

Весна ДИМОВСКА–ЈАЊАТОВА

УДК: 808.5

„ПСИХАГОГИЈА“ ВО РЕТОРИЧКИТЕ СПИСИ НА КИКЕРОН¹

Крајка содржина

„Психагогија“ (старогр. ψυχαγωγία) е термин кој во античката реторика значи „водење на душиите“, односно, ја означува уметноста на говорнички со различни средства да ги „води“ душиите на слушателите. „Воденето“ на душиите на слушателите се одвива преку „обраќање кон емоциите“, односно, преку предизвикување на одредени чувства кај нив, што соодветствува и со задачиите или целите на говорнички (officia oratoris), кој во својот говор треба: а) да ја докаже вистинитоста на она што го говори; б) да ја придобие наклоеноста на слушателите; и в) да побуди одредени чувства во нивните души и да ги поведе во посакувана насока. Во римската реторика (Кикерон, Квинтилијан), која значително учествувала во обликување на сфаќањето на говорнички како „уметност на убедувањето“, особено се акцентира важноста на првобитна цел. Кикерон во своите реторички списи (*De oratore*, *Orator*, *Brutus*), како и Арисотел (во *Реториката*), разликува три средства кои можат да се користат за постигнување убедливост и влијание врз публиката (II, 115, 121, 128): логичното докажување на веродостојноста на тврдењата (logos), преиспитувањето на моралниот лик на говорнички или на клиентот/предметот кој го заситува (ethos) и обраќањето кон емоциите (pathos). Тој инајтаму повеќе крайно појменцира дека за говорнички е најважно да ги прогне слушателите и на тој начин да предизвика такво расположение во кое нив ќе ги водат чувствата и душевните пориви, а не логиката и здравиот разум. Подоцна и Квинтилијан (во *Institutio oratoria*) се согласува дека обраќањето кон чувствата на судиите е најмоќното средство на говорнички за да го постигне она што сака да го постигне и дека токму во предизвикувањето емоции се согледува сета моќ на говорнички. Ваквото инсистира-

¹ Овој труд беше прочитан на научниот собир „Психологијата и другите области“ одржан по повод одбележувањето на 30 годишниот јубилеј на Институтот за психологија при Филозофскиот факултет во Скопје.

рање и појтенцирање на важноста на уметноста во „водење на душиите“ на слушателите е сосема разбирливо со оглед на улогата и влијанието што ги имало говорничкото во општествениот живот на античкиот Рим, особено во периодот на доцната република.

Клучни зборови: ПСИХОГОГИЈА, ЕМОЦИИ, РЕТОРИКА, КИКЕРОН, ГОВОРНИШТВО.

Во антиката, говорништвото било жива движечка сила на Атина и Рим, играло важна улога во општествениот живот на древните култури и извршило големо влијание врз некои историски и политички процеси од пресудно значење за грчката и римската цивилизација. Демократското државно уредување претставувало особено плодна почва за развој на говорничката уметност и уметност, па оттаму, периодите на подем на демократијата се совпаѓаат со периодите на најголем процут на говорништвото: во Атина, тоа било времето од Перикле до Демостен, а во Рим – I век пред нашата ера – времето на доцната република и на Кикерон.

Говорништвото во Рим се развивало восприемајќи ги грчките влијанија и придавајќи ги одликите на римската *ratio*, потхранувано од богатиот политички живот на империјата, било вградено во основите на образованието на римскиот граѓанин (*civis Romanus*), нераскинливо било врзано со правото, книжевноста, философијата, па станало најверодостоен израз на римскиот дух. Така, бил создаден идеалот на *доблесен маж, општен говорник* (*vir bonus, dicendi peritus*). Тој идеал ги овоплотувал сите доблести на образован граѓанин кој активно учествува во политичкиот живот и решава за својата судбина преку јавни истапувања, обраќања во Сенатот, на Форумот, во судовите, пред граѓаните. Во периодот на доцната република, римското говорништво достигнало *culmen* на стилско совршенство, моќ и влијателност, чие олицетворение е Марк Тулиј Кикерон – „најречитиот од внуците на Ромул“ (*dissertissimus Romuli nepotum*)². Самиот Кикерон сметал дека „постојат две умења, кои можат да го издигнат човека до највисоката скала на достоинство (углед): едното е она на војсководецот, а другото е умењето на добриот говорник“³.

² Со овне зборови Катул во една од своите песни (с. 41. 1) му се обраќа на Кикерон.

³ *Pro Murena*, XIV, 30: „Duae sint artes igitur, quae possint locare homines in amplissimo gradu dignitatis, una imperatoris, altera oratoris boni.“

Активната и значајна улога на говорништвото во секојдневното дејствување (практика) се должи на фактот што продуктот на ораторската дејност не бил само стилски (естетски) вообличена информација – реч, беседа, туку многу повеќе од тоа: нејзин продукт бил и ефектот предизвикан од таа реч, рефлексивната која ја предизвикувала во мислењето и дејствувањето на слушателите. Ваквата димензија и улога на говорништвото (комуникациско – социјално – културно – естетска) се разбира дека имала соодветна и продлабочена теориска втемеленост во теоријата на говорништвото, во античката реторика, па и широкиот комуникативен аспект јасно се гледа во застапеноста на трите компоненти на говорништвото (говорник – говор – слушател) во античките теориски расправи. Реториката, дисеменирана преку бројните реторски школи и традиционалните реторички прирачници (*libri rhetorici*), била многу повеќе од разработена „техника на убавото говорење“. Овие прирачници настојуваат, пред сè, да дадат одговор на дилемата: дали реториката е наука, или „само“ способност, односно, вештина или уметност⁴; потоа, расправите варираат во однос на поширока или потесна определеност на предметот со кој се занимава реториката – дали е тоа убавото усно говорење или ги опфаќа и прозните напишани дискурси, дали ја подразбира само техниката на говорење и пишување (формално сфатена како стилистика) или треба да се занимава и со прашањата (темите) за кои се говори⁵ и сл. Токму во оваа смисла јавното говорење се претвора во синоним за општествена дејност, а реториката се издига до своевидна општа социјална наука⁶.

Но неспорна е суштината, односно, целта на реториката – *да се убедат слушателите* (судиите, сенаторите, јавноста). Значи, реториката најчесто била дефинирана како моќ на убедување воопшто / моќ на убедување со говор / способност за согледување на сите можни средства за убедување⁷ итн.

Кикерон останува во рамките на овие помалку или повеќе стабилни определеби во сите свои дела од областа на реториката,

⁴ Аристотел смета дека реториката е способност, додека за Кикерон таа е уметност, односно, подробно разработена област од знаења.

⁵ Ваква, поширока определба на предметот на реториката се среќава кај Квинтилијан во *Institutio oratoria*.

⁶ Богданов, Б. (1992). Цицерон и античната реторика – предговор кон бугарскиот превод на Цицерон, *За орајтора*. Превод од латински П. Стојанова. Софија: Св. Климент Охридски.

⁷ Аристотел (2002). *Реторика*. Превод од старогрчки, предговор, белешки и коментари: Весна Томовска. Скопје: Македонска книга 2002. 27.

со нијансирани отстапувања во една или во друга насока, но во своите „позрели“ дијалози (*За говорничкој, Говорник и Бруј*) тежиштето на својот интерес, меѓу другото, го фокусира и врз убедливоста на говорникот, односно, врз неговата умешност за психагогија. „Психагогија“ (старогр. ψυχαγωγία) е именка што во старогрчкиот јазик значи „поттикнување на душите“, „привлекување“, „развеселување“ или „воодушевување (некого)“ и е во врска со глаголот ψυχαγωγέω – „ги водам душите на мртвите во Ад“⁸; „ги повикувам душите на мртвите од Ад“ или, најчесто, „управувам со душите на луѓето“, „забавувам некого“. Во античката реторика ψυχαγωγία има малку поспецифично значење – „водење на душите на слушателите“, односно, ја означува умешноста на говорникот со различни средства да ги „води“, односно, да ги насочува душите на слушателите.

Идеалниот говорник, според Кикерон⁹, треба да биде многу повеќе од вешт и прагматичен техничар, треба да биде сестрано образувана личност (да ја познава философијата, а особено етиката и психологијата, правото и историјата), да биде мислител кој со одбрани зборови ги изразува своите длабоки и искрени убедувања и токму од таа искреност треба да произлезе неговата убедливост и моќ да повлијае на публиката, да ги поведе душите на луѓето и да ги поттикне нивните чувства. Кикерон особено инсистира на оваа поврзаност и условеност меѓу личните убедувања на говорникот и убедливоста на неговиот говор – за него тоа е *condicio sine qua non* за успешен говор, и тоа подеднакво за секој од трите видови говори: политички (*genus deliberativum / suatorium*), судски (*genus iudicale*) или свечен/пригоден (*genus demonstrativum / laudativum*) говор¹⁰. Најважниот дел од дискусијата изложена во Втората книга од дијалогот *За говорничкој* е оној за задачите или целите на говорникот, подоцна познати како *officia oratoris*: да се докаже вистинитоста на она што се говори (*probāre*); да се придобијат слушателите (*conciliāre*) и да се возбудат чувства во душите на слушателите (*animos vocāre / movēre*). Значи, Кикерон – како и Аристотел, разликува три видови средства или три начини кои можат да се користат за постигнување убедливост и влијание врз публиката (II, 115, 121, 128): првиот вид сред-

⁸ Кога се однесува на богот Хермес.

⁹ Во трите книги на дијалогот *За говорничкој* Кикерон го одбегнал традиционалното, схематско теоретизирање за деловите на говорот, за стилските и фигурите, и се фокусира на портретирањето на идеалниот говорник.

¹⁰ Аристотел: политичкиот говор има за цел да убеди што е полезно, а што штетно; судскиот - што е праведно, а што неправедно; и пригодниот – што е чесно, а што срамно.

ства се содржани во самиот говор и се состојат во логично докажување на веродостојноста на тврдењата (logos); вторите произлегуваат од карактерот (ethos) на оној кој говори и всушност се претставување на моралниот лик на говорникот или на клиентот/предметот кој го застапува и треба да му помогнат да остави позитивен впечаток и да стекне доверба кај слушателите; и третиот вид средства се „обраќање кон емоциите“ (pathos) и се насочени кон слушателите кај кои беседата предизвикува некакви чувства под влијание на кои го менуваат својот суд.

Значи, втората група средства кај Аристотел се „разумски“ – говорникот (најчесто бранителот, адвокатот или патронот во судските парници) сака да остави впечаток за своите позитивни морални карактеристики – ethos / mores¹¹, додека Кикероновиот израз conciliare покажува поголема насоченост кон тоа да се придобијат симпатиите на публиката. Покрај тоа, неговото сфаќање на ethos очигледно е под влијание на препознатливо римските услови и на текот на судскиот процес во римскиот суд – па кај него „претставувањето во добра светлина“ се проширува и се однесува и на личноста на клиентот, а не само на патронот. Кикерон смета дека овие средства предизвикуваат поблаги емоции и се состојат од презентација на лични особини или одредено однесување на говорникот (пријатен глас и израз на лицето, пројавена скромност или срамежливост, красноречивост и сл.), што ја придобиваат и заведуваат публиката, и има пониско ниво на драматичен интензитет одошто обраќањето кон посланите чувства на слушателите (pathos или adfectus / affectus). Тој не ја пропушта можноста да нагласи дека за говорникот е најважно да ги трогне слушателите и на тој начин да предизвика такво расположение во кое ќе ги водат чувствата и душевните пориви, а не логиката и здравиот разум¹². Таквите чувства и пориви, според Кикерон, се: гнев, огорчување, омраза, завист, сожалување, сочувство, љубов. Имено, тој смета дека ништо друго не може да ги возбуди душите на слушателите толку многу како зависта и омразата, па затоа, токму во високиот набој на pathos се огледа вистинскиот триумф на умешноста или способноста на говорникот.

¹¹ За овој термин како да не постои соодветен латински еквивалент. Квинтилијан смета дека внимателните автори повеќе настојувале да му дадат соодветно значење на терминот, одошто да го преведат на латински, а обидите тој да се преведе со mores не ги смета за најсоодветно решение.

¹² Аристотел op. cit. 139: „чувства се оние нешта поради кои човек може да го смени мислењето кон сопствените проценки“.

Во подоцнежното свое реторичко дело *Говорник*, Кикерон како *officia oratoris* ги именува: *probāre, delectāre* (да се предизвика задоволство, да развеселува), *flectere* (да се трогне). Изборот на термините секако не е случаен и во нивната замена можеме да видиме извесни разлики во разбирањето на истите поими и на она што тие го означуваат. Колку и да се чинат семантички блиски или слични глаголите *conciliare* и *delectare*, разликата во нивното значење јасно укажува на насоката во која се менувало размислувањето на Кикерон во подоцнежните години: значи, не е доволно да се придобие публиката со презентација на добри морални особини, туку таа треба да „се развесели“, да се забавува, да се создаде атмосфера во која полесно ќе ги прифаќа тврдењата на говорникот¹³, а од друга страна и ќе овозможи поефектна рефлексивна на другата група средства, кои сега не само што треба да „поттикнат чувства“ кај неа, туку треба посилно или подлабоко „да ја трогнат“.

Исполнувањето на овие задачи на говорникот е во определена релација и со стиловите на говорење: за докажување се препорачува едноставниот или низок стил, за придобивање или развеселување најдобар е средниот, а за да се трогнат слушателите се користи возвишен стил на говорење. Подоцна и Квинтилијан (*Institutio oratoria*) се согласува дека обраќањето кон чувствата на судиите е најмоќното средство со кое говорникот може да го постигне она што сака да го постигне и дека токму во предизвикувањето емоции се согледува сета моќ на говорништвото. Речиси идентични се и нивните ставови околу тоа дека ваквата умешност не може да се научи и да се совлада со никакви вежби, прирачници и учители, таа може да биде само прородна дарба. Со ваква дарба говорникот може да постигне многу повеќе одошто со највнимателно подготвен, аргументиран говор. Местото за предизвикување или обраќање кон емоциите на слушателите Кикерон го гледа во втората половина на говорот, а Квинтилијан во завршницата, како најважен дел од судскиот говор.

¹³ Употребата на хуморот, духовитите досетки и шеги, во реторички цели е тактика која Кикерон не само што ја препорачува како особено полезна и продуктивна во постигнувањето на посакуваните ефекти, туку често и ја применувал во неговите говори, и тоа во многу поголема мерка одошто останатите успешни и влијателни претставници на римското и грчкото говорништво. Смета дека остроумноста и шегите се еден од најделотворните средства својствени за *ethos* (*conciliare, delectare*). За ова види поопширно во: Димовска, В. (2000). Кикероновата теорија за смешното и нејзините грчки извори. *Годишен зборник на Филозофскиот факултет*, кн. 27 (53), 123-131.

Прецизниот Квинтилијан повторно ќе дообјасни дека понекогаш *pathos* и *ethos* се од иста природа, а разликата помеѓу нив тој ја гледа во нивниот интанзитет: во првиот случај станува збор за чувства кои се посилни, додека во вториот станува збор за поблаги и поумерени емоции. Оттаму, *ethos* може да се употреби за стивнување на возбудувањето предизвикано од *pathos*.

Се разбира, и кај Кикерон, како и кај Аристотел и подоцна кај Квинтилијан, понатаму следи и подетална анализа за тоа со кои реторички средства се исполнуваат овие цели или задачи на говорникот (употреба на одредена лексика, стилски фигури, синтаксички конструкции итн.).

Со овие елементи станува несомнено јасно дека Кикерон ја збогатил реторичката доктрина, дека вовел проширувања и детали кои го отсликуваат римскиот дух и прагматичност токму во определбата на начините и средствата со кои се постигнува убедување на слушателите, покажувајќи и докажувајќи дека добриот говорник треба и мора да има соодветни широки познавања и од областа на психологијата, за да може во одреден момент на вистински начин да ги „допре“ (ако не да ги трогне) душите на слушателите, да разбрани во нив гнев или сочувство, љубов или омраза, завист или жалење – според потребите и целта на говорот, но и според сопствените длабоки и искрени убедувања.

(Рецензент: доц. д-р Весна Томовска)

Vesna DIMOVSKA-JANJATOVA

**“PSYCHAGOGY”
IN CICERO’S RHETORIC PAPERS**

SUMMARY

“Psychagogy” (Ancient Greek ψυχαγωγία) is a term that in the ancient rhetoric means “guiding of the souls”, i.e. it signifies the speaker’s skill to “guide” the listeners’ souls by use of various means. The “guiding” of the listeners’ souls is carried out through “addressing emotions”, i.e. through provoking certain feelings in them, which corresponds to the speaker’s tasks and objectives (officia oratoris). In his speech, the speaker should: a) prove the truth of what he says; b) obtain the listeners’ affection; and c) arouse certain feelings in their souls and guide them in the desired direction. In the Roman rhetoric (Cicero, Quintilian), which participated considerably in the shaping of the understanding of oratory as “an art of convincing”, the significance of the third objective is especially emphasised. In his rhetorical papers (De oratore, Orator, Brutus), Cicero, as well as Aristotle (in his Rhetoric), distinguishes between three means that can be used to convince and influence the audience (II, 115, 121, 128): logical verification of the credibility of the statements (logos); representation of the moral character of the speaker or of the client / subject that he represents (ethos); and addressing the emotions (pathos). Furthermore, he points out on a number of occasions that it is crucial for the orator to move his listeners and thus to entice such a disposition by which they will be led by their feelings and spiritual impulses, and not by their logic or common sense. Later on, Quintilian (in Institutio oratoria) also agrees that addressing the judges’ feelings is the most powerful means for the speaker to achieve what he wants, and that the real power of the speech can be seen exactly in the arousing of emotions. Such insistence and accentuation of the importance of the art of “guiding the souls” of the listeners is completely understandable considering the role and influence of the speech in the social life of ancient Rome, especially in the period of the late Republic.

Keywords: PSYCHAGOGY, EMOTIONS, RHETORIC, CICERO, ORATORY.