

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Kaja Kuštrin

## **Predsedniška retorika Baracka Obame**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

UNIVERZA V LJUBLJANI  
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Kaja Kuštrin  
Mentor: doc. dr. Andrej Škerlep

## **Predsedniška retorika Baracka Obame**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2010

## **PRESEDNIŠKA RETORIKA BARACKA OBAME**

Aristotelova znana ideja pravi, da smo ljudje "Zōon Politikon" - politične živali, ki znamo uporabljati jezik za dosego ciljev. Že od antičnih časov sta govor in politika nerazdružljivo povezana, politična retorika pa je v zadnjem stoletju izjemno pridobila na moči in pomenu. Vse več dandanašnjih političnih akterjev se zaveda te vzajemne povezanosti politike in retorike.

Danes so predsedniška retorika in komunikacijske aktivnosti vir ogromne moči - moči definiranja, upravičevanja, legitimiziranja, prepričevanja in navdihovanja. Tudi mnoge raziskave predsedniškega komuniciranja potrjujejo, da so javni nagovori ključno orodje za odličnost vodenja na vrhovnem položaju. Uporaba predsedniške retorike z naslavljanjem javnosti je vsekakor pomembna značilnost postmodernega predsedovanja, ki je ves svoj sijaj ponovno pridobila s pojavom sedanjega ameriškega predsednika, Baracka Obame, na političnih odrih. Od tedaj so njegove edinstvene retorične sposobnosti postale centralna komponenta njegove javne pojave in političnega uspeha. Z močnimi govori privablja množice ljudi, ki se z njegovimi besedami poistovetijo in jim predstavljajo navdih. Obamova predsedniška retorika je sestavljena iz zgodb, osebnih izkušenj in patriotskih sporočil, ki jih v celoto povezuje z odlično uporabo retoričnih tehnik.

**Ključne besede:** Retorika, predsedniška retorika, politično komuniciranje, Barack Obama, etos

## **BARACK OBAMA'S PRESIDENTIAL RHETORIC**

Aristotle's famous idea characterizes humans as "Zōon Politikon" - political animals, who know how to use language to achieve goals. Since ancient times, the speech and the politics are inseparable, and in the last century the political rhetoric gained an exceptional power and meaning. An increasing number of contemporary political figures are aware of the mutual interaction of politics and rhetoric.

Today, presidential rhetoric and communication activities are a source of tremendous power; power to define, justify, legitimize, persuade, and inspire. Many studies of presidential communication confirm, that public speeches are a key tool for the supreme leadership position. The use of presidential rhetoric in addressing the public is certainly an important feature of the postmodern presidency, which has acquired all of its former glory with the emergence of the current U.S. president, Barack Obama, on the political stage. From the moment Obama entered the national political scene, his unique rhetorical skills became a central component of his public persona and his political success. His powerful speeches attract masses, who identify with his words and take them as an inspiration. Obama's presidential rhetoric is composed of stories, of personal experiences, and of patriotic messages, which are rounded up with an excellent use of rhetorical techniques.

**Key words:** Rhetoric, presidential rhetoric, political communication, Barack Obama, ethos

# KAZALO

1 UVOD .....	6
2 RETORIKA.....	8
2.1 Kratek zgodovinski pregled pojmovanja antične retorike.....	8
2.2 Načini prepričevanja po Aristotelu.....	11
2.2.1 Prepričevanje prek Etosa.....	11
2.2.2 Prepričevanje prek Patosa.....	12
2.2.3 Prepričevanje prek Logosa .....	13
3 POLITIČNO KOMUNICIRANJE.....	13
3.1 Opredelitev.....	13
3.2 Pomen osebnosti in podobe govornika.....	14
3.3 Prepričevalni elementi govorov .....	15
4 PREDSEDNIŠKA RETORIKA.....	16
4.1 Opredelitev in vloga predsedniške retorike .....	16
4.2 Razvoj področja predsedniške retorike .....	17
4.3 Razvoj retorične vloge predsednikov in elementi uspešnosti retoričnega vodenja .....	19
4.3.1 Razvoj retorične vloge predsednikov .....	19
4.3.2 Elementi uspešnosti retoričnega vodenja .....	20
5 ANALIZA PRIMERA .....	22
5.1 Osebna zgodba Baracka Husseina Obame .....	22
5.2 Pot do političnega vrha.....	23
5.3 Obamova zgodovinska retorika.....	25
5.4 Dejavniki Obamovega retoričnega in političnega uspeha.....	27
5.4.1 Obamove retorične figure .....	28
5.4.2 Prepričevanje z osebnostjo .....	30
5.4.3 Pritegovanje pozornosti na skupno zgodovino .....	31
5.4.4 Personalizacija sporočila .....	32

5.4.5 Vizualizacija besed.....	32
5.4.6 Učinkovita raba glasu .....	33
5.4.7 Učinkovita raba telesne govorice .....	33
5.4.8 Nenavadna življenjska zgodba.....	34
5.5 Retorična analiza govora na večer zmage novembra 2008.....	34
5.5.1 Vsebinska analiza govora.....	34
5.5.2 Kratka stilistična analiza .....	36
5.5.3 Retorični kanoni .....	38
6 ZAKLJUČEK.....	39
7 LITERATURA.....	41
PRILOGE .....	45
PRILOGA A: TRANSKRIPCIJA GOVORA AMERIŠKEGA PREDSEDNIKA BARACKA OBAME NA VEČER ZMAGE NA VOLITVAH 5. NOVBEMBRA 2008 .....	45

## **KAZALO SLIK**

Slika 5.1: Prikaz pogostosti besed v Obamovem govoru.....	38
---	----

# 1 UVOD

"Govor je darilo vseh, a misel redkih", je pred več kot 2000 leti izjavil rimski govorec, Mark Cato. Ta pregovor je opomnik na moč jezika kot načina komuniciranja ne le med posamezniki, vendar tudi na svetovnih odrih množičnih medijev in še posebej politike.

Že Aristotel je v svojem delu *Politika in retorika* (glej Aristoteles 1994) pisal o povezanosti politike in komuniciranja. Bistvo politike je prav pogovor, človeški stik, ki nas vedno vodi do nekakšne dejavnosti, razmišljanja. Besede so kalupi za koncepte in misli ter postanejo simboli, ki odsevajo prepričanja in vrednote. Jezik kot medij ustvarjanja in prenašanja simbolov mora uspešen politik in dober retorik uporabljati spretno za doseg želenega učinka. A mnogi današnji politiki se ne zavedajo, da retorika ne bi smela biti nadomestek za razumno sodbo.

Retorične spretnosti so zaradi svoje narave že v preteklosti vzbujale nestrinjanja in bile zato tema številnih razprav. Za nekatere avtorje je bila retorika "umetnost prepričevalnega diskurza", kot je pisal Aristotel, za druge zgolj manipulacija občinstva, kot je bil prepričan Platon. V nekaterih primerih večšine retorike prevladajo nad vrlino poštenosti<sup>1</sup>, kot je trdil Platon, v drugih pa retorične sposobnosti pomagajo pri okrepitvi dobrih namenov govorca, kot je trdil Aristotel. (Kennedy 2001, 36; Sloane 2001)

Tudi sodobni teoretiki razpravljajo o vlogah retorike in prikazujejo dvome o (ne)upravičenosti uporabe, v smislu (ne)namenskega verbalnega zavajanja za doseg nadzora nad nekom. (Dorsey 2008, 5) A kako določiti upravičenost oz. neupravičenost uporabe retorike pri vladanju? Kettemann (v Plemenitaš 2009, 64) spada med tiste, ki zavračajo možnost obstoja lingvističnih kriterijev, kateri bi lahko bili osnova za razlikovanje med prepričevanjem in manipulacijo ter dobro in slabo retoriko, pri čemer so etični kriteriji izvzeti iz sfere lingvistične analize. Ponton (2007, 21) po drugi strani trdi, da lahko kot dobro prepričevalno retoriko označimo tisto, ki v realnem življenju proizvede uspešen izid, kakršnega je želel govorec, medtem ko slaba prepričevalna retorika tega ne zmore.

O vplivu retorike, govorcevih namenov, vrlini poštenosti in manipuliranju občinstva se vse bolj razpravlja v času predvolilnih kampanj bodočih voditeljev. Kot unikaten in edinstven sistem predsedniške tekme lahko označimo ameriški predvolilni boj, kjer se zaradi dolžine

---

<sup>1</sup> Aristotelova etika je etika vrline. Vrlina po Aristotelu (glej Škerlep 2009; Sloane 2001, 275) v širšem smislu pomeni nekoga ali nekaj, ki odlično opravlja svojo funkcijo. Vrline v ožjem smislu so vrline značaja, osebnosti. Posameznik, ki poseduje vrline značaja, kot je poštenost, je dober in deluje v skladu z etičnimi zahtevami.

volilne tekme kandidati več kot leto dni intenzivno ukvarjajo z nastopi in govori. V predvolilnem času tako nastajajo izjemne retorične mojstrovine ali pa oratorski polomi, oboji pa se vpisujejo v zgodovino retorike.

Vpliv retorike pri vodenju je najbolj viden pri ameriških predsednikih, ki z različnimi retoričnimi prijemi poskušajo pridobiti svoje volivce. Retorične spretnosti so tiste, ki predsedniku omogočajo, da mu množica prisluhne, o njegovih idejah razmišlja in se z njim poistoveti. Najpogostejša retorična udejstvovanja so predsedniški govori, ki spadajo pod javne nagovore in predstavljajo eno izmed oblik aktivnosti v sklopu predsednikovega javnega pojavljanja.

Pred 20. stoletjem je pri predsednikih prevladovalo pisno komuniciranje z vejami vlade, in ne javni govori "ljudstvu", kot je to značilno danes. Javno govorništvo je s predsedovanjem Woodrowa in Roosevelta postalo najpomembnejša pot do uspeha in javnega ugleda predsednika. Dandanašnji predsedniki se v svoji politiki vedno pogosteje naslanjajo direktno na ljudi, saj je doktrina o predsednikovi vlogi popularnega vodje postala samoumevna premisa naše politične kulture. Danes vlada prepričanje, da so dolžnosti predsednikov javno zagovarjanje samih sebe, promocija političnih namer širom sveta in seveda vzpodbujanje publike. Lahko rečemo, da je ta predsedniška "funkcija" postala videna kot ne le ena izmed mnogih dolžnosti, ampak predstavlja glavnino predsedstva.

Bogato zgodovino političnega govorništva v Združenih državah Amerike je po dolгих letih krize z nastopom predsedniške funkcije obudil Barack Obama. Z njegovim vstopom v predsedniško tekmo je beseda na ameriških tleh zopet dobila moč in spoštovanje. Obama je od leta 2004, ko se je prvič pojavil na politični sceni, prikazal izjemne govorniške sposobnosti, kakor tudi unikatno politiko in vrednote.

V diplomski nalogi sem se posvetila predvsem izvoru in značilnostim področja predsedniške retorike ter strnila vse potrebne elemente dobrega predsedniškega govornika na primeru Obame. Diplomsko nalogo sem, poleg uvoda in zaključka, razdelila na štiri poglavja. *V drugem poglavju* diplomske naloge sem najprej osvetlila zgodovino pojmovanja antične retorike ter izpostavila obstoječe problematike definiranja moči, vloge in namenov retorike. Posvetila sem se tudi načinom prepričevanja po Aristotelu, prek katerih sem v nadaljevanju naloge interpretirala Obamovo prevladujočo tehniko prepričevanja prek etosa. *V tretjem poglavju* sem opredelila značilnosti in vlogo političnega komuniciranja. Izpostavila sem pomembnost osebnosti govornika in izpostavila glavne elemente govorov, ki na občinstvo delujejo prepričevalno. *V četrtem poglavju* sem definirala področje in pomen predsedniške

retorike ter se posvetila izvoru te raziskovalne discipline. Nadaljevala sem vlogo retorike v predsedništvu in elementi uspešnega retoričnega vodenja. V *petem poglavju* sem se lotila glavnine naloge, in sicer analize primera – predsedniške retorike Baracka Obame. Osvetlila sem njegovo osebno zgodbo, vzpon na položaj predsednika in značilnosti njegove politike skozi retorično perspektivo. Poglobila sem se v dejavnike Obamovega retoričnega uspeha, pri čemer sem opredelila Obamove najpogosteje uporabljane retorične figure, njegov način prepričevanja prek osebnosti ter sklicevanja na skupno zgodovino in izkušnje za oblikovanje odnosa z občinstvom. Posvetila sem se tudi načinu personalizacije sporočila, njegovi sposobnosti vizualizacije besed, prepričljivi in vplivni rabi glasu in telesne govornice, za konec podpoglavja pa sem izpostavila pomen njegove življenjske zgodbe pri retoričnem in političnem uspehu. S pomočjo teorije in dosedanjih analiz Obamovih retoričnih sposobnosti sem v nadaljevanju poglavja opravila retorično analizo njegovega govora na večer zmage v Chicagu 2008 ter se posvetila zgradbi in stilu govora, izgovorjavi, sredstvom prepričevanja ter klasičnim vrednotam, s katerimi je Obama ustvaril pozitivno podobo.

Osrednji predmet preučevanja je predsedniška retorika Baracka Obame. Cilji diplomske naloge so prikazati pomembnost dobrih retoričnih sposobnosti za odličnost predsedovanja ter nujno posedovanja vrline osebnosti za uspešen vpliv predsedniške retorike na publiko. Glavni hipotezi diplomske naloge sta:

H1: Govori predsednika Obame temeljijo na retorični konstrukciji odnosa z občinstvom.

H2: Predsednik Barack Obama svoje občinstvo prepričuje predvsem prek etosa.

## **2 RETORIKA**

### **2.1 Kratek zgodovinski pregled pojmovanja antične retorike**

Pomembnost retorike so misleci prepoznali že v stari Grčiji, kjer so nastala najslavnejša retorična dela. Tudi Galci so od nekdaj verjeli, da telesna moč ni nič v primerjavi z močjo besede. Na grških tleh je retorika v 5. in 4. st. pr. n. š. nastala iz potrebe po prepričljivem govorništvu ter iz zavesti o vplivu in moči govorništva. Klasično retoriko so v skoraj vseh



elementih odkrili Grki, v starem Rimu pa so na vrhuncu retorike v 1. st. pr. n. š. in v 1. st. n. š. grško retoriko uredili v pregleden sistem. Sistem klasične retorike<sup>2</sup>, razvit v antični Grčiji in Rimu, še danes predstavlja temelj in identiteto retorike. (glej Kennedy 2001)

Sam izraz retorika (*rhetorikè*), ki se prvič pojavi v Platonovem spisu Gorgias (okrog 385 pr. n. š.), lahko razlagamo skozi tri osnovne pomene. Prvi pravi, da je retorika individualna sposobnost veččega govornega (in pisnega) izražanja, ki posameznika napravi dobrega retorika (govorca in pisca). Druga opredelitev pravi, da je retorika umetnost oz. veščina, tj. sistem praktičnih in teoretičnih znanj, ki učijo sposobnosti veččega govornega (in pisnega) izražanja. Tretji je t.i. pejorativni ali slabšalni pomen izraza retorika, kjer je retorika opredeljena kot prazno besedičenje.

Že Platon je v svojem spisu Gorgias smešil retoriko in jo prikazal v negativni luči. Retoriki je očital zavajanje občinstva, saj naj bi predstavljala zgolj lažno leporečje. Verjel je, da je retorika pravzaprav manipulacija občinstva s strani ljudi, ki so spočetka prikrivali svoje motive. Grški filozof Aristotel je poglobljeno pisal o "umetnosti" retorike, katero je obravnaval kot pomemben del človeške aktivnosti. Retorične sposobnosti je, za razliko od Platona, razumel kot sredstvo pomoči pri okrepitvi dobrih namenov govorca. (Beard 2000, 35)

Platon je zatrjeval, da mora dober retorik poznati svojo dušo in kako duša vpliva na druge duše. Cilj prepričevanja mora biti v skladu z vrlino, ki je v skladu s pravičnostjo in resnico. Govornik mora dobro razumeti logično dokazovanje in ne samo stil. Zato bi morala biti retorika razumljena kot vodenje duše, kar današnji politični kandidati (pre)mnogokrat pozabljajo. V retoričnih debatah velja, da so bolj kot poštenost in strinjanje z zagovarjanimi stališči pomembne retorične sposobnosti in posameznikova sposobnost prepričevanja. V nekaterih primerih veščine retorike prevladajo nad vrlino poštenosti, kot je trdil že Platon.

Področje retorike je vsekakor zelo široko, zato je potrebno navesti nekaj glavnih definicij, ki se najbolj približajo bistvu retorike. Aristotel je v *Ars Rhetorica* retoriko opredelil kot "sposobnost odkrivanja vseh možnih sredstev prepričevanja v vsaki situaciji." Področje retorike je zožil na prepričevalni diskurz, t.j. diskurz, katerega temeljni cilj je prepričati

---

<sup>2</sup> Pet kanonov klasične retorike sistematizira pet ključnih razsežnosti priprave in izvedbe govora. 1. iznajdba ali invencija - poiskati, kaj boš rekel; 2. zgradba ali dispozicija - urediti to, kar si našel v zgradbo celotnega besedila; 3. slog ali elokucija - izraziti se v stilistično dovršenem besedilu; 4. spomin ali memorija – pomnjenje besedila govora; 5. izvedba ali igra – izvedba govornega nastopa. (Kennedy 2001, 44)

občinstvo. Zanj je retorika pomenila "zmožnost, da pri vsakem primeru ugotovimo razpoložljivo sredstvo prepričevanja" (Aristotel v Kennedy, 2001, 95) Cicero (v Sloane 2001, 315) je retoriko v *De Oratore* definiral širše, in sicer kot umetnost "dobrega govorjenja, to pomeni, govorjenja z znanjem, spretnostjo in pretanjenostjo." Šele v letu 1776 je nastala vseobsegajoča definicija, ko je George Campbell opredelil retoriko kot "umetnost, s katero je diskurz prilagojen svojemu cilju". To definicijo pa je leta 1936 v svoji *Philosophy of Rhetoric* ponovil znameniti angleški lingvist in literarni kritik I.A. Richards. Obstajajo različne vrste diskurza<sup>3</sup>, ki imajo različne cilje, retorika pa je umetnost, ki omogoča, da diskurz prilagodimo različnim ciljem različnih diskurzov. (glej Lucaites 1999, 26) Ta široka definicija omogoča razširitev retorike na vse vrste diskurza. Retorika postane obča teorija diskurzivne prakse. Takšnemu stališču je blizu del sodobne ameriške in evropske retorike.

Kennedy (2001, 17) v svojem delu navaja Aristotelovo klasifikacijo diskurzov na podlagi področij človekove dejavnosti. Oblikoval je tri velika področja javnega komuniciranja: retorično, logično in poetsko ter njihove diskurze; retorično področje obsega politični, administrativni in pravni diskurz, logično področje znanstveni in izobraževalni diskurz, poetsko področje pa poetski diskurz. Deliberativna ali politična retorika, ki je temelj diplomske naloge, je zanj torej ena izmed treh vrst retoričnega diskurza. Menil je, da je govornikova naloga v smislu politične retorike ta, da občinstvo prepriča, naj nekaj stori ali ne stori. Tovrstni govor je usmerjen v prihodnost, uporablja pa se predvsem na skupščinah in zborovanjih.

Skozi stoletja so se retorične značilnosti in vloge spreminjale. Do večjega preobrata je prišlo v 18. stoletju, ko so v Evropi novi znanstveni umi pričeli dvomiti v stvari, katere so bile posledica jezika, retorika kot veda oblik verbalnega prepričevanja in izražanja pa je tedaj nazadovala. A retorika je močna disciplina, s tisočletnimi koreninami, zato je z novimi časi prišel tudi njen ponovni vzpon. Danes lahko rečemo, da je retorika prepričevanja bolj v središču pozornosti kot kdajkoli prej.

---

<sup>3</sup> "Diskurz je način strukturiranja polj védenja in družbenih praks." (Fairclough v Beard 2000, 7) Diskurz je družbena praksa, ki se pojavlja v tekstih, govoru ali drugih semioloških sistemih.

## 2.2 Načini prepričevanja po Aristotelu

Osnovna definicija retorike po Aristotelu vključuje sredstva prepričevanja oziroma dokaze<sup>4</sup>, ki jih deli na dve vrsti, in sicer na atehnična, neumetnostna oz. zunanja sredstva in entehnična, umetnostna oziroma notranja sredstva prepričevanja. Neumetnostni dokazi (Corbett 1990, 17; Kennedy 2001, 98-99) so zunaj govornikove umetnosti in jih ta ne iznajde, temveč uporabi. Ti dokazi so zakoni, pričevanja, pisne pogodbe, mučenje in prisege. Umetnostni dokazi pa izhajajo iz govornikove moči in so treh vrst: etos, patos in logos. Aristotel vidi izvor umetnostnih sredstev prepričevanja v treh sestavnih delih govornega dejanja, t.j. govorca, poslušalstva in govora. (Kennedy 2001, 99) Lingvistično prepričevanje ne more biti prepričljivo brez prvih dveh kategorij, zato mora govorec kot del nastopa uporabiti vse tri kategorije. Zgradba teh in odziv članov občinstva, pa bo odločil o odkritosti ali manipulaciji politika.

### 2.2.1 Prepričevanje prek Etosa

Etos je osebni značaj govorca, karakter, moralni lik, kot ga ta izžareva skozi govor. Etos kot strategija retoričnega prepričevanja pomeni, da govornik v svojem govoru diskurzivno skonstruira pozitivno predstavo o sebi. V uporabi etosa gre torej za prepričevanje prek značaja, kadar je govor izveden na način, da govorca napravi vrednega zaupanja. Govornik z vrednostnimi sodbami prikaže svoj značaj v luči pozitivnih družbenih vrednot, medtem ko značaj svojih nasprotnikov v luči negativnih vrednot. (Kennedy 2001, 99-100)

Individualni etos je najbolj viden v dejanjih posameznika, v njegovih navadah, običajih, izraženih prepričanjih in vrednotah. Etos na kolektivni ravni predstavlja kolektivni način življenja in mišljenja, kjer gre za kolektivni vrednosti sistem in kolektivna pravila vedenja. Najbolj viden je ob pogledu na navade in verovanja skupnosti. Ker se sodobne družbe soočajo z multikulturalnostjo, mora imeti govornik ob sestavljanju in predstavljanju govora vedno v mislih svoje občinstvo in njihovo večinsko pripadnost. (Škerlep 2009)

O konstrukciji prepričljive retorične podobe govornikove osebnosti je razpravljal Cicero. Svetoval je, da naj govorniki poudarijo svoje dosežke, zasluge in vrline katerekoli vrste,

---

<sup>4</sup> "Dokaz je vsaka izjava ali več izjav, ki so uporabljene za prepričevanje občinstva, da sprejme predlog." (Crowley 1994, 30).

poseben poudarek pa naj bo na velikodušnosti, čutu dolžnosti, pravičnosti in dobrohotnosti. Cicero svetuje tudi zanikanje obtožb nasprotnikov s prikazom lastnih tegob, kar naj bi pri občinstvu vzbudilo sočutje in razumevanje. (Lucaites 1999, 45)

Govornik (glej Škerlep 2009; glej Corbett 1999, 45) lahko svoje značajske lastnosti retorično prikazuje eksplicitno ali pa implicitno. Slednje je po navadi bolj učinkovito, saj gre za posredne namige. Govornik mora izkazati praktično modrost, torej preudarnost, razsodnost, znanje. Prikazati mora moralen, kreposten značaj, torej dati vtis pozitivnega, poštenega in dobrega človeka. Izžarevati mora dobrohotnost, benevolenco, ki se kaže z dobrimi in častnimi nameni ter z izraženo skrbjo za dobrobit občinstva. Vse to mora prikazati brez samopovelečevanja, saj bo le tako vzbudil naklonjenost občinstva.

### **2.2.2 Prepričevanje prek Patosa**

Za Aristotela patos pomeni prepričevanje prek občinstva. Patos označuje razpoloženje kot trenutno duševno stanje, strasti, ki se hitro razvnamejo in pojemajo. Govornik svojemu govoru doda čustveni naboj, ki nato vpliva na vzbuditev strasti občinstva. Aristotel se zaveda vpliva čustev na človeka, ki posledično vplivajo na sodbo občinstva o govorniku in njegovem govoru. Retorik z zbujanjem čustev torej spremeni pogled občinstva, s tem pa vpliva na odločitev in njegovo delovanje. Patos predstavlja nasprotje etosu, saj patos predstavlja trenutno razpoloženje, medtem ko etos predstavlja trajnost v obliki moralnega karakterja. (Aristoteles 1994, 62; Kennedy 2001, 98-99)

Pri uporabi patosa za prepričevanje mora govornik razumeti stanje duha občinstva. Mora razpoznati odnos občinstva do njega samega in določiti glavna občutja občinstva. Čustva lahko govornik vzbuja na dva načina, in sicer z "energijo" ali "enargio". Energia predstavlja prenos čustva z govornika na občinstvo, kar pomeni, da mora govornik predhodno sam občutiti tista čustva, ki jih želi posredovati občinstvu. Cicero je menil, da mora govornik ob življenju v čustvo temu dati "energijo", nato pa ga s strastnim govorom prenesti na publiko. Enargia predstavlja živ in dramatičen opis, kar pomeni, da ima govornik na čustva občinstva posreden vpliv z živimi in dramatičnimi opisi, ki nato pri občinstvu sprožijo čustva. Govornik mora premagati prostorsko in časovno distanco med temo in občinstvom, ter predstaviti svoj govor tako, kakor da se tematika govora odvija pred občinstvom. (Škerlep 2009)

### 2.2.3 Prepričevanje prek Logosa

Prepričevanje prek logosa, pojasnjuje Kennedy (2001, 100) poteka takrat, ko podajamo racionalne argumente. Logos pomeni razumni govor, racionalno, logično argumentacijo. Po Aristotelu govorec z logosom prepričuje prek notranje logike same stvari, o kateri teče beseda. Aristotel v splošnem opredeljuje logos z indukcijo in dedukcijo, z navajanjem primera in s silogističnim sklepanjem.

## 3 POLITIČNO KOMUNICIRANJE

### 3.1 Opredelitev

Evropski komunikologi politično komuniciranje opredeljujejo kot komplementarni del politične strategije in prakse. Trdijo, da sta formuliranje politike in komuniciranje politike dve strani iste medalje, ki jih sodobni politik ne sme ločevati. (Vreg 2000, 42-43) Politik ne sme misliti samo na vsebino, marveč tudi na javno predstavitev svoje politike.

Politični diskurz je komuniciranje političnih sporočil. Izraža pripadnost politični skupini in razpoznavanju političnih govorcev v odnosu do drugih socialnih skupin. Začetki političnega diskurza so bili v skupnosti polis, kjer so se oblikovala sporočila o vseh oblikah družbeno relevantnega življenja. (Vreg 2000, 56-57; glej Ferfila in Kos 2002) Politični diskurz je pogosto poln politične in strokovne argumentacije, mnogokrat pa izgublja zvezo s stvarnostjo, ker govorniki z evforično retoriko in ideološko argumentacijo oblikujejo popolnoma drugo podobo realnosti. Jezik politikov večinoma ni enak jeziku preprostih ljudi, zato političnega diskurza ne moremo enačiti z diskurzom množičnih medijev in široke javnosti. Ravno ta jezikovna "oddaljenost" zmanjšuje možnost dobrega dialoga z javnostjo in spodbude ljudi k politični participaciji.

Da je v komunikacijskem odnosu 'govornik – občinstvo' najpomembnejše občinstvo, je opozarjal že Aristotel. Logika je namreč vzpostavljena s participacijo občinstva v interaktivnem procesu razmišljanja. Občinstvo razumsko dopolni manjkajoče logične korake, kar spodbuja udeležbo. V svoji *Veščini retorike* pravi, da mora govornik neprestano izmenjevati misli tudi s preprosto, "neuko" množico, ki razmišlja in sklepa po svoje. (glej Sloane 2001, 372) Politični govor vsekakor ne sme biti predavanje ali pridiganje in ne sme

podajati novega znanja, saj ljudje tega niso pripravljeni poslušati. Govornik se mora izraziti privlačno, razumljivo in občinstvu primerno ter s tem poskrbeti za povezavo z volivci.

Nekateri govorniki sicer poskušajo ljudi pritegniti z afektivnim diskurzom, kar jim uspeva v primerih strinjanja publike z govornikovo tezo. V načelu mora govor izražati etos, patos in ritem. Z ritmičnim, jasnim in močnim glasom, z izbiranjem udarnih izrazov, z navezovanjem na patetična mesta in stereotipe, s poudarkom vrednot in značaja, z enostavnimi in sugestivnimi primeri, ki se zdijo logični, lahko govornik učinkuje na množico.

### **3.2 Pomen osebnosti in podobe govornika**

Pomembno vlogo ima predvsem osebni vpliv govornika, saj le ta veliko učinkoviteje vpliva na spreminjanje stališč kot samo množično komuniciranje, seveda v primeru hkratnega učinkovanja obeh vplivov. (Beard 2001, 40) Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson in Hazel Gudet so v svoji znameniti knjigi *The People's Choice* ob volilni raziskavi ugotovili, da so bili osebni odnosi (naključni pogovor) bolj vplivni od prikazov množičnih medijev, kajti imeli so psihološke prednosti pred formalnimi mediji. (Ferfila in Kos 2000)

Greenstein v svoji knjigi *The Presidential Difference* identificira kvalitete, ki so jih prikazali predsedniki, od Roosevelta do Clintona, in označujejo uspešen stil vodenja. Glavna izmed vseh kvalitet je učinkovitost predsednika kot javnega komunikatorja. Tulis (1984, 92) meni, da mora kandidat imeti osebnost, človeško toplino in spontanost, iskrenost, prepričljive argumente in inteligenco. Govor mora biti vsebinsko močan, prepričljiv in poln navdihov, predvsem pa skladen z osebnostjo politika, saj se mnogi politiki v življenju ne vedejo tako kot na političnih odrih. Za vsakega volivca je pomembna verodostojnost izjave politika in iskrenost njegovih namenov, zato morajo ljudem za pridobitev njihovega zaupanja prikazati voljo razkritja resničnih sebe. Govorec mora ponuditi prepričljive razloge – argumente, ki utemljujejo njegovo zahtevo po veljavnosti izjave ter sporočati resnično propozicionalno vsebino; govoriti mora o tistem, kar je realna eksistenca zanj in za občinstvo. (Medhurst 1996, 66) Zaradi prevlade vizualnih medijev pomembno vlogo igrata tudi fizična privlačnost in način predstavitve kandidata. Stas, lep obraz, toplina oči in samozavestne kretnje so dejavnik privlačnosti. Tulis (1987, 7) navaja, da so javnomnenjske raziskave pokazale, da sta v ameriški volilni kampanji med J. F. Kennedyjem in Richardom Nixonom prav mladostni videz prvega in njegov sugestivni nastop pred kamerami prinesla odločujoč odstotek volilnih glasov.

### 3.3 Prepričevalni elementi govorov

Da je bila prepričevalna vloga retorike že od nekdanj osrednjega pomena, priča podatek, da so v Atenah v znak izjemne moči jezika nekdanj izvajali letna žrtvovanja boginji prepričevanja Peitho. (Majone 1989, 7) Dobro prepričevanje zahteva izredne sposobnosti govornika. Že Cicero je v knjigi *O govorniku* razpravljal, da pravi govornik s prakso državljanstva posebej državljanski ideal, njegova retorika je namenjena razpravi, je racionalna, s preišljeno organiziranimi idejami in argumenti, ki vodijo državo varno in modro naprej. Po njegovem prepričanju je resnična elokventnost lahko dosežena le, če je govornik pridobil najvišje znanje, sicer so njegove besede prazne in nepomembne. (glej Corbett 1999, 40)

Če se posvetimo sami vsebini govora, ugotovimo sledeče: prepričevanje je učinkovitejše, kadar navajamo tudi nasprotno dokaze; komuniciranje, ki izzove ekstremni strah, bo slabše prepričalo in bo manj učinkovito kot komuniciranje, ki nevarnosti ne poudarja tako ekstremno; ponavljanje, zlasti z različicami, poveča učinkovitost prepričevanja; komuniciranje, ki ponuja načine uresničenja potreb občinstva, bo uspešnejše kot komuniciranje, ki si prizadeva zbuditi nove potrebe. (Tulis 1987, 99) Na prepričevalni učinek govora vpliva tudi mnenjsko ozračje, na katero naleti komunikacija. Komuniciranje, ki se ujema s prevladujočim mnenjskim ozračjem, bo lažje vplivalo na ljudi.

V govorih so pogosta tudi verbalna pretiravanja. Na predvolilnem shodu vzbujajo državna zastava, himna in budnica močna čustva in občutek pripadnosti narodu in državi. Prve besede govornika so po navadi emocionalno nabite. Od časa do časa doda čustveno vsebino in jo podaja z afektivnim glasom. (Ferfila in Kos 2002, 38)

Politično komuniciranje poleg verbalnih obsega tudi neverbalne oblike sporočil. Nema govornica obraza, kretnje rok ali gibov so spremljajoče izrazno sredstvo govornika. Neverbalno komuniciranje je izredno pomembno in zlasti razvito v političnem življenju. (Tulis 1987, 55) Neverbalna komunikacija je po navadi tista, ki prepriča ljudi v (ne)zaupanje nekemu politiku.

Na prepričljivost sporočila vpliva tudi stil politika pri predstavitvi. Pomembna je hitrost govora, saj raziskave kažejo, da se zdi hitrejši govornik inteligentnejši in bolj izobražen. Politik mora pokazati sposobnost empatične projekcije v stališča, v potrebe in v pričakovanja volivcev. Imeti mora visoko stopnjo občutljivosti in strpnosti. Psihologi poudarjajo, da mora voditelj imeti karizmo. Max Weber je z njo označil avtoriteto, ki črpa svojo izjemno moč iz sebe, namesto iz družbenega položaja ali funkcije. Lahko bi celo trdili, da karizmatična osebnost izžareva hipnotični vpliv. (Chilton 2004, 169)

## 4 PREDSEDNIŠKA RETORIKA

### 4.1 Opredelitev in vloga predsedniške retorike

V študijah ameriške retorike zaseda posebno mesto predsedniška retorika, ki je postala podrobneje preučevana v 60-ih letih prejšnjega stoletja, pod vplivom velikih retoričnih sposobnosti Johna F. Kennedyja. Študije predsedniške retorike so se razvile v neodvisno disciplino, ki se ukvarja z raziskovanjem predsednikovega prepričevanja občinstva, katero mu daje možnost razširitve moči njegove pisarne. (Goetsch v Plemenitaš 2008b; glej Windt 1984) Predsedniška retorika je preučevana s strani družboslovja in humanistike. V ameriški percepciji demokracije je predsedniška retorika ena fundamentalnih moči, ki jih ima predsednik na voljo.

Kaj torej v jedru predstavlja predsedniška retorika? Zarefsky meni, da "predsedniška retorika definira politično realnost." (Zarefsky 2004, 611) Po njegovem prepričanju družbena realnost ni določena, temveč izbrana iz različnih možnosti in zatorej lahko vedno drugačna. Prevladujoča karakterizacija je zato odvisna od izbire političnega akterja. Predsednik lahko zaradi prominentnega političnega položaja in dostopa do komunikacijskih kanalov definira situacije, s čimer lahko oblikuje kontekst, v katerem javnost nato vidi nek dogodek ali predlog. Predsedniška retorika je torej v svoji osnovi "umetnost definiranja sveta". (Riker v Zarefsky 2004, 612)

Študije predsedniške retorike vključujejo različna področja raziskovanja, ukvarjajo pa se z analizami večjih in manjših predsedniških govorov ter praktično vseh javnih izjav predsednika, kamor sodijo pisni in govorjeni teksti. Zarefsky (2004, 609) pravi, da govorec z mislijo na občinstvo izbere najboljši način za doseg želenih ciljev v kontekstu specifične situacije. Te izbire, ki so vtokane v govornikov tekst in njegovo izvedbo, vključujejo selekcijo argumentov, uokvirjanje, frazeologijo, dokazovanje, organizacijo in stil govora.

Preučevanje predsedniške retorike je pomembno tudi zaradi njenega potencialnega vpliva na oblikovanje medijske in javne agende ter zgodovinskega vidika, kjer je sam izbor določenih retoričnih tem pred drugimi že večkrat vplival na verjetnost izvolitve določenega kandidata za predsednika. (Benoit 2001)



## 4.2 Razvoj področja predsedniške retorike

Na razvoj področja predsedniške retorike je imelo velik vpliv področje, imenovano govor. Zadnjih 90 let so teoretiki govora in komuniciranja analizirali, kako govorec z jezikovnimi funkcijami doseže določene cilje. Do pred kratkim so šolniki za primarni objekt študij imeli retorični diskurz, samo predsedstvo pa je predstavljalo zgolj eno izmed strani.

Komunikologi so šele leta 1980 pričeli poglobljeno prepoznavati in preučevati specifičen interes za predsedništvo in predsedniško retoriko kot specifično vejo znotraj večjega polja retoričnih študij. Prvi korak je leta 1984 javno naredil Theodore Otto Windt mlajši, ko je v *Central States Speech Journal* identificiral predsedniško retoriko kot ločeno podpolje znotraj discipline. Prav tako sta leta 1984 dva teoretika komunikologije, Kathleen Hall Jamieson in Roderick P. Hart, objavila knjigo o predsedništvu. To je bil znak začetka osredotočanja na pomembno področje predsedniškega diskurza. (Aune in Medhurst 2008, 3-4)

*Prva faza* raziskovanja je potekala od leta 1914 do 1944. Ko se je učenjaška organizacija poimenovala National Association of Academic Teachers of Public Speaking, za to področje še ni bilo nobenih specializiranih šolnikov. To naj bi bila praktična in pedagoška zveza, ki se je posvetila poučevanju govornega nastopanja, predvsem javnega nastopanja, branja, debate in drame. Primarna skrb je bila oblikovanje javnega nastopanja ali govora kot vidne akademske discipline na ameriških kolidžih in univerzah. Pojavila se je skupina šolnikov, ki je verjela, da poučevanje javnega nastopanja vključuje tudi študije velikih govorcev. (Aune in Medhurst 2008, 5) Tedaj so bili kot velike figure videni predvsem britanski parlamentarci, verski voditelji ali pa zakonodajne vodje. Predsedniki na seznamu pomembnih govorcev niso zasedali omembe vrednih mest.

Do leta 1930 so se v *Quarterly Journal of Speech* pojavili le 4 članki, ki so se ukvarjali s predsedniki. Leta 1925 je Martin Bauer objavil prvi članek o predsedniški retoriki, in sicer "Vpliv Lincolnovnega občinstva na njegove govore". Leta 1927 je Gladys Murphy Graham objavila pomemben članek o "Moči govora Woodrowa Wilsona", s čimer je bil govor prvič prepoznan kot oblika moči. (Aune in Medhurst 2008, 5) Zgodnje študije Lincolna in Wilsona so zaznamovale praktično celotno obdobje med leti 1930 in 1944. Predsedniki tedaj niso bili preučevani zaradi svoje vloge, ampak zato, ker so bili prepoznani kot dobri vzorniki za retorične stile in metode.

Od leta 1945 do 1964 se pojmuje *druga faza* zorenja področja predsedniške retorike. Korpus študij o predsedniški retoriki je doživel močno rast med leti 1945 in 1955. Poleg

novih analiz predsednikov so razvili kritično metodo analize retoričnega diskurza, ki je vključevala: govorčevu ozadje, govorčeve ideje in njihovo podporo, s podtemama premis in vrst argumentov ter dokazov in ovržb, kot tretja glavna tema je sledila kompozicija govora, ki je imela tri razdelke, in sicer pripravo govora, organizacijo in jezik. Zadnja tema je bila dostava oz. posredovanje sporočila. Kot pomembna novost te druge faze je bila tudi prepoznavna pomembnosti primarnih virov za študij predsedniške retorike. Ko je "bum" prispevkov o predsedniški retoriki nekoliko usahnil, je Robert G. Gunderson leta 1957 objavil prva knjigo na področju predsedniške retorike – *The Log Cabin Campaign*.

Z letom 1965 je nastopila *tretja faza*, t.i. obdobje kritičnega pluralizma, ki je trajala do leta 1984. V tej fazi so nastopili izzivi za zgodovinsko - retorične metode, za dognanja v jeziku, diskurzu in občinstvu. Analitiki so velik poudarek dajali tekstualni kritiki, ki je pred tretjo fazo teoretiki govora niso pogosto uporabljali. Ob prevladi teorij in metod kritike, je tradicionalno osredotočenje retorike na iznajdbo, stil in izvedbo padlo v pozabo. Vse te spremembe so vplivale na vsa področja discipline in predstavljala temelj za izreden prepoved vsega retoričnega v prihodnje. V manj kot desetih letih je polje proizvedlo več analiz posameznih predsedniških tekstov kot v vsej dotedanji zgodovini. (Aune in Medhurst 2008, 10-13).

*Četrta faza* je tako imenovan vzpon retorične renesanse, ki je potekal med leti 1985 in 2005. Od Windtove proglasitve podpolja predsedniške retorike, pa vse do leta 1995, so strokovnjaki za govor in komuniciranje proizvedli več kot 50 knjig o predsedniški retoriki, kar je po obsegu preseglo število knjig vseh drugih retoričnih orientacij. Študije predsedniške retorike so pod taktirko najeminentnejših teoretikov, kot so Campbell, Denton, Hart, Medhurst, Tulis, Ceaser in drugi, v preteklih 20 letih presegle komunikacijsko orientirane perspektive. Spričo številnih prelomnih del na tem področju lahko trdimo, da so se študije retorike in predsedništva pričele razvijati v izreden interdisciplinarni trud, ki je vključeval teoretike s področij anglistike, zgodovine, novinarstva, prava, ameriških študij in študij religije, kakor tudi politoloških znanosti in komuniciranja. V tem času sta nastali tudi najpomembnejši interdisciplinarni reviji, *Presidential Studies Quarterly* in *Rhetoric & Public Affairs* (Aune in Medhurst 2008, 13-20).

K vzponu področja predsedniške retorike in "retoričnega predsedništva"<sup>5</sup> so po mnenju Jamesa Ceaserja (v Denton 1986, 138; glej Lim 2002) prispevali trije glavni dejavniki: moderna doktrina predsedniškega vodenja, da mora predsednik postavljati cilje, jih

---

<sup>5</sup> Vodenje prek besed, ki imajo osrednjo vlogo v predsedovanju. (glej Tulis 1987)

izpolnjevat, vseskozi pa ga spremljajo visoka pričakovanja sodržavljanov; razvoj množičnih medijev, ki so povečali velikost in dostopnost občinstva; moderne politične kampanje, ki zahtevajo stalna potovanja, javne nastope, ustvarjanje imidža ter definicijo problemov in njihovo retorično reševanje.

Denton (1986, 141-142) razglablja o pomembnosti retorike predsednikov na večih nivojih. Z lingvističnega vidika njihove besede oblikujejo ideje in stimulirajo akcijo. Z intelektualnega gledišča njihove besede zagotovijo racionalnost dejanj in upravičenost odločitev. Gledano psihološko, imajo njihove besede moč navdihovanja, tolažbe in motivacije celotnega naroda. Z družbenega vidika njihove besede povezujejo ljudi v društveno entiteto in dajejo občutek človeškega odnosa z voditeljem. Etično gledano lahko besede predsednikov delajo dobro ali zlo, spodbujajo pravičnost ali krivice, sebičnost ali predanost drugim za višje cilje. Z vidika estetike so njihove besede spremljale žalovanja narodov, dajale upanje in izzvale reševanje obstoječih problemov.

### **4.3 Razvoj retorične vloge predsednikov in elementi uspešnosti retoričnega vodenja**

Moči, vloge in načini vodenja predsednikov so se skozi stoletja spreminjali, a nekaj je ostalo nespremenjeno. Predsednikova osrednja pozicija v ameriški vladi že od nekdaj sloni na dejstvu, da je edini nacionalno voljeni politik, ki lahko govori v imenu celotnih Združenih držav Amerike. Roderick Hart (1987, 27) predsednikov diskurz označuje kot verbalno ekvivalento šaha: "Predsedniki so izjemno aktivni igralci v igri javnega mnenja in vse njihove javne izjave so strateško oblikovane v namen pozicioniranja predsednika za naslednjo v neskončnem nizu lastnih in nasprotnikovih potez."

#### **4.3.1 Razvoj retorične vloge predsednikov**

V poznem 18. in 19. stoletju je pri ameriških predsednikih prevladovalo pisno komuniciranje z vejami vlade, in ne javni govori "ljudstvu", kot je to značilno danes. Predsedniki so imeli izredno malo javnih nastopov, retorične sposobnosti pa so bile bolj postranskega pomena. Predsedovanja v preteklosti lahko opredelimo kot bolj administrativna, z leti pa je vloga retorike v predsedovanju narasla. Današnji svetovni predsedniki morajo kot

retorični voditelji naroda stremeti k vodenju prek besed. Predsedništvo je namreč postalo primarna in esencialna retorična ter prepričevalna institucija. (Denton 1986, 10)

Govorniške sposobnosti predsednikov so bile v preteklih desetletjih izjemno nekonistentne, zato je predsedniška retorika doživljala vzpone in padce. Težko je sicer natančno določiti, kdaj je ameriški politični govor pričel nazadovati, vendar pa naj bi se to začelo po zlatem obdobju Theodora Roosevelta in Ronalda Reagana, ko sčasoma predsedniki niso več poznali niti priimkov piscev govorov. Televizija in njene zahteve po kratkih izjavah so nekoliko pospešile slabšanje političnega govorništva.

Pogosto uporabo retorike sta v predsedovanje vnesla Theodore Roosevelt in Woodrow Wilson. Njuna predsedniška retorika je temeljila na popularnem apelu, pri čemer gre za močno zanašanje na podajanje govorov občinstvu in izenačevanje govorjenega z dejanji. Sodobni predsedniki niso le navajeni podajanja govorov, temveč jim je blizu tudi praksa uporabe govora za izvajanje njihovih dolžnosti. Sodobni predsedniški diskurz lahko splošno opredelimo kot kombinacijo slavnostnega in deliberativnega načina. (Kiewe 1994, 2-5)

James Ceaser, Glen Thurow, Jeffrey Tulis in Joseph Bessett v *The Rise of Rhetorical Presidency* ugotavljajo, da so predsedniki z 20. stoletjem postali bolj pripravljeni na uporabo retorike. (Aune in Medhurst 2008, 132) V prid tej trditvi govori dejstvo, da so ameriški predsedniki med leti 1945 in 1985 imeli 9, 969 javnih nagovorov, kar je več kot 500% povečanje v primerjavi s predhodnimi obdobji. (Hart 1987, xix)

Današnji predsedniki morajo z razvojem novih medijev skrbeti predvsem za svojo pojavo na vseh informacijskih kanalih. Mary Stuckey (1992, 9) tako označuje predsednika kot "vrhovnega interpret", ki uporablja televizijo kot način širjenje zgodb skupnosti. Predsednik uporablja tovrstne zgodbe ne le za promocijo politike, temveč tudi za vpliv na zavest skupnosti. Predsednikovo javno izpostavljanje in potreba po projiciranju všečnega imidža sta ključna za politično preživetje, a tovrstna vloga moderne predsednike hkrati omejuje in spodbuja. (Kiewe 1994, 2-5)

#### **4.3.2 Elementi uspešnosti retoričnega vodenja**

Kako lahko predsednik postane uspešen retorični vodja? Medhurst (1996, 15) meni, da obstajata dve možnosti, in sicer da občinstvu ni najbolj pomembno, kdo voditelj je, temveč kaj lahko stori. Druga možnost je, da za uspešno vodenje občinstvu ni pomembno, kaj lahko vodja stori, temveč kdo je.

Posebna pomena za uspešnost retoričnih predsednikov sta Aristotelovi in Cicerovi opazki v preseku vrline misli in vrline karakterja. Po Aristotelu politični vodja ne more biti dober razumnik brez vrline karakterja. Brez karakternih lastnosti oz. vrlin, kot so velikodušnost, poštenost, spodobnost in odkritost, bi posameznikove pregrehe preprečile razumno premišljanje in vodile v izide, nasprotne uspehu skupine. Cicero je sklenil podobno, zanj je bilo krepostno vedenje tisto, ki je v osnovi določilo, kdo bo vodil. Verjel je, da je "pravica" centralnega pomena, saj je vključevala vzdrževanje tovarištva med člani skupine. Sloane (2001, 139-147) zapisuje, da oseba, ki kaže karakterne vrline, skupaj z vrlino mišljenja, poseblja velikega vodjo. Preudarnost se torej kaže v dejanju.

Uspešno retorično vodenje lahko razumemo kot politikovo sposobnost dobrega prikaza včasih nasprotne vrline misli in karakterja – razumeti kako, kdaj in na kakšen način uravnotežiti strateškost in svetost, razumnost in pravilnost. Od začetka so predsedniki uporabljali retoriko za razširitev ustavno dane moči. Zato so se posluževali dveh širokih strategij. Zgodnji predsedniki so preoblikovali obstoječe retorične prakse, kot so ceremonije, v forume za njihovo politično agendo; razvili so inovativne retorične strategije, kot je uporaba volitve kot priložnosti za (ne)dejanje glede določene politike. Oba pristopa odsevata izkoristek tradicionalnih trenutkov in njihovo pretvorbo v forume za demonstracijo njihovih vrlin. (Zarefsky v Dorsey 2008, 13)

Voditi retorično in biti uspešen pomeni, da se morajo predsedniki ne le zavedati skritih nevarnosti, ki prežijo nanje v družbeni in politični krajini, temveč tudi priložnosti oblikovanja primerne izraza njihovega karakterja kot simbola premostitve teh nevarnosti oz. težav. Zato so predsedniki, ki znajo v trenutku elegantno prilagoditi svoj nastop za uravnoteženje svoje vrline mišljenja in karakterja, videni kot preudarni vodje.

Na evropskih tleh ali pa če se za trenutek ustavimo prav v Sloveniji, predvolilne kampanje delujejo večinoma dolgočasno in nepomembno. Same kampanje ne izžarevajo ničesar, so le prazna besedičenja in občasni nesorazumi ter neetična obtoževanja. Ameriški politiki v predvolilnih kampanjah vselej uporabljajo spektakularno, atraktivno retoriko in kampanjo naredijo skorajda cirkuško, kar zabava občinstvo. Ravno zato se ameriške metode v evropskih državah zdijo nezdržljive z resnimi strankami, a vse kaže, da si tudi Evropejci od političnih voditeljev vse bolj želijo česa več kot zgolj obrekovanja in brezpredmetnih obljub.

## 5 ANALIZA PRIMERA

### 5.1 Osebna zgodba Baracka Husseina Obame

Barack H. Obama je 44. predsednik Združenih držav Amerike. Njegova zgodba marsikomu predstavlja zgodbo Amerike, saj vsebuje skorajda pozabljene vrednote, odraščanje brez očeta ob pomoči starih staršev, delavnost in izobrazbo kot način premagovanja ovir ter prepričanje, da mora biti življenje živeto za pomoč drugim.

Obama se je rodil na Havajih 4. avgusta 1961 temnopoltemu Kenijcu in belopolti Američanki iz Kansasa. Vzgojen je bil s pomočjo starih staršev, posebno pomembna za njegovo politično usmerjenost pa je bila vloga dedka, ki je služil v Pattonovi armadi.

Čez srednjo šolo in univerzo se je Obama prebil s pomočjo šolnin in študentskih posojil, nato pa se je preselil v Chicago, kjer je sodeloval s cerkvami pri obnovi tamkajšnjih skupnosti po zaprtju lokalnih proizvodenj. Ker je želel ugotoviti, kako s pravom pomagati ljudem, je študij nadaljeval na Harvardski pravni fakulteti in med drugim postal tudi prvi temnopolti Američan na čelu revije *Harvard Law Review*. Leta 1991 je diplomiral z odliko, leta 1992 pa se je poročil z Michelle Robinson in od takrat tudi predaval na pravni šoli Univerze Chicago. Vseskozi je ostajal aktiven v svoji domači skupnosti, saj verjame v združevanje ljudi okrog politike namena.

Obama se je kmalu začel ukvarjati s politiko in bil leta 1996 prvič izvoljen v senat države Illinois, kar mu je uspelo še dvakrat. Leta 2000 je doživel doslej edini politični poraz na primarnih volitvah demokratov za sedež v zveznem predstavniškem domu. Nato pa je leta 2004 s pomočjo Davida Axleroda, ki je vodil tudi njegovo kasnejšo kampanjo za predsednika ZDA, uspel na volitvah v zvezni senat. V senatu zvezne države Illinois so po njegovi zaslugi po 25 letih sprejeli prvo etično reformo, znižali davke delavskih družin in izboljšali zdravstveno oskrbo otrok in njihovih staršev.

Ko je postal senator Združenih držav, je vplival na sprejetje številnih zakonov in izredno pomembne reforme lobiranja, prepovedal je najnevarnejša orožja sveta in v vladanje vnesel večjo transparentnost s spletno objavo vladne porabe. Demokratski predsedniški kandidat John Kerry mu je leta 2004 ponudil življenjsko priložnost glavnega govornika na demokratski nacionalni konvenciji v Bostonu. To je Obama dobro izkoristil z govorom proti delitvam v ZDA, po katerem so mu številni politični analitiki začeli napovedovati svetlo politično prihodnost.

V senatu je Obama večinoma glasoval po strankarski liniji, zaradi česar je dobil naziv najbolj liberalnega senatorja, občasno pa je prestopil strankarske bregove in z republikanci sodeloval na področju boja proti orožju za množično uničevanje, veteranskih vprašanj, vprašanj okolja in volilne zakonodaje. Po le dveh letih kariere v zveznem senatu je Obama februarja 2007 uradno naznanil, da se bo leta 2008 potegoval za predsednika ZDA. S tem se je uradno začela njegova bitka proti Clintonovi in McCainu. Kot prvi temnopolti predsednik ZDA je bil izvoljen 4. novembra 2008 in zaprisegel 20. januarja 2009. (Obama 2008; Obama 2009; Keller 2009)

## 5.2 Pot do političnega vrha

Še predno je ekonomija ZDA leta 2007 zašla v krizo, so bila na vidiku prva predvidevanja o zgodovinskem predsedniškem boju leta 2008, od katerega so po Bushevi vladavini vsi pričakovali korenite politične spremembe. V tekmi za predsedniški položaj sta nastopila prva resna ženska kandidatka in prvi resni afroameriški kandidat, ki bi prvič po Johnu F. Kennedyju v primeru predsedniške zmage prisegel kot senator ZDA. Hillary Clinton in Barack Obama sta bila glavna akterja predsedniške tekme, ki je Ameriko razklala na dvoje.

Na začetku Obamove poti proti predsedniškemu položaju so mnogi njegovo "misijo" obsodili na propad, saj naj bi se zataknilo že pri njegovem imenu, poreklu ter posledično morebitnih muslimanskih in terorističnih povezavah. V prid Obami so govorili njegovi dosežki v izredno kratkem času, saj je kot senator v kratkih štirih letih s predlogo številnih novih zakonov, po govoru o smernicah stranke nepričakovano napredoval po politični lestvici in se za predsedniško mesto spopadel s t.i. "Clintonovim strojem".

Do leta 2008, ko je avgusta sprejel demokratsko nominacijo, je uspel pokazati lastno retorično moč in moč kampanje, ki ga je pripeljala do naziva politične figure, ki bo spremenila svet. Nominacijo je prejel le 45 let od dneva, ko je Martin Luther King mlajši stal na Lincolnovem spomeniku in povedal svoj ikonični govor, "I have a dream". To je na ameriških tleh, ki se še danes, navkljub navidezni rasni enakosti, notranje spopadajo s tem največjim problemom, prineslo upanje.

ZDA so tako z letom 2009 dobile novega predsednika Baracka Obama, katerega politika je predstavljala spremembe v mnogih pomenih. Njegovo predsedovanje je zgodovinsko pomembno v smislu rase, hkrati pa tudi visoko simbolično, saj predstavlja izpolnitev Ameriških sanj in marsikomu služi kot dokaz, da je s trdim delom in poštenostjo mogoče

doseči zadane cilje. Ko Obama opominja na svarilo dr. Kinga o "silni nuji tega trenutka", se je z njim mogoče strinjati. Šablonske oznake so pričele izgubljati pomen, ker so ljudje, ki so se ponašali z njihovimi ideologijami, v zadnjih dveh desetletjih razočarali narod. Olive (2010, 18) meni, da so bili Američani zato pripravljani na dolgo prihajajoče spremembe.

Immanuel Kant je nekoč zapisal, da dogodku podeli zgodovinskost vzhičenje opazovalcev. Vzhičenje ob izvolitvi prvega temnopoltega predsednika ZDA je bilo vsepovsod po svetu velikansko. Manija nad bivšim ameriškim senatorjem iz Illinoisa je med predvolilno kampanjo dosegala neverjetne razsežnosti, saj je Obama polnil stadione z množicami ljudi vseh ras, tudi po 75.000 poslušalcev, ki so nestrpno želele biti del zgodovine in "Obamamomentuma". Da občudovanje Obame ni le stvar ameriške celine, se je izkazalo julija 2008, ko je Obama z zgolj enim govorom v nemškem Berlinu privabil več kot 200.000 ljudi.

Njegovo izstopajoče govorništvo mu je pomagalo začeti fenomen. Obamovo gibanje, ki ga je uspel ustvariti v letih 2007 in 2008, je največje ljudsko gibanje v politični zgodovini ZDA, saj je več kot milijon in pol prostovoljcev trkalo na vrata v vseh državah ZDA ter spraševalo o zadovoljstvu z dosedanjo letargijo. Med demokratskimi izbori kandidatov se je registriralo rekordno število mladih volivcev, odpisanih kot kronično odtujenih, poleg tega pa tudi Afroameričanov, Američanov latinskoameriških in azijskih korenin, žensk, upokojencev in veteranov – nekateri prvič, po dolgih desetletjih.

Obama je "vse ljudi Amerike", kot rad poudarja, spoznaval na svojevrsten način. Prepotoval je celotne Združene države ter predstavil sebe in svoja prizadevanja ob pomoči žene ter hčerk. Poudarek kampanje je bil na mestnih trgih, nakupovalnih centrih, vhodih v tovarne, šolskih avlah ter ne na spektakularnih shodih strankarskih izborov. Obama je večkrat poudaril, da kampanja ni namenjena njemu: "Jaz sem zgolj nepopisan list papirja, na katerega lahko ljudje prelijejo svoje zamisli." (Olive 2010, 23-26)

Seveda ne gre trditi, da ima Barack Obama sposobnost vodenja, ki premika gore. A v pravem trenutku je zagotovo pokazal potencial, da ljudem vlije novo upanje in moč ter pomaga Združenim državam narediti korak dalje. Kljub njegovemu trudu in uspehom mnogi menijo, da njegova politična preteklost ne indicira sposobnosti velikih in daljnosežnih sprememb, katere množice od njega pričakujejo. Mnogi mu očitajo tudi to, da njegova retorika o rasi služi za spodbujanje zmotnih prepričanj o eliminaciji sistematičnega rasizma. A Obama več kot leto in pol po izvolitvi z vsakim dejanjem in besedo upravičuje svoj položaj ter se trudi za uresničenje politike sprememb.



### 5.3 Obamova zgodovinska retorika

Obama je ob neki priložnosti dejal: "Menim, da ni dovolj, da zgolj želiš postati predsednik. Želeti si moraš spremeniti deželo. Želeti si moraš, da bi bil *velik* predsednik." (Obama 2009, 22)

Dober in velik predsedniški retorik mora znati pridobiti zaupanje in vero volivcev, osvajati srca in razum poslušalcev, se soočati s težavami in premagovati ovire, podajati trdne dokaze, posredovati vizijo, prepričevati, motivirati ljudi in oblikovati močne zadnje vtise. Barack Obama je tako z močjo besede postal predsednik Združenih držav Amerike. Štiri leta je iz govora v govor gradil podobo državnika, ki svojo domovino in svet okoli nje razume na popolnoma jasen in pošten način. "Lepo je po dolgem času poslušati ameriškega politika, ki zna govoriti angleško", je njegovo privlačnost povzel pisatelj in najstarejši ameriški mojster govornice besede Garrison Keillor.

Volitve 2008 so zaznamovale mnoge kontroverznosti, vendar se v enem vidiku strinjajo vsi: da je bila Obamova retorična sposobnost eden najpomembnejših dejavnikov – morda celo najpomembnejši, v njegovi zmagi. Že same mase ljudi, ki so ga slišale govoriti, ga ločijo od preostalih nasprotnikov in spomnijo politike na antične Atene, kjer je bil javni govor običajnim volivcem motor politike, in kjer je umetnost retorike zorela skupaj z demokracijo.

Njegovi odlični govori so mnogokrat prinesli obtožbe petelinjenja in domišljavosti. Obama med govori resda rad privzdigne glavo v slogu rimskih imperatorjev in ploska lastnim govorom na njihovem koncu, vendar gre za potezo spodbujanja publike, ki je lahko hitro napačno interpretirana kot navdušenje nad samim sabo. V Obami je tudi nekaj trme, ki onemogoči primernejši odziv v ključnih trenutkih, ko bi bilo bolje ravnati varneje.

Mnogi so ga zaradi močne retorike označili za nerealističnega sanjača, a njegovi zagovorniki vztrajajo, da je preveč ljudi pozabilo, kako uspešen je bil Franklin Roosevelt, ko se je napajal iz temeljne ameriške vrednote nestrpnosti do samozadovoljstva, kot jo je izrazil v slavnem govoru med svojo kampanjo leta 1932.<sup>6</sup> Ameriško politično vodstvo je bilo tako dolgo ujeto v "svetu, kakršen je", da je izgubilo stik s tem, česa so sposobni ameriški ljudje kot posamezniki in narod. "Na vsaki bistveni točki naše zgodovine", je rekel Obama, "se je

---

<sup>6</sup> "Ta dežela potrebuje in – če nisem napak presodil njenega razpoloženja – ta dežela zahteva drzno, vztrajno eksperimentiranje. Skladno z zdravo pametjo je poseči po metodi in jo preizkusiti. Če ne uspe, to odkrito priznaj in poskusi z drugo. A predvsem z nečim poskusi." (Ellis 1998, 129)

pojaval kdo, ki je trdil, da ne zmoremo. /.../ Jaz sem tu zato, da vam povem: Ja, zmoremo." (Olive 2010, 25)

Coe (2010, 394) je preučeval Obamovo predsedniško retoriko na 183 govorih in ugotovil, da je v govorih kampanje uporabljal predvsem štiri apele. Prvi, t.i. politični apel, je ključen za vsako kampanjo, znotraj tega pa je bilo pri Obami opaziti pet ključnih političnih tematik, in sicer ekonomijo, nacionalno varnost, zdravstvo, okolje in izobrazbo. Drugi, t.i. tematski apel, se nanaša na tematike, katere govorec tekom kampanje neizogibno razvije. Tu so vključeni širši ideali, ki jih kampanja predstavlja in so zato bližje epidektičnemu stilu retorike kot pa deliberativni diskusiji o politiki. Tematski apeli so simbolični in pri Obami vključujejo upanje, spremembe in združenje. Tretji, t.i. moralni apel, vsebuje moralne vrednote, ki vplivajo na percepcijo njegove moralne drže pri poslušalcih. Najpogosteje je uporabljal moralni apel vrednot, patriotizma, vere in družine. Zadnji je t.i. strankarski oz. razkolniški apel, ki se tiče »vročih« tem v ameriški družbi, s katerimi mora govorec pazljivo ravnati, saj pogosto ostro razdeljujejo ljudi. V Obamovi retoriki so se pojavljali štirje tovrstni apeli, in sicer kot splay, rasnost, imigracije in istospolna usmerjenost.

Kljub vsemu je Obama v večini govorov velik pomen dajal vzvišeni retoriki. Upanje in spremembe so dobili velik del pozornosti, saj so bile spremembe ekonomiji stalno za petami v njegovih retoričnih apelih. (Coe 2010, 394-395) Obami je tako, z izjemo Billa Clintona, uspelo prekiniti trend modernih ameriških predsednikov v poneumljanju govorov in poslušalcev. Obamovi govori laskajo občinstvu, saj se pri snovanju svojih govorov vedno odloči, da ne bo popreprostil svojega sporočila širši publiki, zato mu priznavajo, da se "do Američanov vede kot do odraslih." Obama daje vtis, da natanko ve kaj govori in dejansko razmišlja o tem, kar govori. To pa je po vladavini družine Bush več kot očitna sprememba sloga.

Njegovi najboljši govori so literarne mojstrovine, v katerih navaja stavke Lincolna in Kinga, Woodyja Guthrieja in Sama Cooka. A Barack Obama ni prvi ameriški politik, ki si je v tekmi za najvišji položaj pomagal z vzvišeno retoriko. Že severnjaški abolicionisti so "padli na kolena" pod vtisom izjemne logike govorov Abrahama Lincolna, ki je tedaj služil prvi mandat v kongresu Illinoisia.

"Amerika je bila priča temu, kako je Obama v desetih minutah strgal s sebe pomečkano obleko anonimnega državnega senatorja mile nravi in si nadel tesni ter kričeči triko z ogrinjalom, kakršen pritiče nacionalnemu govorniškemu super junaku s sladkim jezikom – frankensteinskemu kolažu Gandhija, Cicera, Jezusa, Lincolna in še vrste naših najljubših voditeljev: Franklina Roosevelta, dr. Kinga, Jacka in Bobbyja Kennedyja", je v reviji New

York junija 2008 na izredno domiselni način Obamovo retorično pojavo zapisal Sam Anderson. (Olive 2008, 110)

## 5.4 Dejavniki Obamovega retoričnega in političnega uspeha

Kateri so tisti dejavniki, ki so predsedniku Baracku Obami pomagali postati eden najbolj spoštovanih voditeljev in komunikatorjev sodobnega časa?

Obama je svoje enkratne govorniške sposobnosti širši javnosti prvič predstavil leta 2004 na demokratični nacionalni konvenciji in očaral Ameriko z govorom o smernicah njihove stranke. Njegov 25 minutni govor z manj kot 2.300 besedami je prebudil predstave Američanov in požel hvalo širom sveta. V vseh naslednjih govorih je izkazal zelo široko poznavanje številnih področij in izredno načitanost, saj svoje navdihe črpa iz politične retorike največjih mojstrov, Biblije, zgodovine in velikih ameriških ikon.

Obama svoje govore vedno začne močno – zlije se s splošnim občutjem, sprosti kakršnekoli napetosti in fokusira pozornost. Tudi v primeru neprijetnih situacij zna le te obrniti sebi v prid ali pa v primeru poraza v posamezni državi z besedami ustvariti zmago. Leanne (2010, 33) trdi, da ga na trnovi politični poti žene izrazito zanimanje za težave in kako jih rešiti; ambicija obnovitve ameriškega duha po dolgotrajnem nazadovanju; cilji – spremeniti državljansko in politično kulturo najstarejše izmed pomembnejših svetovnih demokracij, jo rešiti sovraštva, strankarstva in elitizma. Želi zamenjati dosednji utrujeni model z resnično demokracijo državljanov, v kateri Američani ne bodo imeli svoje besede le ob volilni skrinjici, temveč vsak dan.

Obamov politični uspeh v jedru temelji na prepričanju, da voditeljem na vseh področjih razvoj nadpovprečnih sposobnosti komuniciranja prinese velike prednosti, saj je zmožnost prenosa vizije, navdiha zaupanja, znanje prepričevanja in motivacije drugih ključ do uspešnega vodenja. Z besedami "karizmatičen, magneten, spodbuden" strokovnjaki, mediji in javnost opisujejo Obamov stil ter ga potrjujejo kot močnega komunikatorja. Mnogi Obamo kot govornika primerjajo z velikimi govorniki našega časa, kot so Martin Luther King mlajši, John F. Kennedy, Robert Kennedy, Bill Clinton in Ronald Reagan.

Kaj torej Obama počne? Katere govorniške sposobnosti prispevajo k navdihu in združenju raznolikih segmentov družbe? Kako se uspe povezati s svojimi poslušalci in jih ganiti na emocionalni in intelektualni ravni, ko prevede svojo vizijo na impulz dejanja?

Če uporabim pojem iz analize moderne predsedniške retorike po Stuckeyjevi (1992), lahko Baracka Obama označim kot predsednika z narativnim stilom. Narativni stil namreč pooseblja predsednikovo pripovedovanje celotne in dobro integrirane zgodbe, identifikacijo občinstva, vključevanje prek apelov k participaciji ter spodbudo predsednikove interpretativne prevlade.

Mnogi pripisujejo Obamov osupljiv uspeh ravno njegovim zgodbam, ki nosijo močna sporočila upanja in spodbud. Njegovi govori naslavlajo mnoge ljudi, saj uporablja izredno raznovrstne in sporočilne tematike. Če navedem nekaj primerov: *Change That Works for You*, *Forging a New Future for America*, *A More Perfect Union*, *Reclaiming the American Dream*, *Our Moment Is Now*, *A Sacred Trust*, *Take Back America* in drugi.

Pa vendar so bili v preteklosti že mnogi dobri voditelji in govorniki, ki se v srca in misli ljudi niso zapisali tako globoko kot je to uspelo Obami. Obamovi govori navdihnejo in motivirajo ljudi. Razlog v unikatni moči njegovih besed presega samo formo sporočila – pomemben je način dostave oz. predstavitve sporočila. (glej Tulis 1987; Leanne 2010, xvi) Obamova govorniška moč izhaja iz številnih virov. Zaveda se, da oblikovanje vizije ali skupka ciljev ne zadostuje ter da uspeh zahteva artikulacijo vizije in ciljev na privlačen način. Obama daje poseben poudarek na 3., 4. in 5. kanon klasične retorike, torej na *Elocutio* – stil, *Memorio* – spomin in *Pronuntiatio* – izvedbo.

#### **5.4.1 Obamove retorične figure**

Obama mnogi strokovnjaki primerjajo z grškimi retoriki, saj naj bi jim bilo skupnih kar nekaj stvari. Njegove retorične sposobnosti so večkrat označili kot "ciceronske". Ena najbolj poznanih Cicerovih tehnik je bila uporaba serije treh za poudarek neke ideje, t.i. trikolon. Ravno "seznam treh" je eden najbolj učinkovitih načinov pridobitve odobravanja in tudi izredno pogosto uporabljan s strani Obame. Učinek tega seznama ni le v ponavljanju, saj izvedba govora namreč omogoča, da prozodične značilnosti, kot so višina glasu, tempo in ritem odigrajo pomembno vlogo pri večjem učinkovanju govora. (Beard 2000, 38) Npr: "Danes smo se zbrali, da potrdimo veličino našega naroda, ne zaradi višine naših nebotačnikov, ali moči naše vojske, ali obsega ekonomije..." Obama tu uporablja tudi tehniko "pretericija ali navidezni preskok", kjer gre za pritegovanje pozornosti na subjekt z nerazpravljanjem o njem, t.j. ameriški nebotačniki.

Uporaba učinkovitega ponavljanja je tudi sicer posebna specifika Obame. Obamovi najljubši tehniki sta anafora<sup>7</sup> in epifora<sup>8</sup>. Primer Obamove uporabe anafore: "Predstavljanje cilja je dobro. Predstavljanje izvršitve je potrebno. Predstavljanje zmage je ključno." (Obama 2009, 107) Sledeči primer je epifora in hkrati trikolon: "Živi, da jih vidi izstopati in govoriti in poseči po glasovnici. Ja, zmoremo." Fraza "ja, zmoremo" zapolni naslednjih 5 odstavkov v govoru.

Pogosta Obamova tehnika je "antonmazija ali zamenjava". Uporaba te tehnike pomaga pri zblizanju govorca in občinstva, vsečnemu dejstvo, da vsi vedo, o čem oz. o komu teče beseda, brez nadaljnje razlage. Ta tehnika počloveči karakter. S frazo "mladi pridigar iz Georgie" je poimenoval Martina Luthra Kinga in približa Kinga kot običajnega človeka.

Za fokusiranje pozornosti na neko ključno informacijo Obama pogosto uporabi retorično vprašanje. "Ali sodelujemo v politiki cinizma ali v politiki upanja? John Kerry kliče k upanju. John Edwards poziva k upanju..." Obama za poudarek ključnih tem in zaključkov uporablja slogane in refrene, kar pomaga pri osredotočenju občinstva. Primer: "Sprememba, v katero lahko verjamemo" ali pa "Napočil je naš trenutek". (Keller 2009; Leanne 2010, 108-109). Pridigarski klic je viden v najbolj poznanem Obamovem refrenu: "Yes we can - Ja, zmoremo". V tem se kaže vpliv krščanstva in močne vere Obame.

Obama je v svoji kampanji prikazal tudi učinkovito rabo pregovorov in pregovornih fraz, ki političnim sporočilom dodajajo pridih "zdrave pameti". Obama z njimi v govore vnese ironijo, satiro in humor. Pregovori s svojimi pogostimi in zanimivimi metaforami dodajo ekspresivnost, barvo, podobe in čustva njegovemu komuniciranju. Mieder (2009, 3) je ob analizi Obamove govorne uporabe pregovorov v njegovih več kot 229 govorih, konferencah, intervjujih, itd. med leti 2002 in 2009 našel 1284 pregovorov ali 5,6 frazeologizmov na dogodek. To kaže, da Obamovo verbalno komuniciranje ni nikoli prenasičeno z ljudskim jezikom.

Triada "preživetja, svobode in upanja" je vodilni motiv Obamovih govorov. (Mieder 2009, 85) To se je pokazalo tudi v govoru ob sprejemu nominacije za predsednika ZDA avgusta 2008. Poudaril je, da ameriška obljuba vključuje "idejo, da smo vsi odgovorni sami zase, vendar da se tudi vzpnemo in pademo kot en narod; fundamentalno načelo, da sem bratov čuvaj; sem sestrin čuvaj." S tem je Obama spremenil vprašalni stavek bibličnega pregovora

---

<sup>7</sup> Anafora je ponavljanje fraze na začetku stavka.

<sup>8</sup> Epifora je ponavljanje fraze na koncu stavka.

"Ali sem bratov čuvaj?"<sup>9</sup> v trdilno izjavo, ki izraža, da smo vsi odvisni drug od drugega neodvisno od spola. Dve izmed Obamovih lastnih skovank: "Sprememba se zgodi, ker jo ameriški ljudje zahtevajo – ker vstanejo in vztrajajo pri novih idejah in novem vodenju, novi politiki za nov čas."; "Če vlagáš v Ameriko, bo Amerika vlagala vate." (Mieder 2010, 55)

Naslednja pogosta značilnost političnih govorov Obame je uporaba nasprotnih parov, kar so klasični grški in rimski retoriki poimenovali antiteza. Medtem ko tridelni seznam vsebuje tri med seboj dopolnjujoče se dele, je nasprotni par dvodelen, vsak v paru pa v nekem smislu predstavlja drugemu nasprotje, a hkrati služi kot ponavljanje za doseg splošnega učinka. (Beard 2000, 39) Primer: "We observe today *not a victory of party, but a celebration of freedom* — symbolizing *an end*, as well as *a beginning* ..." (Obama 2009, 50)

Obama uporablja tudi ponavljanje abstraktnih samostalnikov, s katerimi poimenuje kvalitete, ki jih mnogi volivci dojemajo kot pozitivne: mir, vrednote, sanje, skupnost. Eno zelo pomembnih semantičnih področij je tudi časovna referenca, z močnim občutkom preteklosti, sedanjosti in bodočnosti. Mnogo navezav je na sam narod - Amerika, Američani, sanje, potencial, biti boljši, ipd.

#### 5.4.2 Prepričevanje z osebnostjo

Obama je prikazal sposobnost vključitve v prevladujoče občutje in okrepitve svojih besed s podajanjem podrobnosti in personaliziranjem sporočil. Ko ponuja oprijemljive primere življenjskih zgodb določenih ljudi, ki jih je srečal na svoji poti, se poveže z občinstvom, zgradi z njimi odnos in prikaže poistovetenje ter intimno razumevanje njihovih skrbi. Z vnašanjem svojih zgodb in izkušenj doseže globlji stik. Ljudi osvoji z direktnim, osebnim govorom in prikaže, da so njihove skrbi tudi njegove.

Izrednega pomena je sporočanje močnih etičnih načel, ki so vstopnica do zaupanja v Obamova dejanja in karakter. V govorih se ne poveljuje, saj svoje dosežke, značaj in načela prikazuje implicitno. Obama svoja etična načela izraža tudi z načinom kritiziranja nasprotnikov. O nasprotnem kandidatu vedno poudari njegove pozitivne lastnosti in dejanja, nato pa preide h kritiki, ki ni nikoli žaljiva, temveč je direktna in utemeljena.

Kot Afroameričan Obama predstavlja navdih mnogim temnopoltim po svetu, a pomembne so njegove sveže in nove vrednote. V nasprotju s pozivi, ki so jih v kriznih časih dajali predsedniki od Reagana do Busha in so bili potrošniško obarvani, novi ameriški predsednik

---

<sup>9</sup> "Am I my brother's keeper?" (Genesis 4,9) (Mieder 2010, 72)

govori o odgovornosti, nesebičnosti in zvestobi. Zavezan je torej k višjim vrednotam, kot jih daje sama potrošniška družba.

Njegov govor iz leta 2007 v državi Illinois je vseboval razlago njegovih visokih etičnih standardov in spoštovanja najvišjih vrednot: "Skupina cerkva mi je ponudila službo organizatorja skupnosti za 13.000 dolarjev letno. In službo sem sprejel, brez predvidevanj za prihodnost, motiviran z eno samo, preprosto, močno idejo – da bom morda kdaj igral majhno vlogo v grajenju boljše Amerike. Moje delo me je popeljalo v nekatere najrevnejše četrti Chicaga. Združil sem moči s pastorji in odpuščenimi ljudmi za soočenje s skupnostmi,..." (Obama 2008a, 38)

Obama torej naslavlja skupne vrednote, kakršne so močna delovna etika, vera v ameriške sanje in želja po izobrazbi. Obama je dosegel zaupanje ljudi v njegove sodbe in moralo, v njegove voditeljske sposobnosti in zaslužnost avtoritete. Pri uporabi komunikacije kot orodja za pridobivanje podpore je Obama prikazal izjemno osebno karizmo. Obama zna pridobiti množico, saj od trenutka vstopa na oder posebej mešanico strasti in avtoritete. Karizmo prenaša s številnimi neverbalnimi atributi – svetlim, širokim nasmehom, "zaupljivo iskro" v očeh, odmevajočim glasom in telesno govoricu. Vsekakor mu na svoje poslušalce uspeva uspešno prenašati lastni entuziazem in strast. (Leanne 2010, 22-24)

### **5.4.3 Pritegovanje pozornosti na skupno zgodovino**

Njegova življenjska zgodba je tipična Ameriška zgodba migracije, ki je zaznamovana z velikim upanjem za boljšo prihodnost in ponazarja pomembnost izobrazbe, trdega dela in zasluženost Ameriški Sanj. Obamove življenjske reference na skupno zgodovino naroda – Depresija, Pattonova Armada in Druga Svetovna vojna ter montaža bombnikov – so mu pomagale prikazati prepričljivo zgodbo in ga oblikovati kot "vsakega drugega Američana". Obama se tako prikazuje kot močan del "nas", del iste skupine Američanov, ki stremijo za istimi cilji. S podrobnostmi iz lastnega življenja se poveže z Američani; navezuje se na najbolj znane ameriške politične družine, trka na patriotska občutja in se prikazuje kot navdihnjenega z ameriško preteklostjo, a hkrati predstavlja prihodnost.

Obama razbija predsodke in ovire tudi z nanašanjem na biblične besede. Tako pogosto uporablja verzije krščanskih izrekov, kot so "vera v stvari, ki niso vidne" in že omenjeni "sem čuvaj svojega brata". Te verzi so poznani mnogim ušesom in Obami omogočajo močno povezavo s publiko. Mnogokrat povzema tudi besede dr. Kinga, kot so "Enotnost je velika

nuja ure" ter doda, da je "enotnost edini način za prebroditev vsega". S tem se dotakne večih ras in združuje razdvojene.

Ko skuša prikazati skupne poti, se torej nanaša na skupno zgodovino, vrednote in izkušnje. Uporablja besede, ki rezonirajo – dobro izbrane besede, ki reflektirajo časovno preverjene principe, socialno-politične vrednote, biblične resnice ali pa slavljene leksikone politične retorike. Veliko vlogo igra tudi uporaba besed drugih ljudi, zato je Obami črpanje iz velikih ameriških figur pri srcu. Z dodatkom lastnih referenc besedam ustvarja odnos, povezanost in občutek skupnosti.

#### **5.4.4 Personalizacija sporočila**

Personalizacijo sporočila Obama izvaja s spretno uporabo zaimkov – povezavo med jaz, ti, mi. Izbira prve osebe ednine ali množine je zelo pomembna, saj je od tega odvisna osebna vpletenost, občutek volivčeve vpletenosti, posledična možnost skupnega sodelovanja in tudi krivda ob morebitnih napakah oz. morebitne koristi govorca.

Nanašanje na lastne izkušnje pomaga pri personalizaciji in vzpostavljanju kredibilnosti. Lastne izkušnje pomagajo vzpostaviti avtoriteto. Reference na pomembne izkušnje, v kombinaciji s spretno uporabo jaz, ti, mi pomaga prenesti sporočilo, da so publika in govorec del iste skupine. Spodnji primer kaže dobro Obamovo povezovanje sebe, lastnih izkušenj, z vsemi ljudmi in njihovimi izkušnjami: "Ko vi in jaz danes stojimo tukaj, vemo, da je na ulicah generacija otrok, ki odraščajo na krutih cestah in pozabljenih vogalih te države in prav v tem trenutku drsijo stran....Poznam te otroke. Poznam njihov občutek brezupa /.../ In čeprav poznam brezup, poznam tudi upanje. Vem, da če bomo uspeli prinesiti zgodnjo izobrazbo v te skupnosti; če bomo najeli kvalificirane učitelje;...lahko naredimo razliko v življenjih naših otrok in te države..." (Leanne 2010, 75-76)

#### **5.4.5 Vizualizacija besed**

Obama za lažjo predstavo mnogokrat uporablja besede, ki imajo deskriptivno moč in delujejo kakor podobe. Poslušalci si s pomočjo njegovih retoričnih tehnik lahko povedano vizualizirajo in bolje zapomnijo. Če bi Obama dejal "prišli ste nas podpreti v velikem številu", ne bi pri publiku dosegel ničesar. Ko pa je množično podporo ubesedil drugače, se je spremenila celotna slika: "Rekli so, da je ta država preveč razdeljena; preveč prepredena z iluzijami, da bi kadarkoli lahko stopila skupaj za skupni namen. Vendar na to januarsko noč,



/.../ ste storili to, kar so ciniki zatrjevali, da ne zmoremo. /.../ V vrstah, ki so se raztezale okrog šol in cerkev; v majhnih mestih in velikih mestih; stopili ste skupaj /.../ in dokazali, da smo en narod; smo eno ljudstvo; in nas čas za spremembo je prišel." (Mieder 2009, 95)

Obamova referenca na "vrste, ki so se vile okrog šol in cerkva" ustvari podobe ljudi, ki so čakali ure in ure, morda na mrazu in v neudobju, a vseeno nadaljevali s stanjem v vrstah, saj so želeli njemu izraziti svojo podporo.

#### **5.4.6 Učinkovita raba glasu**

Obama okrepi svoj glas v ključnih trenutkih. Volumen uporablja za poudarek navdušenja in izpostavitve pomembnih besed. Ko doseže višek govora, poveča volumen in "podčrta" glavno sporočilo. Ko izraža glavne ideje, upočasni tempo, kar zagotavlja večje zasidranje misli pri poslušalcih. Spreminjanje ritma mu omogoča stalno aktivnost oz. pozornost občinstva pri najpomembnejših točkah. Z uporabo tišine v govoru ustvarja dramatične premore, ki pri občinstvu sprožijo reakcijo. Prav tako spreminja način izgovorjave besed ter pri tem uporablja niz vokalnih sprememb za poglobitev vpliva povedanega. Izredna sposobnost spreminjanja barve glasu za izpoved določenih čustev razgiba njegove govore. Z vsem tem doseže mnogo več, kot bi dosegle golo zapisane besede. (Leanne 2010, 26-27)

#### **5.4.7 Učinkovita raba telesne govorice**

Obama je ob dajanju govorov vedno samozavesten in pokončne drže. Leanne (2010, 12-15; 24) opisuje, da Obama ob prihodih na oder stopa z zaupanjem in nemudoma vzpostavi očesni stik z občinstvom. Med hojo ploska skupaj z množico, kar je prvi znak vzpostavitve povezave s poslušalci oz. gledalci. Roke z odprtimi dlanmi iztegne proti množici in jo prijazno pozdravi. S tem zmanjša fizično razdaljo med njim in publiko ter pričinja nekakšno dvosmerno komunikacijo. Z vzravnanimi pleči in oprijemom govorniškega odra kaže znak zaupanja in avtoritete. Z dvignjeno brado se lahko prikloni občinstvu v znak hvaležnosti. Med govorom pogled usmerja na različne konce prostora, s tem pa naravno in gladko v govor pritegne poslušalce ter bolj vplete člane občinstva. Publika te geste razume kot spoštovanje – vedenj osebe, ki jih pozdravlja in sprejema. V ključnih trenutkih mnogokrat položi roko na srce, s tem pa izraža odkritost svojih besed. Vse to deluje povsem spontano in ustvari občutek avtentičnosti. Obama s tovrstno učinkovito telesno govorico ustvarja izredno močan in dober prvi ter vsak naslednji vtis.

#### **5.4.8 Nenavadna življenjska zgodba**

Čeprav življenjska zgodba ne spada neposredno v kontekst retorike, je vsekakor močno povezana z uspehom njegove politike. Glavne težave Obame ob političnem vzponu so bile njegova rasa, njegovo ime in dejstvo, da njegov oče prihaja iz države v razvoju in je nekoč živel v baraki. Glede na zgodovino rase v ZDA bi to ozadje manj spretnemu govorniku predstavljalo precejšnjo oviro, vendar Obama je z izjemnimi retoričnimi tehnikami znal stvari obrniti sebi v prid in z odkritostjo izoblikovati zgodbo o uspehu: "Sem sin temnopoltega Kenijca in belopolte Kansaščanke. /.../ Obiskoval sem nekatere najboljše šole v Ameriki in živel v nekaterih najrevnejših narodih sveta. Poročen sem s temnopolto Američanko, ki v sebi nosi kri sužnjev in suznjelastnikov /.../ dokler bom živ, ne bom nikoli pozabil, da moja zgodba ne bi bila mogoča v nobeni drugi državi na Zemlji." (Leanne 2010, 49)

Obama je tako mnogo govorov začel s pojasnitvijo svojih korenin, težav z imenom in raso, s čimer je pri ljudeh pridobil zaupanje in sproščenost ter občutek intimne povezanosti. Svojo nekonvencionalno zgodbo odraščanja je skozi kampanjo spretno prikazal kot tipično Ameriško zgodbo, ki povezuje milijone.

### **5.5 Retorična analiza govora na večer zmage novembra 2008**

Barack Obama je 4. novembra 2008 v Grant Parku v Chicagu ob politični javno nagovoril zbrano občinstvo. Množica več kot 400.000 ljudi je poskrbela za unikatno vzdušje noči zmage. V govoru se je Obama zahvalil podpornikom, praznoval uspeh izvolitve ter se navezoval na največje probleme in priložnosti naroda.

#### **5.5.1 Vsebinska analiza govora**

Tradicionalno so govori ob zmagi na volitvah zgolj mehanični in formulaični, saj predsedniki v njih najprej izrazijo svojo ponižnost, priznajo svoje nasprotnike, se zahvalijo podpornikom in družini ter za konec omenijo izzive, ki so pred ljudstvom. Govori ne vsebujejo podrobnosti predsednikovega političnega programa.

Obamov 16 minutni govor, ki se je začel točno ob polnoči, je prikazal drugačnost. Uporabljal je vzvišeno retoriko. Dostava sporočila, poudarki, ritem, očesni kontakt in telesna govorica so navdihovali zbrano množico in gledalce pred televizijskimi zasloni. Od preteklih govorov pa se je razlikovala tudi zgradba govora. (Mieder 2009, 97)

Obamov govor na večer izvolitve je bil elokventen, poln odmeva, nanašanj in razmišljanj. Analiza tona kaže, da je bila v ospredju govora medosebna komponenta, ki je delovala v funkciji duhovnega poenotenja publike. Obama je uporabljal svoj značilen jezik, ki je v občinstvu zopet prebudil globok medsebojni odnos in čustva. Vrnil se je k svoji dragi temi, enotnosti. Obama je uspel svoj govor pretvoriti v nacionalno pripoved ter njeno epskost razširil na pretekli in prihodnji ameriški prostor in čas.

Z govorom je Obama skušal ustvariti skupni občutek zgodovine, v kateri posamezniki z osebno požrtvovalnostjo dosegajo višje cilje in željo biti del nečesa velikega. Obama se v govoru nanaša predvsem na Ameriko (kot močna beseda v ZDA) in Ameriške Sanje, katere odzvanjajo govor Martina Luthra Kinga. Posebej beseda "USA" izjemno dobro deluje pri ameriškem občinstvu, saj vzbuja močna patriotska občutja in navdušenje. Opominja, da vsa pretekla dejanja in dosežki dajejo novo upanje za prihodnost.

V govoru omenja številne zgodovinske dogodke, vendar velik del posveti zgodovini Afroameričanov, kjer so revščina in boji za preživetje še posebej izraziti. Obama z govorom uspe vključiti vse ljudi, vse Američane, brez delitev. Z govorom sporoča pomembnost posameznikovega dejanja za skupni namen, kar ustvarja močan občutek pripadnosti.

Govor vsebuje navezavo na Lincolnova govora ob zaprisegi in duh Kingovih besed. V grobem ga lahko razdelimo na proslavo, zahvalo, izvor, izzive, zgodovino in upanje. Zanimivo je, da se vsak del govora konča s kratkim stavkom, ki pri občinstvu vzbudi čustva:

-Začetni del "proslava":

*We are, and always will be, the United States of America.*

-Del "zahvale":

*It belongs to you.*

-Del "izvora" ('I was never the likeliest candidate for this office...')

*This is your victory.*

-Del "izziva" ('And I know you didn't do this just to win an election...')

*I promise you, we as a people will get there.*

-Del "zgodovine" ('There will be setbacks and false starts...')

*And I will be your president too.*

-Del "upanja" ('This election had many firsts...')

*Yes we can.*

Retorično gledano je govor skušal zaceliti vse rane z združenjem celega naroda. Da njegova politika vključuje vse državljane ZDA in raznolike segmente enakovredno obravnava, je poudaril z naslavljanjem: "Young and old, rich and poor, Democrat and

Republican, black, white, /.../, gay, straight, disabled and not disabled...". Nato je omenjal mnoge majhne kotičke države z besedami "the back yards of Des Moines, the living rooms of Concord", s čimer je zopet povezal ljudi in končal z govorom iz Gettysburga: "From the millions of Americans who volunteered, and organized, and proved that, more than two centuries later, a government of the people, by the people and for the people has not perished from this Earth." Potem se je pomikal skozi preteklost in uporabil nekakšen epski element junakinje, stare celo stoletje, ki je tudi tokrat glasovala. Obama je velik del namenil zamišljanju vsega, kar je videla in doživela. Na koncu vsakega zgodovinskega obdobja je tiho in zbrano dejal: "Yes we can". Omenjena fraza sicer sama po sebi nima velikega vpliva, vendar ko jo Obama pripne stavku preteklika, doseženi zgodovini, dokaže, da je tudi v prihodnje vsako dejanje le stvar vztrajnosti in upanja vsakega in vseh.

Obama je v govoru prikazal uporabo etosa, patosa in logosa, ki so dodali k Obamovi kredibilnosti. Močan etos je prikazal z izražanjem ponižnosti ob izvolitvi in pripisovanjem zmage volivcem. Obama se je v govoru npr. večkrat navezal na rasno neenakost in preteklo suženjstvo, kar je pri publiku vzbudilo čustva. Obama je vsekakor uspel vplivati na razum in čustva publike ter črpati njihovo močno energijo, katero je prenesel v samo izvedbo govora.

### **5.5.2 Kratka stilistična analiza**

Obama je v govoru presenetil z marsikatero uporabljeno metaforo, aliteracijo in lastnimi pregovori, predvsem pa je presenetila začetna uporaba "če" stavka, ki je imel tri vprašalne stavke, kar kaže pravilo treh ponovitev: "...who still doubts that America is a place where all things are possible, who still wonders if the dream of our founders is alive in our time, who still questions the power of our democracy".

Poslušalce z izrabo pravih besed in zgodovinskih namigov usmerja skozi čas ter tako prepleta preteklost, splošno sedanost in trenutno sedanost, torej večer zmage. "Tonight" je tudi sicer ponavljajoča tema, ki poudarja vzdušje in pomembnost večera zmage. V prvem odstavku končna beseda "answer" prične trojno ponovitev, ki se nadaljuje na začetku naslednjih treh odstavkov in obljublja rešitev ameriških težav oz. odgovore z vsakim naslednjim odstavkom.

Z besedami "on the arc of history and bend it once more toward the hope of a better day", se naveže na znano Kingovo frazo "the arc of the moral universe is long, but it bends toward justice", pri čemer končni besedi "better day" vzbujata občutek boljše prihodnosti, dobro

počutje in upanje. Ne le da s tem oznanja "ozdravitev" slabih stvari, temveč spominja na svojo politiko spremembe in upanja.

Občinstvo vključuje v govor z besedami "Belongs to you" in "your victory", s čimer oblikuje pripadnost in da ljudem vedeti, da so bili oni menedžerji njegove kampanje ter da je za nadaljnji uspeh potrebna njihova nadaljnja podpora.

Državljanje opozori, da bodo soočeni s težkimi nalogami "task that lies ahead... challenges that tomorrow will bring are the greatest of our lifetime", s katerimi se bodo spopadli skupaj. Aliteracija poveže "celebrate" s "challenge". V govoru uporabi tudi metaforo ceste, ki kaže na dolgo pot pred njimi in omogoča vizualno predstavo poslušalcem. Ko pravi, "we may not get there in one year or even one term, but America...I promise you - we as a people will get there," je beseda "promise" navezava na Kingov zadnji govor v Memphisu.<sup>10</sup>

Poudarja pomembnost trdega dela in skrbi za druge, ki človeka v zameno nagradijo z dobrim počutjem, s tem pa okrepi ideal skupnosti. Uporabi svoj lastni pregovor, "we cannot have a thriving Wall Street while Main Street suffers - in this country, we rise or fall as one nation; as one people", s katerim opozori na potrebo združenega delovanja ter novih dejanj v prihodnje.

Omeni temeljne Ameriške sanje, ki temeljijo na upanju in veri v boljšo prihodnost, ter se naperi proti cinizmu. S "sanjami" konča, kakor je začel ter se navezuje na dr. Kinga. Obamov začetek povezuje sanje z vprašanji, njegove zaključne besede pa povezujejo sanje z odgovori. Zaključna tema je upanje, ki je glavno gonilo njegove politike. Sledi tradicionalni blagoslov, ki spominja na duhovniško dejanje (glej Atkinson 2008; Zelinsky 2008; Wood 2008)

S pomočjo spletnega jezikovnega programa Wordle sem analizirala pojavnost besed v govoru na večer zmage. Spodnja slika tako prikazuje pogostost Obamove uporabe določenih besed. Besede, izpisane z največjo pisavo, so bile največkrat uporabljene, medtem ko so bile najmanjše najbolj redke. Spodnja slika kaže, da je v Obama v govoru največkrat uporabil besede "America", "tonight", "people", "yes", "time", "nation" in "one", ki predstavljajo bistvene poudarke Obamove politike, njihov pomen pa sem poudarila že v zgornji analizi.

---

<sup>10</sup> "And I've seen the promised land. I may not get there with you." Z metaforo vzpona "climb" poudari težavnost problemov, ki so pred njimi. Uporabi trojno ponovitev: "road,...,climb,..., get there".



## 6 ZAKLJUČEK

V preteklosti je bilo mnogo napisanega o ameriških predsednikih, vendar izredno malo o ameriškem predsedništvu in sami komunikacijski ali retorični perspektivi. Večina del o predsedništvu je historičnih ali sodobnih, velik del pa je fokusiranih na določena časovna obdobja ali eminentne politične figure. Preučevanje predsedniške retorike je potrebno in pomembno zato, ker le z analizo retorike "pisarne"<sup>11</sup> lahko najboljše razumemo razmerje predsednika z javnostjo v preteklosti in sodobnosti, razberemo njegov retorični način vladanja narodu ter njegovo videnje predsedniške vloge.

Skozi diplomsko nalogo sem analizirala predsedniško retoriko trenutnega ameriškega predsednika Baracka Obame. Pričakovanja do Obame so bila zaradi njegove pojave in retorike velika. Mnogi so mu pripisovali nadčloveške zmogljivosti in kot se je izrazil ameriški publicist Michael Benson, so mnogi pričakovali, da bo Obama "hodil po vodi". (Kellor 2009, 7) A Obami je po dolgih desetletjih obrabljene in puste retorike vsekakor uspelo ponovno združiti predsedniški diskurz s pravo, izrazito mislijo.

Obamov diskurz, označen kot navdušujoč in elokventen, vsebuje namen in vizijo. Preko predstavitve sporočila nas uči o povezanosti vsebine in stila za povečanje učinkovitosti in vpliva komuniciranja. Obama zna z retoriko združiti ljudi navkljub njihovim razlikam. Sposobnost združevanja ljudi, grajenja prijateljstev in promocije občutka skupnih ciljev pa je vitalnega pomena za vsakega uspešnega voditelja.

Z osrednjim delom naloge sem želela preveriti veljavnost v začetku zastavljenih hipotez. Lahko zaključim, da sta bili prek analize obe prvotni hipotezi potrjeni. Prva hipoteza se je glasila: *Govori predsednika Obame temeljijo na retorični konstrukciji odnosa z občinstvom.* Obama je s svojimi leti izkušenj opazovanja pridigarjev in številnih političnih figur ugotovil, da "verniki" ne sledijo, če imajo občutek, da vodja nanje gleda zviška. Poslušalcem vedno pove svojo zgodbo in svoje videnje skupne ameriške zgodbe. Obama z uporabo poudarjanja skupne zgodovine, deljenih izkušenj, sanj in vrednot, prek močnih retoričnih figur (trikolon, metafore) pri poslušalcu vzbuja prepoznavanje in poistovetenje ter s tem občutek pristnega odnosa. Ko jim Obama zaupa svojo zgodbo o odraščanju in svoje osebne pripetljaje, jih spusti v svojo intimo in se prikaže kot povsem navaden človek, s katerim se lahko povežejo. Retorična konstrukcija odnosa z občinstvom nastopi tudi tedaj, ko se Obama občinstvu zahvaljuje za prisotnost, poudarja hvaležnost za njihovo udeležbo na volitvah in podeljeno

---

<sup>11</sup> "Office" – Bela Hiša

zmago. Zmage na volitvah si ne lasti, temveč jo pripisuje vsem volivcem. Poslušalci se zato počutijo pomemben del njegove politike, vezni člen zmage in s tem zaslužni za njegovo prisotnost na odru.

Druga hipoteza je bila sledeča: *Predsednik Barack Obama svoje občinstvo prepričuje predvsem prek etosa*. Obama je izredno močan moralni karakter, ki zna v vseh javnih nagovorih z besedami skonstruirati pozitivno podobo o sebi. Da Obama svoje občinstvo prepričuje predvsem prek etosa, se je pokazalo v predsedniški tekmi, ko je od preostalih kandidatov izstopal ravno po preudarnosti, prikazu redko videlih vrednot in z osebnostjo osvajal množice ljudi širom sveta. Obama z zgodbami o pomembnosti trdega dela, spoštovanja ljudi, nesebičnosti in odgovornega vedenja prikazuje lastne karakteristike, katerim občinstvo verjame in zaupa. Obama svoje vrline dokazuje prek dejanj (npr. pomoč domači skupnosti), a do svojih dosežkov in sposobnosti ostaja skromen. Obamovi retoriki je na "besedo" pisano eno izmed širših pojmovanj retorike prepričevanja po Kennethu Burku, v katerem pravi, da "človeka prepričaš le do mere, do katere lahko govoriš njegov jezik, njegove kretnje, ton, red, podobo, obnašanje, idejo in identificiraš svoje načine z njegovimi." (Foss in drugi 2002, 192) Obama je zaradi svojih vrlin in vrednot, ki jih posreduje s pomočjo retorike, postal del množice, v kateri je deležen visokega zaupanja in podpore.

Raziskovanje področja predsedniške retorike in govorniškega sloga Baracka Obame pušča odprtih še mnogo zanimivih vidikov, ki že presegajo okvire te diplomske naloge. V prihodnje bi bilo zagotovo pomembno in izredno zanimivo preučiti vpliv Obamove predsedniške retorike na medijsko agendo in volitvene odločitve javnosti. Koliko so k Obamovi zmagi prispevale njegove retorične sposobnosti in koliko sam politični program? Vprašanje o dejanski moči Obamovih besed se postavlja že od začetka njegovega nastopa predsedniške funkcije, odgovor nanj pa bomo dobili šele po zaključku njegovega predsedovanja, ki bo prispeval novo in še konkretnjšo raziskovalno literaturo.



## 7 LITERATURA

Aristoteles. 1994. *The "Art" of Rhetoric*. Cambridge [etc.]: Harvard University Press.

Atkinson, Max. 2008. *Rhetoric & imagery in Obama's victory speech*. Dostopno prek: <http://maxatkinson.blogspot.com/2008/11/rhetoric-imagery-in-obamas-victory.html> (2. september 2010).

Aune, James Arnt in Martin J. Medhurst. 2008. *The prospect of presidential rhetoric*. Texas: A&M University Press.

Beard, Adrian. 2000. *The language of politics*. London, New York : Routledge.

Benoit, W. L. 2001. The functional approach to presidential television spots: Acclaiming, attacking, and defending 1952-2000. *Communication Studies* 52 (3): 109-126.

Chilton, Paul. 2004. *Analysing political discourse: theory and practice*. London, New York: Routledge.

Coe, Kevin in Michael Reitzes. 2010. Obama on the Stump: Features and Determinants of a Rhetorical Approach. *Presidential Studies Quarterly* 40 (3): 391- 414. Dostopno prek: <http://proquest.umi.com.nukweb.nuk.uni-lj.si/pqdweb?did=2098792391&Fmt=3&clientId=16601&RQT=309&VName=PQD> (2. september 2010).

Corbett, Edward P. J. in Robert J. Connors. 1999. *Classical rhetoric for the modern student*. New York: Oxford University Press.

Crowley, Sharon. 1994. *Ancient Rhetoric for Contemporary Students*. New York: Macmillan College Publishing.

Denton, Robert E. in Dan F. Hahn. 1986. *Presidential communication: description and analysis*. New York: Praeger.

Dorsey, Leroy. 2008. *The presidency and rhetorical leadership*. Texas: A&M University Press.

Ellis, Richard J. 1998. *Speaking to the people: the rhetorical presidency in historical perspective*. Amherst: University of Massachusetts Press.

Ferfila, Bogomil in Marta Kos. 2002. *Politično komuniciranje*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Foss, Sonja K, Karen A. Foss in Robert Trapp. 2002. *Contemporary perspectives on rhetoric*. Prospect Heights (Ill.) : Waveland.

Hart, Roderick P. 1987. *The sound of leadership: presidential communication in the modern age*. Chicago: The University of Chicago Press.

Keller, Bill in Jill Abramson. 2009. *Obama: zgodovinska pot*. Ljubljana: Sanje.

Kennedy, George A. 2001. *Klasična retorika ter njena krščanska in posvetna tradicija od antike do sodobnosti*. Ljubljana: Založba ZRC.

Kiewe, Amos. 1994. *The modern presidency and crisis rhetoric*. Westport (Conn.), London: Praeger.

Leanne, Shel. 2010. *Say It Like Obama: The Power of Speaking with Purpose and Vision*. New York: McGraw-Hill.

Lim, Elvin T. 2002. Five Trends in Presidential Rhetoric: An Analysis of Rhetoric from George Washington to Bill Clinton. *Presidential Studies Quarterly* 32 (2): 328-366. Dostopno prek: <http://www.jstor.org/stable/27552390> (2. september 2010).

Lucaites, John Louis. 1999. *Contemporary rhetorical theory: a reader*. New York, London Guilford.

- Lunsford, Andrea A. 2009. *The Sage handbook of rhetorical studies*. Los Angeles: Sage.
- Majone, Giandomenico. 1989. *Evidence, argument and persuasion in the policy process*. New Haven, London: Yale University Press.
- Medhurst, Martin. 1996. *Beyond the rhetorical presidency*. College Station: Texas A & M University Press.
- Mieder, Wolfgang. 2009. *"Yes We Can": Barack Obama's Proverbial Rhetoric*. New York: Lang Publishing.
- Obama, Barack. 2008a. *Pogum za upanje: misli o obnovi ameriškega sna*. Ljubljana: Sanje.
- 2008b. *Election night victory speech*. Dostopno prek: [http://www.barackobama.com/2008/11/04/remarks\\_of\\_presidencialelect\\_bara.php](http://www.barackobama.com/2008/11/04/remarks_of_presidencialelect_bara.php) (2. september 2010).
- Obama, Barack. 2009. *Words That Changed A Nation: The Most Celebrated and Influential Speeches of Barack Obama*. US: Beacon Hill.
- Plemenitaš, Katja. 2008a. How to be presidential : an analysis of Barack Obama's speech on race. *Maribor international review* 1 (1): 64-70. Dostopno prek: [http://events.ff.uni-mb.si/mir/files/2008/Plemenitas\\_presidential.pdf](http://events.ff.uni-mb.si/mir/files/2008/Plemenitas_presidential.pdf) (2. september 2010).
- 2008b. Some aspects of the development of american presidential rhetoric. *Studia Historica Slovnic* 8 (1): 215-228.
- Ponton, Douglas. 2007. *Talking us round: linguistic aspects of persuasive political rhetoric*. S. l.: D. Ponton.
- Russel, Henry. 2009. *The politics of hope: the words of Barack Obama*. Sydney: New Holland.

Sloane, Thomas O. 2001. *Encyclopedia of rhetoric*. Oxford, New York: Oxford University Press.

Stuckey, Mary E. 1992. Anecdotes and Conversations: The Narrational and Dialogic Styles of Modern Presidential Communication. *Communication Quarterly* 40 (1): 45-55. Dostopno prek: <http://www.informaworld.com/smpp/content~content=a911542203&db=all> (2. september 2010).

Škerlep, Andrej. 2009. *Interno gradivo*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Tulis, Jeffrey K. 1987. *The Rhetorical Presidency*. Princeton (N.J.): Princeton University Press.

Vreg, France. 2000. *Politično komuniciranje in prepričevanje: komunikacijska strategija, diskurzi, prepričevalni modeli, propaganda, politični marketing, volilna kampanja*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Windt, Theodore Otto Jr. 1984. *Presidential rhetoric: Definition of a Field of Study*. Dostopno prek: <http://www.jstor.org/pss/27550314> (2. september 2010).

Wood, James. 2008. *Victory speech*. Dostopno prek: [http://www.newyorker.com/talk/2008/11/17/081117ta\\_talk\\_wood#ixzz0sK4mdPrR](http://www.newyorker.com/talk/2008/11/17/081117ta_talk_wood#ixzz0sK4mdPrR) (2. september 2010).

Zarefsky, David. 2004. Presidential Rhetoric and the Power of Definition. *Presidential Studies Quarterly* 34 (3): 607-619. Dostopno prek: [http://chantrill.net/Zarefsky\\_Presidential\\_Definition.pdf](http://chantrill.net/Zarefsky_Presidential_Definition.pdf) (2. september 2010).

Zelinsky, Aaron. 2008. *What We Will Remember: Obama's Victory Speech and McCain's Concession*. Dostopno prek: [http://www.huffingtonpost.com/aaron-zelinsky/what-we-will-remember-oba\\_b\\_141397.html](http://www.huffingtonpost.com/aaron-zelinsky/what-we-will-remember-oba_b_141397.html) (2. september 2010).

## **PRILOGE**

### **PRILOGA A: TRANSKRIPCIJA GOVORA AMERIŠKEGA PRESEDNIKA BARACKA OBAME NA VEČER ZMAGE NA VOLITVAH 5. NOVEMBRA 2008**

If there is anyone out there who still doubts that America is a place where all things are possible; who still wonders if the dream of our founders is alive in our time; who still questions the power of our democracy, tonight is your answer.

It's the answer told by lines that stretched around schools and churches in numbers this nation has never seen; by people who waited three hours and four hours, many for the very first time in their lives, because they believed that this time must be different; that their voice could be that difference.

It's the answer spoken by young and old, rich and poor, Democrat and Republican, black, white, Latino, Asian, Native American, gay, straight, disabled and not disabled - Americans who sent a message to the world that we have never been a collection of Red States and Blue States: we are, and always will be, the United States of America.

It's the answer that led those who have been told for so long by so many to be cynical, and fearful, and doubtful of what we can achieve to put their hands on the arc of history and bend it once more toward the hope of a better day.

It's been a long time coming, but tonight, because of what we did on this day, in this election, at this defining moment, change has come to America.

I just received a very gracious call from Senator McCain. He fought long and hard in this campaign, and he's fought even longer and harder for the country he loves. He has endured sacrifices for America that most of us cannot begin to imagine, and we are better off for the service rendered by this brave and selfless leader. I congratulate him and Governor Palin for all they have achieved, and I look forward to working with them to renew this nation's promise in the months ahead.

I want to thank my partner in this journey, a man who campaigned from his heart and spoke for the men and women he grew up with on the streets of Scranton and rode with on that train home to Delaware, the Vice President-elect of the United States, Joe Biden.

I would not be standing here tonight without the unyielding support of my best friend for the last sixteen years, the rock of our family and the love of my life, our nation's next First Lady, Michelle Obama. Sasha and Malia, I love you both so much, and you have earned the new puppy that's coming with us to the White House. And while she's no longer with us, I know

my grandmother is watching, along with the family that made me who I am. I miss them tonight, and know that my debt to them is beyond measure.

To my campaign manager David Plouffe, my chief strategist David Axelrod, and the best campaign team ever assembled in the history of politics - you made this happen, and I am forever grateful for what you've sacrificed to get it done.

But above all, I will never forget who this victory truly belongs to - it belongs to you.

I was never the likeliest candidate for this office. We didn't start with much money or many endorsements. Our campaign was not hatched in the halls of Washington - it began in the backyards of Des Moines and the living rooms of Concord and the front porches of Charleston.

It was built by working men and women who dug into what little savings they had to give five dollars and ten dollars and twenty dollars to this cause. It grew strength from the young people who rejected the myth of their generation's apathy; who left their homes and their families for jobs that offered little pay and less sleep; from the not-so-young people who braved the bitter cold and scorching heat to knock on the doors of perfect strangers; from the millions of Americans who volunteered, and organized, and proved that more than two centuries later, a government of the people, by the people and for the people has not perished from this Earth. This is your victory.

I know you didn't do this just to win an election and I know you didn't do it for me. You did it because you understand the enormity of the task that lies ahead. For even as we celebrate tonight, we know the challenges that tomorrow will bring are the greatest of our lifetime - two wars, a planet in peril, the worst financial crisis in a century. Even as we stand here tonight, we know there are brave Americans waking up in the deserts of Iraq and the mountains of Afghanistan to risk their lives for us. There are mothers and fathers who will lie awake after their children fall asleep and wonder how they'll make the mortgage, or pay their doctor's bills, or save enough for college. There is new energy to harness and new jobs to be created; new schools to build and threats to meet and alliances to repair.

The road ahead will be long. Our climb will be steep. We may not get there in one year or even one term, but America - I have never been more hopeful than I am tonight that we will get there. I promise you - we as a people will get there.

There will be setbacks and false starts. There are many who won't agree with every decision or policy I make as President, and we know that government can't solve every problem. But I will always be honest with you about the challenges we face. I will listen to you, especially when we disagree. And above all, I will ask you join in the work of remaking this nation the only way it's been done in America for two-hundred and twenty-one years - block by block, brick by brick, calloused hand by calloused hand.

What began twenty-one months ago in the depths of winter must not end on this autumn night. This victory alone is not the change we seek - it is only the chance for us to make that change. And that cannot happen if we go back to the way things were. It cannot happen without you.

So let us summon a new spirit of patriotism; of service and responsibility where each of us resolves to pitch in and work harder and look after not only ourselves, but each other. Let us remember that if this financial crisis taught us anything, it's that we cannot have a thriving Wall Street while Main Street suffers - in this country, we rise or fall as one nation; as one people.

Let us resist the temptation to fall back on the same partisanship and pettiness and immaturity that has poisoned our politics for so long. Let us remember that it was a man from this state who first carried the banner of the Republican Party to the White House - a party founded on the values of self-reliance, individual liberty, and national unity. Those are values we all share, and while the Democratic Party has won a great victory tonight, we do so with a measure of humility and determination to heal the divides that have held back our progress. As Lincoln said to a nation far more divided than ours, "We are not enemies, but friends... though passion may have strained it must not break our bonds of affection." And to those Americans whose support I have yet to earn - I may not have won your vote, but I hear your voices, I need your help, and I will be your President too.

And to all those watching tonight from beyond our shores, from parliaments and palaces to those who are huddled around radios in the forgotten corners of our world - our stories are singular, but our destiny is shared, and a new dawn of American leadership is at hand. To those who would tear this world down - we will defeat you. To those who seek peace and security - we support you. And to all those who have wondered if America's beacon still burns as bright - tonight we proved once more that the true strength of our nation comes not from our might of our arms or the scale of our wealth, but from the enduring power of our ideals: democracy, liberty, opportunity, and unyielding hope.

For that is the true genius of America - that America can change. Our union can be perfected. And what we have already achieved gives us hope for what we can and must achieve tomorrow.

This election had many firsts and many stories that will be told for generations. But one that's on my mind tonight is about a woman who cast her ballot in Atlanta. She's a lot like the millions of others who stood in line to make their voice heard in this election except for one thing - Ann Nixon Cooper is 106 years old.

She was born just a generation past slavery; a time when there were no cars on the road or planes in the sky; when someone like her couldn't vote for two reasons - because she was a woman and because of the color of her skin.

And tonight, I think about all that she's seen throughout her century in America - the heartache and the hope; the struggle and the progress; the times we were told that we can't, and the people who pressed on with that American creed: Yes we can.

At a time when women's voices were silenced and their hopes dismissed, she lived to see them stand up and speak out and reach for the ballot. Yes we can.

When there was despair in the dust bowl and depression across the land, she saw a nation conquer fear itself with a New Deal, new jobs and a new sense of common purpose. Yes we can.

When the bombs fell on our harbor and tyranny threatened the world, she was there to witness a generation rise to greatness and a democracy was saved. Yes we can.

She was there for the buses in Montgomery, the hoses in Birmingham, a bridge in Selma, and a preacher from Atlanta who told a people that "We Shall Overcome." Yes we can.

A man touched down on the moon, a wall came down in Berlin, a world was connected by our own science and imagination. And this year, in this election, she touched her finger to a screen, and cast her vote, because after 106 years in America, through the best of times and the darkest of hours, she knows how America can change. Yes we can.

America, we have come so far. We have seen so much. But there is so much more to do. So tonight, let us ask ourselves - if our children should live to see the next century; if my daughters should be so lucky to live as long as Ann Nixon Cooper, what change will they see? What progress will we have made?

This is our chance to answer that call. This is our moment. This is our time - to put our people back to work and open doors of opportunity for our kids; to restore prosperity and promote the cause of peace; to reclaim the American Dream and reaffirm that fundamental truth - that out of many, we are one; that while we breathe, we hope, and where we are met with cynicism, and doubt, and those who tell us that we can't, we will respond with that timeless creed that sums up the spirit of a people:

Yes We Can. Thank you, God bless you, and may God Bless the United States of America.  
(Obama 2009, 93-100)