nisu na očigled činjenično ispravni? Na što odgovara: *“Potrudim se uvijek biti pripremljena, često zalijepim linkove ispod svakog slajda te uvijek mogu argumentirati primjerice koja je statistika u nekoj drugoj firmi, na svjestkom tržištu i slično. Pomirenim tonom te ponekad šalom pokušavam razbiti taj ”protunastrojeni” stav.”*

Ukoliko je suočena s valjanim i jakim protuargumentom koji ruši njenu tezu, iznosi *”uvijek je moguće naći se na pola puta. Ako vam netko ruši tezu do te mjere da ono što ste naveli nije točno nikako, niste se dovoljno pripremili i utrošeno je vrijeme bez veze.”* Spomenula je kako je prirodno imati „zdravu dozu straha“ te je nemoguće potpuno eliminirati strah ali dobrom pripremom pridonosi se smanjenju straha od javnih nastupanja.

Na pitanje da li se koristi određenim tehnikama da bi ste se stavila u položaj publike te na taj način izazvala argumentiranu raspravu, iznosi:

„Da, gotovo uvijek pokušavam na šarmantni način i kroz smijeh nekom doskočicom opustiti publiku kako bi zadobila povjerenje te onda laički rečeno «bacim kost» kako bi se ohrabрили iznijeti svoje mišljenje.“

Na kraju intervjua, istaknula je kako joj poznavanje publike, odnosno sugovornika pridonosi poticanju argumentirane diskusije, odnosno jako joj je važno poznavati okruženje kojem će izlagati materiju. Jednako tako, smatra da ukoliko je oslonjena na valjane argumente, to pridonosi povećanju razine duhovitosti u nastupu.

5.2.3. M. K. – viši predavač u industriji visokog obrazovanja

Iduća intervjuirana osoba je iskusni viši predavač s dokazanom poviješću rada u industriji visokog obrazovanja. Vješta u poslovnom planiranju, analitičkim vještinama, coachingu i predavanjima. Snažan obrazovni stručnjak s magistrom ekonomije, poslijediplomski studiji usmjereni na upravljanje industrijskim marketingom.

Razgovor o javnom nastupu započinjemo sa samom pripremom istog, stoga koliku važnost pridaje tome, iznosi:

„Priprema javnog nastupa je važna, ali ona se ne odnosi na pripremu samog izlaganja. Mislim da je izuzetno važno da smo s temom upoznati, da raspoložemo sa informacijama o samom

području o kojem razgovaramo. U tom slučaju strah od izlaganja je znatno manji, osjećamo se sigurnije i jednostavnije je izlagati.“

U odnosu na to da li kvalitetna priprema govora ima utjecaj na razvijanje argumentirane diskusije nakon javnog nastupa, profesorica objašnjava: *„U svakom slučaju, ali opet naglašavam priprema se odnosi na duži period bavljenja samom problematikom da bi o njoj mogli argumentirano diskutirati. U nekim područjima koja su nam bliska već imamo stvoren stav, te shodno tome i argumente za obranu svojih stavova.“*

Na pitanje što misli o tvrdnji kako nedovoljna priprema može rezultirati izostajanjem argumentirane diskusije nakon nastupa, odgovara: *„U svakom slučaju ako nemamo dovoljno informacija te nismo kritički promišljali o problematici vjerojatno nećemo zvučati uvjerljivo, nećemo imati argumente za obranu svojih tvrdnji. Na kraju ipak sve ovisi o samoj temi izlaganja, sugovornicima i samoj dinamici diskusije. U kojem smjeru će krenuti diskusija ovisi o sugovornicima, aktualnom momentu u kojem se odvija izlaganje. Jednim pitanjem sudionika diskusija može krenuti u nepredviđenom smjeru, trebali bi biti spremni za improvizaciju. Mislim da je jako važno ne zvučati previše pripremljeno, da ne stvorimo dojam užtogljenosti i samodopadnosti jer takvim načinom možemo očekivati da ostali sudionici u diskusiji, koju očekujemo da bude dinamična, ostanu bez pitanja i ne ostvarimo očekivanje ishoda izlaganja.*

Prilikom priprema argumenata, na pitanje teži li tome da ih predvidi što više ili je dovoljan jedan ako je valjan, iznosi da sve ovisi o temi i snazi argumenata, ponekad je za nju dovoljan jedan snažan i dobar način predstavljanja istog. U tijeku pripreme, upitana je ide li toliko daleko da predvidi moguće protuargumente i priprema svoj odgovor na njih, na što iznosi:

„Možda u samom kritičkom promišljanju tematike, sama sebi odgovorim na neka pitanja. Meni to ne izgleda kao priprema, samo bi rekla da su to moja razmišljanja o temi koju ću izlagati. Nemam naviku zapisivati pripremu, osim obvezne pripreme nastave. Zapravo nikada ne možete imati sve odgovore pripremljene, uostalom ništa se strašno neće dogoditi ako nemate odgovor u danom trenutku. Važan je način kako ćete odgovoriti, ponekad su u tim situacijama izlagači pokazuju nervozu i frustraciju što nikako nije pravi način.“

Razgovor je nastavljen o elementu emocija, te kakve emocije doživljavat kada se tijekom nastupa u nekom trenutku osjeti nedovoljno pripremljena ili njeni argumenti budu suočeni s jakim protuargumentima, na što iskazuje: *„Nismo sretni kada nemamo argumente, kada smo na jedan način poraženi. Mislim da je tada važno ne pokušavati prikriti svoje nezadovoljstvo, uvijek sam za*

iskren pristup. Takav način samoobrane mi pomaže da ostvarim kvalitetniji odnos sa dionicima diskusije. Prihvatanje poraza na simpatičan način u svakom slučaju je najbolje rješenje.“

Profesorica ističe kako u svakom slučaju je važno prihvatiti pitanja sudionika. Možda nije u svakom trenutku izvedivo ako npr. izlažu se ključni argumenti. U slučaju kada pitanje mijenja se smjer izlaganja, pokušava odgovarajući dopuniti svoje argumente. Važno je oslušivati „bilo“ sudionika pa je u svakom slučaju raspoložena za odgovore na pitanja sudionika.

Na pitanje kako postupa u trenutku kada sugovornici pružaju protuargumente koji nisu na očigled činjenično ispravni, objašnjava kako im pokušava predočiti činjenično stanje, nastoji biti suzdržana da se rasprava nastavi u pozitivnom ozračju. Važnije je kako smo se osjećali za vrijeme samog događaja, ta emocija ostaje nakon što završe izlaganja i diskusije.

Ukoliko je netko suoči s valjanim i jakim protuargumentom koji ruši njenu tezu, ona brzo traži neko novo uporište u novom argumentu. Jednako tako, ističe kako je već godinama stekla rutinu da ne razmišlja o tehnikama. Uvijek uključuje publiku, jednostavnim pristupom uspijeva ih potaknuti na suradnju. Nadalje ističe kako u svakom slučaju je važno da upozna publiku, to se ostvaruje i dozvoljavanjem tj. poticanjem interakcije publike za vrijeme izlaganja, praćenjem govora tijela sudionika, tumačenjem pogleda i upadica.

Razgovor se priveo kraju pitanjem smatra li da ako je oslonjeni na valjane argumente to pridonosi povećanjem razine duhovitosti u nastupu? Na što odgovara:

„Mislim da razina duhovitosti ne ovisi o navedenom, to ovisi o nama koliko smo spremni izložiti se i našaliti na svoj račun. Duhovitost na račun tuđih grešaka nije prikladna. Valjanost argumenata nam daje sigurnost pa su ljudi tada spremniji i našaliti se. U svakom slučaju je važno da šale nisu „odrađene“ već da reagirate spontano.“

5.2.4. A. K. – menadžer i novinarka

Zaposlena je kao menadžer, no uz titulu magistra logistike, ima također i titulu novinarstva, a svoju je karijeru prvotno gradila na Z1 televiziji. Obzirom na svoju funkciju, svakodnevno se susreće sa javnim nastupima u kojima u velikoj mjeri zastupljeno argumentiranje.

Iznosi kako je za nju priprema jedna od najbitnijih stavki kada se priprema za javni nastup. Zbog svog dosadašnjeg iskustva, ne osjeća strah, već osjeća pozitivnu tremu. Za nju je jednako tako važna kvalitetna priprema govora zbog razvijanja argumentirane diskusije te objašnjava kako

u pripremi govora, govornik bi trebao pripremiti argumente koji zastupaju njegovu tezu za svoj govor. Pri tome sudionici diskusije mogu iznijeti svoje pro i kontra stavove vezane za njegovu temu.

Na pitanje što mislit o tvrdnji kako nedovoljna priprema može rezultirati izostajanjem argumentirane diskusije nakon nastupa, iznosi: „*Nedovoljna priprema za neki govor rezultira nedostatkom argumenata koji su najbitnija stavka jedne argumentirane diskusije.*“

Pripremajući argumente, iznosi kako uvijek teži imati više argumenata koji će njenu tezu u javnom govoru podržati. Jednako tako, u tijeku pripreme ide toliko daleko da predvidi moguće protuargumente te priprema svoj govor na njih, svakako pokušava predvidjeti kontra argumente kako bi na njih mogla suvislo odgovoriti.

Na pitanje kakve emocije doživljava kada se tijekom nastupa u nekom trenutku osjeti nedovoljno pripremljeni ili njeni argumenti budu suočeni s jakim protuargumentima, Ana odgovara: „*Javlja se nelagoda, ali i interes za novi protuargument. Situaciju izvlačim da postavljam potpitanja kako bi se informirala o protuargumentu.*“

Nadalje iznosi kako prihvaća pitanja u trenutku kad dokazuje nešto, te pomiče svoje granice i cijeli doživljaj istog joj je zanimljiviji. Jednako tako, iznosi kako ljubazno odgovara protuargumentima na rečeno, naročito u trenutku kada joj sugovornici pružaju protuargumente koji nisu na očigled činjenično ispravni. Ukoliko je netko suoči s valjanim i jakim protuargumentom koji ruši njenu tezu ona sagledava mogućnost da promjeni vlastiti stav (poziciju). Slaže se kako upućenost u temu rasprave kao i spremnost na argumentiranu diskusiju pridonose smanjenju straha od javnih izlaganja.

Na pitanje koristi li se određenim tehnikama da bi ste se stavili u položaj publike te na taj način izazvala argumentiranu raspravu, iznosi: „*Da, na način da moj govor započnem za njih najpoznatijim argumentima, kako bi im tema bila bliža, a time i zanimljivija pri ćemo će se oni osjećati kako imaju sto za reći.*“

Razgovor smo privodile kraju tako što je A. K. isticala da joj poznavanje publike pridonosi u poticanju argumentirane diskusije. Te na zadnje pitanje smatra li da ako je oslonjena na valjane argumente to pridonosi povećanjem razine duhovitosti u nastupu, na što odgovara:

„*Da, dobrom pripremom i poznavanjem teme osjećamo kako smo upoznati s temom i to nam daje samopouzdanje kako bi se usudili biti duhoviti.*“

5.2.5. D. B. – pravnik, s višegodišnjim iskustvom u odvjetničkoj djelatnosti

Po struci pravnik, s višegodišnjim iskustvom u odvjetničkoj djelatnosti, te upravo njegovo iskustvo u javnim nastupima, argumentiranim diskusijama je iznimno važno za ovaj diplomski rad.

Razgovor smo započeli o samoj pripremi i njenoj važnosti za javni nastup i debate, te je tako otkrio kako je ona za njega: *„Iznimno važna, naravno. Svakako je jednostavnije ukoliko se radi o temi s kojom sam se upoznao i koju sam već razradio kroz raniji rad. U tom slučaju je potrebno samo sistematizirati već stečeno znanje i nije potrebna detaljnija priprema. Što se tiče straha, u pravilu ga ne osjećam, no svakako osjetim tremu. Njen intenzitet svakako, među ostalim faktorima, ovisi i o mom stupnju pripremljenosti za prezentaciju.“*

Smatra kako kvalitetna priprema govora olakšava publici shvaćanje tematike i problematike koja se obrađuje, a samim time i postavljanje smislenijih pitanja, kao i razumijevanje odgovora na ista. Smatra i kako nedovoljna priprema može rezultirati izostajanjem argumentirane diskusije nakon nastupa, te nastavlja objašnjavajući kako može izostajati s obzirom da se nedovoljnom pripremom povećava mogućnost da govornik neće biti u stanju na publici razumljiv način približiti tematiku govora, a posljedično su manje mogućnosti za kvalitetnu diskusiju.

Na pitanje kada priprema argumente, teži li predviđanju više njih ili je dovoljan jedan valjani:

„Svakako što više kvalitetnih argumenata. Naime, što je više kvalitetnih argumenata u prilog nekoj tvrdnji, to je vjerojatnije da je tvrdnja točna. Također, iznimno važno, nije svim osobama isti argument dovoljno razumljiv, stoga je radi uvjeravanja različitih ljudi pogodno raspolagati različitim argumentima.“

Razgovor se nastavio o predviđanjima mogućih protuargumenata i pripremom svojih odgovora na njih, te nam priznaje kako se trudi baš tako učiniti. Uvijek se potrebno staviti se u poziciju druge strane. Na taj način se dodatno otkrivaju slabosti vlastite argumentacije, a posljedično smo u mogućnosti na vrijeme ih otkloniti, odnosno smisliti valjani protuargument.

Na upit o emocijama, odnosno kakve doživljava u slučaju nedovoljne pripremljenosti ili suočenosti njegovih argumenata s jačim protuargumenata, odgovara:

„Osjećaji koje sam doživljavao u situaciji kada nisam bio dovoljno pripremljen uopće nisu korespondirali s osjećajima koji su se pojavili kada su moji argumenti bili suočeni sa snažnim

protuargumentima. Naime, u slučaju nedovoljne pripremljenosti, osjećao sam se dodatno uznemireno, ponekada nemoćno, a ukoliko je moja nedovoljna pripremljenost uočljiva trećima, tada svakako i dodatnu neugodu. Osjećaji u slučaju pojavljivanja snažnih protuargumenata variraju, ovisno o okolnostima. Ukoliko i ja imam snažne protuargumente, tada osjećam zadovoljstvo uslijed nadmetanja, osjećaj da imam "utakmicu pod kontrolom", osjećam se sigurno. Ukoliko pak nemam odgovor na snažne protuargumente, a jesam dovoljno upoznat s tematikom razgovora, i dalje u pravilu zadržavam osjećaj samopouzdanja i stabilnosti s obzirom na svojevrsno iskustvo koje sam već stekao, a koje rezultira sposobnošću da se i nepovoljna situacija ublaži i prikaže na prihvatljiviji način. No, tada svakako nastojim razmisliti o protuargumentima i prihvatiti ih ukoliko su valjani. Nije mi problem prihvatiti da je nečiji argument bio snažniji od mog.“

On prihvaća pitanja u trenutku dokazivanja, no svakako želi da budu postavljena nakon što iznese argument, odnosno završi iznošenje teze/obrazloženja. Pitanja znaju svakako ometati te iz toga razloga se i očekuju da budu postavljena nakon iznošenja argumenta.

U trenutku kada sugovornici pružaju činjenično neispravne argumente, on im nastoji pojasniti iz kojeg razloga nisu ispravni. Ako se doista radi o protuargumentu za koji zaključuje da je ispravniji od njegovog argumenta, neće ponavljati praznu priču s istim argumentom koji je "neispravan", već će nastojati pronaći drugi argument. Ukoliko ga nema, svakako sagledava mogućnosti da promjeni vlastiti stav (poziciju). Upućenost u temu rasprave kao i spremnost na argumentiranu diskusiju pridonose njegovom smanjenju straha od javnih izlaganja, bez ikakve dileme. Tada je prisutan osjećaj samopouzdanja koji znatno umanjuje, ponekada i eliminira strah od izlaganja.

Na pitanje koristi li se određenim tehnikama da bi se stavio u perspektivu publike izazivajući raspravu, odgovara: „*Samo nastojim razmisliti o pitanjima koje bi mi publika mogla postaviti i razmisliti kako im prezentaciju učiniti zanimljivijom i konkretnijom.*“

Na pitanje pridonosi li poznavanje publike u poticanju argumentirane diskusije, iznio je kako vjeruje da – da, s obzirom da su tada ljudi opušteniji, a posljedično i slobodniji u postavljanju pitanja i iznošenju protuargumenata.

Te na posljednje pitanje o duhovitosti prilikom javnog nastupa i osloncu na valjane argumente iznosi kako primjena duhovitosti je, po njemu, znak samopouzdanja, a koje potječe i od dovoljne pripremljenosti.

U nastavku je prikaz (Tablica 1) intervjuiranih osoba i njihovih stavova o važnosti pripreme nastupa, prisutnost emocija u javnom nastupu, važnost poznavanje publike, važnost upućenosti u temu, korištenje tehnika za javni nastup koji bi potaknuo argumentiranu diskusiju, povećanje razine duhovitosti u javnom nastupu kao oslonac na valjane argumente:

Prikaz „Tablica 1“: Važnost pripreme nastupa, prisutnost emocija u javnom nastupu, važnost poznavanje publike, važnost upućenosti u temu, korištenje tehnika za javni nastup koji bi potaknuo argumentiranu diskusiju, povećanje razine duhovitosti u javnom nastupu kao oslonac na valjane argumente

zanimanja	priprema nastupa	prisutnost emocija	poznavanje publike	upućenost u temu	korištenje tehnika	duhovitost
tajnik	da, vrlo važno	ne pokazuje	da, zbog lakše pripreme	da, smanjuje strah	-	poželjna
menadžer, specijalist	da, iznimno važno	da, uzbuđeno	da, pridonosi argumentiranoj diskusiji	-	da, gotovo uvijek	važna
menadžer, novinarka	da	nelagoda i interes	pridonosi diskusiji	da, smanjuje strah	da	da
profesorica	da	iskren pristup	važno	-	ne	ne ovisi – teži spontanosti
odvjetnik	da, iznimno važna	neugoda i sigurnost	da	da, bez dileme	da	da – znači dobra priprema

Izvor: autorski rad

5.3. Diskusija

Hipoteza H1: *Samo dobro pripremljen govornik spreman je na argumentiranu diskusiju*, utvrđena je anketnim ispitivanjem putem likertove skale pod pitanjima 7., 8., i 9., pri čemu je ova hipoteza i potvrđena.

Istraživanjem sekundarne literature o pripremi za javni nastup i argumentiranoj diskusiji, potvrdila se i hipoteza H2: *Postoje različite dimenzije priprema javnog nastupa koji potiču argumentiranu diskusiju*. O ovome piše Vodopija (2006).

Podhipoteza H2.1: *Ispitanici smatraju da je upoznavanje publike najbolja metoda za poticanje argumentirane diskusije*, utvrđena je anketnim ispitivanjem pod brojevima 10. i 11., te provedenim dubinskim intervjuom. Podhipoteza je analizom odgovora potvrđena.

Podhipoteza H2.2: *Dramatizacija teksta koji se izlaže pomaže argumentiranoj diskusiji*, djelomično je utvrđena sekundarnim istraživanjem dostupne literature o elementima javnog izlaganja i diskusiji zasnovanoj na argumentima, o ovome govori Vodopija (2006: 41) „*aktivnost odnosno izvedbena faza u kojoj je iznimno važno i ono neverbalno: gestikulacija, ekspresivnost, držanje, pokreti (svojevrсна dramatizacija teksta koji se izlaže)*“, te anketnim upitnikom pod pitanjem broj 12. Ova je podhipoteza također potvrđena.

Podhipoteza H.2.3: *Duhovitost kao dimenzija javnog nastupa ukazuje na pripremljenost govornika potrebnim argumentima za diskusiju*. Djelomično je utvrđena sekundarnim istraživanjem dostupne literature o elementima javnog izlaganja i diskusiji zasnovanoj na argumentima, o čemu je govorio Škarić (2011), anketnim upitnikom pod pitanjem broj 13 kao i analize istog, te temeljem rezultata dobivenih u intervjuima u kojima su se ispitanici složili. Podhipoteza je potvrđena.

Hipoteza H3: *Argumentacija može doprinijeti smanjenju glosofobije* je potvrđena dubinskim intervjuima s osobama koje su izložene nastupima i izlaganjima općenito. Svi su ispitanici potvrdili svoje iskustvo.

6. ZAKLJUČAK

Komunikacija je doista važan faktor u životima ljudi, te izostanak nje, gotovo je i nemoguće zamisliti. Lako je izvesti zaključak vezan uz komunikaciju da je ona uspješna ukoliko je poruka važna, zanimljiva, ukoliko je suprotna strana važna i poštovana, te u konačnici kada se želi ostaviti dobar dojam. S druge strane, komunikacija često puta neće biti uspješna, ili će posve nestati feedback ukoliko izostane osobni interes za temu, tema i govornik su dosadni, ako je tema predvidiva ili nije razumljiva. Budući da čovjek voli pronalaziti opravdanja za neuspjehe, pa gledajući uspješne govornike često se stječe dojam kako posjeduju dar koji ostalima jednostavno nije podaren. No, činjenica je kako neki brže usvajaju vještine od ostalih.

Ono što je ključno istaknuti jest, što im znači to ukoliko ne znaju argumentirati, nemaju sposobnost argumentiranja, ako njihovo samopouzdanje publika doživljava kao aroganciju, ako čak i ne poznaju strukturu govora pa i samu psihologiju publike. Ne može se ne spomenuti i samu pripremu govora, kao i kompetencije, u jednakoj mjeri ako nisu vješti u korištenju tehničkih sredstava. No, valja ustvrditi kako je mjerilo uspjeha uvijek bilo i biti će isto, dobra volja i uporan rad. Teži li se uspjehu, potrebno je prestati se oslanjati samo na urođene talente, improvizirati ih ili najgore od svega, u suprotnom, izbjegavati javne nastupe zbog straha od istog. Iz tog razloga, ponekad ideje i vrhunski projekti ne zažive jer nikada nisu bili prikazani, izlagani, prezentirani, izrečeni.

Vrlo je važno u argumentaciji biti što jasniji i ne ostavljati publici manevarski prostor za pogrešne interpretacije i zaključke. Kroz anketu i dubinske intervjuje dobiveni su rezultati koji potvrđuju sve one važne dimenzije koje smo spomenuti kroz teorijski dio. U odnosu na ograničenja istraživanja, ističemo veći postotak ispitanika ženskog spola, stoga se gubi na ravnopravnosti, podaci bi bili vjerojatno i obuhvatniji.

Ovo je istraživanje pokazalo kako dobrom pripremom kao i poznavajući njene dimenzije, poznavanje svoje publike, kontrolirane geste kao i duhovitost uvelike potiče na raspravu. Čak štoviše duhovitost budi onu ugodnu klimu u publici i prijateljski poziv da se svaka misao, ideja pa čak i pojam raspravi. Među ispitanicima nije tabu tema da je trema normalna i prisutna uvijek kada bi bili u prilici nešto reći, javno izlagati, pregovarati i slično, no svjesni činjenice kako su svi ljudi koji idu ka svojim ciljevima, ulažući konstantan rad na tome, zapravo može donijeti izuzetne rezultate. Samo vježbom, iskustvom, malim koracima i pomacima, ne može se u potpunosti suzbiti trema, ali se može kontrolirati u tolikoj mjeri da ne ometa daljnji tijek izlaganja. Dobri se govornici pamte mjesecima, loši se zaborave čim napuste prostoriju.

Sveučilište
Sjever

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Melita Ivandića (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Argumentacija u javnom nastupu (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

MELITA
IVANDIĆA
Melita Ivandića
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, MELITA IVANDIĆA (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Argumentacija u javnom nastupu (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

MELITA
IVANDIĆA
Melita Ivandića
(vlastoručni potpis)

7. LITERATURA

Knjige:

- [1] Brlas, S. (2010). *Psihologija komunikacije (udžbenik za nastavu psihologije komunikacije u području rada osobnih usluga u obrtničkim strukovnim školama)*. Jastrebarsko: Naknada Slap
- [2] Burić Moskaljov, M. (2014). *Poruke bez riječi : umijeće neverbalnog komuniciranja*. Zagreb: TIM press
- [3] Carnegie, D. (1985): *Psihologija uspjeha III, Kako steći samopouzdanje i savladati govorno umijeće*, Zagreb: Prosvjeta knjiga d.d.
- [4] Duden, Siegfried, A., Hatje, F. (1997). *Govori za sve prilike i ukratko o govorništvu : priručnik za učinkovite i moderne govore*. Zagreb: Poslovni zbornik.
- [5] Eemeren, V. F., Grootendorst, R. (2004). *A Systematic Theory of Argumentation: The Pragmadiadialectical Approach*, Cambridge University Press
- [6] Gruber, P. (2011). *Pričom do uspjeha, Kako neodoljivo predstaviti svoju ideju i pridobiti partnere, ulagače i suradnike koristeći neoboriv argument – dobru priču*. Zagreb: Profil multimedija
- [7] Lucas. E. S. (2015). *Umijeće javnog govora*, Zagreb: Mate d.o.o.
- [8] Makovičić, J. (2021). *Komunikacijski umjetnik (izvedbene tehnike u javnom nastupu)*. Zagreb: V.B.Z. d.o.o.
- [9] Marković, Š. M. (2008). *Moć uvjeravanja: Govorništvo za menadžere (i one koji to žele postati)*, Priručnik za učenje retorike i javnog nastupa. Zagreb, Profil International d.o.o.
- [10] Mihalinić, M. (2018). *Upravljanje krizama i komuniciranje*. Velika Gorica, Veleučilište Velika Gorica
- [11] Neill, S. (1991). *Neverbalna komunikacija u razredu*. Zagreb: Educa, Nakladno društvo d.o.o.
- [12] Novosel, L. S. (2015). *Komunikacijski kompas*. Zagreb: Plejada d.o.o.
- [13] Rouse, M. J. (2005). *Poslovne komunikacije: kulturološki i strateški pristup*. Zagreb: Masmedia
- [14] Schulz von Thun, Friedemann (2001 – 2002): *Kako međusobno razgovaramo*. Zagreb: Erudita
- [15] Šego, J. (2005). *Kako postati uspješan govornik. Priručnik retorike za učenike i studente*. Zagreb, Profil international
- [16] Škarić, I (2011): *Argumentacija*, Zagreb: Nakladni zavod Globus
- [17] Škarić, I. (2000): *Temeljci suvremenog govorništva*, Zagreb: Školska

[18] Vodopija, Š. (2006). *Opća i poslovna komunikacija: Priručnik i savjetnik za uspješnu komunikaciju*. Rijeka: Naklada Žagar

Članci:

[19] Austin, J. L. (1955). *Kako djelovati riječima: predavanja William James održana na Sveučilištu Harvard*. Zagreb: Disput, 2014.

[20] Bodlović, P. (2015). "*Argumentacija*" Ive Škarića: *pretpostavke, teškoće i propusti*', Prolegomena, 14(1), str. 102. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/141864> (Datum pristupa: 09.04.2022.)

[21] Bohm, D. (2009). *O dijalogu*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk

[22] Doppelhammer, S. (1968). 'Dr. Đuro Gračanin, Temelji govorništva, Zagreb, 1968.', Bogoslovska smotra, 38(2), str. 287-287. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/40101> (Datum pristupa: 12.04.2022.)

[23] "Emotions in Argumentation: an Empirical Evaluation" published in the Proceedings of the 24th International Joint Conference on Artificial Intelligence (IJCAI-2015), URL: <https://www.ijcai.org/Proceedings/15/Papers/029.pdf>

[24] Gilbert, M. A. Emotion, Argumentation and Informal Logic, Informal Logic Vol. 24, No.3 (2004): pp. 245-264, York University

[25] Kišiček, G. (2013). 'Vizualna retorika (Istraživanja retorike u 21. stoljeću)', Govor, 30(2), str. 153-169. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/166020> (Datum pristupa: 14.04.2022.)

[26] Sedić, S. (2014.). *Argumentacija i uvjerljiva sredstva govora predsjedničkih kandidata na prošlim parlamentarnim izborima* (Doktorska disertacija, [Š. Sedič]).

[27] Škerlep, A. (1989). *Argumentacija u komunikaciji*. Filozofski časopis, 10 (2).

Internetske poveznice:

[28] Yourdictionary.com, URL:

<https://examples.yourdictionary.com/examples-of-ethos-logos-and-pathos.html> (posjećeno 8.12.2021.)

[29] Masterclass.com, URL:

<https://www.masterclass.com/articles/writing-101-what-is-rhetoric-learn-about-rhetorical-devices-in-writing-and-3-modes-of-persuasion-in-rhetoric#3-modes-of-persuasion-in-rhetoric> (posjećeno 8.12.2021.)

[30] Writingcommons.org, URL:

<https://writingcommons.org/article/pathos/> (posjećeno 8.12.2021.)

- [32] Thoughtco.com, URL:
<https://www.thoughtco.com/logos-rhetoric-term-1691264> (posjećeno 8.12.2021.)
(posjećeno 8.12.2021.)
- [33] Merriam-webster.com, URL:
<https://www.merriam-webster.com/dictionary/argumentation> (posjećeno 27.12.2021.)
- [34] Libguides.edu, URL:
<https://libguides.greenriver.edu/c.php?g=179931&p=1182904> (posjećeno 27.12.2021.)
- [35] Platostanford.edu, URL:
<https://plato.stanford.edu/entries/argument/> (posjećeno 27.12.2021.)
- [36] OhioLINK, URL:
<https://ohiolink.oercommons.org/courseware/lesson/1961/overview> (posjećeno 27.12.2021.)
- [37] Thpanorama.com, URL:
<https://hr.thpanorama.com/articles/cultura-general/los-4-tipos-de-argumentacin-principales-y-ejemplos.html> (posjećeno 2.3.2021.)
- [38] Butte.edu, URL:
<http://www.butte.edu/departments/cas/tipsheets/thinking/reasoning.html> (posjećeno 2.3.2022.)
- [39] Study.com, URL:
<https://study.com/academy/lesson/abductive-reasoning-definition-examples.html> (posjećeno 2.3.2022.)
- [40] Warbletoncouncil.org, URL:
<https://bs.warbletoncouncil.org/tipos-de-argumentacion-9781> (posjećeno 2.3.2022.)
- [41] Literarydevices.net, URL:
<https://literarydevices.net/refutation/> (posjećeno 10.3.2022.)
- [42] Study.com, URL:
<https://study.com/academy/lesson/refutation-of-an-argument-definition-examples-quiz.html>
(posjećeno 10.3.2022.)
- [43] Unr.edu, URL:
<https://www.unr.edu/writing-speaking-center/student-resources/writing-speaking-resources/counterarguments> (posjećeno 10.3.2022.)
- [44] Yourdictionary.com, URL:
<https://examples.yourdictionary.com/strong-rebuttal-examples-for-debate-and-essays.html>,
(posjećeno 16.4.2022.)

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. <i>Spol ispitanika</i>	40
Grafikon 2. <i>Dobna skupina ispitanika</i>	41
Grafikon 3. <i>Stupanj obrazovanja ispitanika</i>	41
Grafikon 4. <i>Status zaposlenja ispitanika</i>	42
Grafikon 5. <i>Županija ispitanika</i>	42
Grafikon 6. <i>Djelatnost u kojoj ispitanici rade/obrazuju se</i>	43
Grafikon 7. <i>Tvrdnja „Kada uočim improvizaciju u govoru smatram da govornik nije dobro pripremljen“</i>	43
Grafikon 8. <i>Tvrdnja „Spremnost govornika na argumentiranu diskusiju ogleda se u njegovoj promišljenosti pri izlaganju“</i>	44
Grafikon 9. <i>Tvrdnja „Dobro pripremljen govornik je onaj koji potkrjepljuje brojnim primjerima.“</i>	45
Grafikon 10. <i>Tvrdnja „Kao govornik, postavljajući se u perspektivu publike mogu istinski uspostaviti komunikaciju s njom.“</i>	45
Grafikon 11. <i>Tvrdnja „Poznavanje publike povećava vjerojatnost argumentirane diskusije nakon izlaganja.“</i>	46
Grafikon 12. <i>Tvrdnja „Kontrolirana neverbalna komunikacija govornika potiče na argumentiranu diskusiju.“</i>	46
Grafikon 13. <i>Tvrdnja „Sigurnost govornika u pripremljene argumente dovodi do opuštanja i omogućuje da se ostvari duhovitost u komunikaciji.“</i>	47
Grafikon 14. <i>Tvrdnja „Prilikom argumentiranja u potpunosti poznajem svoje granice što me čini sigurnim.“</i>	48
Grafikon 15. <i>Tvrdnja „Što je veće povjerenje u argumente, to je manji strah od neugodnih (nesigurnih) pozicija u diskusiji.“</i>	48
Grafikon 16. <i>Tvrdnja „Argumentiranje tvrdnji u javnim izlaganjima čini me samopouzdanim.“</i>	49
Grafikon 17. <i>Tvrdnja „Prije argumentirane diskusije vodim se stavom da mi primarni cilj nije pobjeda.“</i>	49
Grafikon 18. <i>Tvrdnja „Moja trema je manja zbog potkrjepa konkretnim argumentima, a ne općenitim.“</i>	50

POPIS TABLICA

Tablica 1. <i>Važnost pripreme nastupa, prisutnost emocija u javnom nastupu, važnost poznavanje publike, važnost upućenosti u temu, korištenje tehnika za javni nastup koji bi potaknuo argumentiranu diskusiju, povećanje razine duhovitosti u javnom nastupu kao oslonac na valjane argumente</i>	60
---	----