

Pölcz Ádám

---

# Hogyan készüljünk a Kossuth- szónokversenyre?

Elméleti és módszertani útmutató

*„A dialektika igen kevés tanulót foglalkoztat.”*  
(Varro)

## Absztrakt

A jelen tanulmánnyal az a célunk, hogy bemutassuk a megújult Kossuth-szónokverseny új műfajait és elméleti, valamint gyakorlati tanácsokat adjunk a versenyre készülőknél a retorikai jelenlét megteremtéséhez. A tanulmányban röviden áttekintjük a szónokverseny történetét, megújulásának elvi alapjait, foglalkozunk a retorika klasszikus és modern értelmezésével, valamint a vitakultúra fontosságát is hangsúlyozzuk. Az új műfajok (online videó, vita) elméleti hátterével részletesebben is foglalkozunk.

**Kulcsszavak:** szónokverseny, közösségimédia-platform, jelenlét, retorika, dialektika

10.56044/UA.2022.2.4

## 1. Bevezetés – A Kossuth-szónokversenyről

A retorika művészete igazán csak a 90-es években érkezett meg (újra) Magyarországra. Előtte, a szocializmus idején is voltak ugyan jó törekvések a retorikáról való gondolkodásra (pl. Fischer 1966, 1973; Deme 1974), de ezek – főként a politikai környezet miatt – nem tudtak igazából kibontakozni. Más törekvések (pl. Hernádi 1976) főként a beszédművelés, a hangzó beszéd kultúrájának fontosságát emelték ki, amely szintén fontos része a retorikának, de nem a teljes rendszere.

A 18-19. században, de még a 20. század első felében is megtalálható a klasszikus retorika hagyománya Magyarországon (Adamik et al. 2005, 210–241), az 1950-es évektől azonban teljesen eltűnik az iskolai tantervekből. Hatalmas, mintegy fél évszázados űrt kellett tehát áthidalni a rendszerváltás után: ennek a munkának egyik iránymutató törekvése a Kossuth-szónokverseny, amelyet Adamikné Jászó Anna, az ELTE Tanárképző Főiskolai Karának akkori tanszékvezetője alapított 1999-ben. A versenyhez hasonló megmérettetés létezett ugyan korábban (ilyen például a középiskolásoknak 1973 óta megrendezett sátoralja-új helyi Édes anyanyelvünk nyelvhasználati verseny), de a szónokverseny egyetemi-főiskolai szinten igazi nóvumnak számított (Aczél 1999, 397). A verseny célja mind a mai napig az, hogy a magyar nyelvű anyanyelvhasználat és beszédkultúra ápolására, fejlesztésére, és nem utolsósorban a retorikáról való közös gondolkodásra hívja fel a résztvevőket. 2022-től pedig már a vitakultúra fontosságára is hangsúlyt fektetnek a szervezők.

A következőkben néhány szempontot, hasznos tudnivalót és elméleti alapot közlünk azoknak, akik a verseny iránt érdeklődnek és a retorika tudományának gyakorlatában is szeretnének elmélyedni.

## 2. A retorika céljairól, a szónok szerepéről és a jelenlétről

„A retorika a dialektika párja.” Ezt a tételmondatot Arisztotelész fogalmazta meg az első rendszeres, tudományos igényű retorikai munkában, a *Rétorikában* (Arisztotelész 1999, 1354a). A mondat jelentése pedig ez: az ékesszólás tudománya párba állítható a helyes vitatkozás tudományával. A retorika és a dialektika – a grammatikával együtt – része volt a hét szabad művészet (septem

artes liberales) triviumának is. A trivium mindhárom tárgyának anyaga ugyanaz: a nyelv, de „mindegyik más céllal vizsgálja és működteti azt, a nyelvtan a helyes írás és beszéd, a dialektika a logikailag helyes vitatkozás, a retorika a jó, hatékony beszélés szempontjából” (Adamik 2010: 1069). Varro szerint „a dialektika és a retorika olyan, mint az ember ökölbe szorított keze és kitárt tenyere, az előbbi leszűkíti a szavakat, az utóbbi kibővíti. A dialektika erősebben törekszik a dolgok megvitatására, a retorika ékesszólóbb abban, amiről tájékoztatni akar. [...] A dialektika igen kevés tanulót foglalkoztat, ez [a retorika – P. Á.] sokakat és tömegesen” (Adamik 2010, 1070).

Arról, hogy a retorika milyen sokféle értelmezést kapott az évszázadok folyamán, és hogyan értelmezzük át ma is folyamatosan, egész könyvtárnyi szakirodalom áll rendelkezésünkre. Egy szónokverseny szempontjából azonban kiemelendő az a három alapvető tényező, amely az ókor óta meghatározza a retorika működését: a szónok személye (éthosz), a hallgatóság összetétele (pathosz) és az üzenet (logosz). Az éthosz a szónok hitelességét, személyének megítélését jelenti, a pathosz a hallgatóság érzelmeire és előzetes tudására való alapozást, a logosz pedig a megfelelő érveket foglalja magába – vagyis a szónok hallgatók értelméhez, erkölcsi értékrendjéhez és érzelmeihez egyaránt kell, hogy szóljon (Adamikné Jászó 2010, 159). Ez a hármas is Arisztotelész nevéhez fűződik, aki így fogalmazott: „A beszéd három dologból tevődik össze: a beszédből, amiről beszél és akihez beszél; a beszéd célja az utóbbira irányul, azaz a hallgatóra” (1999, 1358b).

A retorika kulcsszereplője tehát a hallgatóság – nem jó szónok az, aki erről elfeledkezik, és nem ennek megfelelően érvel. Az érvelés célja ugyanis az, hogy „előidézzük vagy megerősítsük egy adott hallgatóság egyetértését azokkal a tételekkel kapcsolatban, amelyeket beleegyezésük megnyerése érdekében terjesztünk elő”. Ez pedig „sosem a semmiből lesz, hanem feltételezi a lelkek összekapcsolódását a szónok és hallgatósága között: egy beszédet meg kell hallgatni, egy könyvet el kell olvasni, mert enélkül nincs hatása” (Perelman 1977/2018: 24). A hallgatóságra való odafigyelés azért is fontos, mert a szónok a pathosra való tekintettel tudja mondandóját (és voltaképpen saját magát is) jelenlévővé tenni: a megválasztott stílusnak is érvelő szerepe van (nem adekvát, a helyzethez és a közönséghez nem igazodó stílusban nem lehetséges megfelelő hatást elérni), de a kiválasztott érvek is szelektív alapon működnek: minden érvelés szelektív, hiszen a szónoknak igazodnia kell a hallgatóság cselekedeteihez, meggyőződéseihez, mivel a közönsége ezeket tartja valós létezőknek és

kapaszkodóknak (összegzi Major 2022, 152). A jelenlét megteremtésének eszköze lehet például – iskolai környezetben – a kortárs magyar könnyűzenei szövegek tanórai bemutatása és feldolgozása (Tóth 2020), vagy reklámszövegek retorikai elemzése is (Lózsai 2020).

A klasszikus retorika rendszerével (a szónok feladatai, a szónoki beszéd részei, a beszédfajták) itt most részletesen nem foglalkozunk, ezekről számos összefoglaló munka született az elmúlt évtizedekben (vö. pl. Adamik et al. 2005; Adamikné Jászó 2013).

### 3. Szónoklatok a versenyen, felkészülés

A Kossuth-szónokverseny 2022-ben teljesen megújult: a szervezők megméretetést háromfordulósra bővítették és a 21. századi követelményekhez igazították. Az új keretek között jóval nagyobb lehetőségük adódik a résztvevőknek képességeik bemutatására – a szónoki jelenlét megteremtésében is, hiszen az online és személyesen is lehetőségük van bizonyítani. A versenyzői képességek három retorikai szituációban<sup>1</sup> mutakozhatnak meg: a versenyre egy, a közösségi médiaplatformok valamelyikére (TikTok vagy YouTube) feltöltendő, legfeljebb 60 másodperces videóval nevezhetnek az érdeklődők. A szakmai zsűri a videók alapján legfeljebb 30 főt juttat a második fordulóra, amely már jelenlétben zajlik, és ahol egy előre elkészített, legfeljebb háromperces szónoklatot kell fejből előadni a résztvevőknek. A legjobb szónoklók közül kerül ki végül az a hat versenyző, akik vitában is összemérhetik a tudásukat.

A következőkben az egyes fordulókhoz adunk néhány praktikus tanácsot.

#### a. Az online forduló – TikTok- vagy liftbeszéd

A 21. században a rövid és tömör üzenetek megfogalmazása került előtérbe. A Kossuth-szónokverseny online fordulóját az ún. liftbeszéd (elevator speech) műfaja és a TikTok közösségimédia-platform rövidsége és figyelemfelkeltésre törekvő tartalmi inspirálták. A rövid – olykor nem is elsősorban a szóbeliségre építő – videók népszerűek, „nagyot mennek” a közösségi médiában, mert sokszor aktuális társadalmi kérdésekben fejtik ki a véleményüket az influenszerek. A véleménykifejtés történhet direkt módon, szöveges véleményvi-

---

<sup>1</sup> A retorikai szituáció részletes fogalmáról lásd Adamikné Jászó 2013, 75–77.

deók formájában, vagy kvázi indirekt, kreatív módon: szituációs helyzetekben, humoros, képileg is megkomponált tartalmakkal. A szónokverseny szervezői elsősorban az első típusú videókra várnak kísérleteket, hiszen a cél a szóbeliség erejének megmutatása – egy liftbeszédszerű, rövid, de velős üzenet megfogalmazásával.

A liftbeszéd műfaja sokaknak ismerős lehet: lényege, hogy 30-60 másodperc áll a jelölt rendelkezésére ahhoz, hogy meggyőzze a partnerét (legyen az értékesítési vezető, vállalati felsővezető, tanár, oktató, munkahelyi felettes stb.), hogy elfogadja az álláspontját, neki adjon igazat, neki adja az állást, előléptesse és így tovább. Mindez tömör, figyelemfelkeltő, de a helyzethez illő formában történhet meg, alapos felkészülés és rutinszerzés után (vö. Weidinger 2015, DrPrezi). A 60 másodperces érvelés kulcsfogalmai a következők lehetnek (vö. DrPrezi weboldala):

- a figyelem megragadása
- az üzenetek átadása
- emlékeztető hagyása

Nézzünk egy példát!

A jelen sorok íróját a Petőfi rádió 2022. október 19-i reggeli műsorában (*Petőfivel a reggel!*) hívták ki egy 60 másodperces liftbeszéd-megmértetésre a következő témában: A közösségi média javította az emberi kommunikációt – pro vagy kontra. A szöveget a rádióműsor alapján lejegyeztük és most némileg szerkesztett formában, egy rövid elemzés kíséretében közreadjuk.

*Ha az emberi kommunikációt úgy közelítjük meg, mint az egymásra való odafigyelésnek egy lehetséges terepét, akkor – úgy gondolom – a közösségi média nem javította az emberi kommunikációt. Nyilván összefügg ez a dolog az okoseszközök használatával is, hiszen a közösségi médiát alapvetően az okoseszközeinken használjuk. Rengeteg platformot használunk, eleve több közösségi oldal létezik, az ember már abban is hajlamos elveszni, hogy éppen melyiken kommunikál. És hát nyilván, ha a telefonunkba vagyunk mélyedve, vagy mondjuk a számítógépünkön kommunikálunk, akkor eléggé zavaró lehet, ha a külvilágból érkezik valamilyen inger. Emiatt a személyes kommunikáció sérül. Saját példámon tudom bemutatni, hogy mindig, amikor barátaimmal, osztálytársaimmal beszélgettem mondjuk cseten, akkor rettenetesen idegesített, hogy a buszon vagy otthon a szobámban bárki személyesen megszólított, hogy adjam át a helyemet, vagy moso-*

*gassak el stb. Tehát úgy gondolom, hogy az egymásra való odafigyelést ilyen formában nem segíti a közösségi média.*

A beszéd rövid elemzése a liftbeszéd szempontjai alapján a következő lehet:

szempont	szövegbeli megjelenés	tevékenység
a figyelem megragadása	a kommunikáció mint az egymásra odafigyelés terepe; a közösségi média nem javította az emberi kommunikációt	a fogalom átkeretezése (kommunikáció mint odafigyelés), az álláspont rögzítése a beszéd elején
az üzenetek átadása	a közösségi média az okoseszközökhöz kapcsolódik; több közösségi oldal létezik; a személyes – egymás közötti – kommunikáció sérül, de a saját platformjainkon is hajlamosak vagyunk elveszni; saját példa bemutatása	tényközlés tapasztalatok, megfigyelések, vélemények alapján; hétköznapi problémák, konfliktusok említése, az ügy személyessé tétele példával
emlékeztető	egymásra való odafigyelés, az álláspont megismétlése	az átkeretezés megerősítése, az álláspont változatlanságának megerősítése

**1. táblázat. A beszéd rövid elemzése a liftbeszéd szempontjai alapján**

A táblázatból látható, hogy a rövid szónoklat ereje, a szónoki jelenlét megteremtése abban áll, hogy a megszólaló a figyelmet a kulcsfogalom (kommunikáció) átkeretezésével ragadja meg, ezáltal a téma sajátos nézőpontot kap. Ezenkívül a megszólaló hétköznapi, személyes példák és konfliktusok említésével tartja fent a figyelmet, majd megerősíti az átkeretezést és a saját álláspontját ez alapján mozdíthatatlannak állítja be. A szöveg alkalmas arra is, hogy reflektálva rá ellentétes álláspontot is kifejtсен valaki. A rövidség is lehet tehát informatív, sőt megszólalásra inspiráló, hiszen az ereje pont abból adódik, hogy nincsen lehetőség a téma többirányú körbejárására, ezért az egyes témákban megszólalók maguk rakhatják össze a „teljes” képet: számos megközelítés, súlypont és érrendszer válik ezzel láthatóvá. Az online forduló rövid beszédeinek előnye még

az aszinkronitás: videós anyag lévén többször lehet próbálkozni a felvétel elkészítésével, így a versenyző végül az általa (és/vagy a felkészítője által) legjobbnak ítélt anyagot küldheti be nevezésként. Fontos azonban, hogy a videó nem lehet vágott, szerkesztett anyag: a 60 másodperces szöveget egyben kell fölvenni. Érdekességként álljanak itt a 2022. évi szónokverseny online fordulójának témái, amelyekre a nevezést beküldők 60 másodperces videókat készítettek:

- A közösségi média javította az emberi kommunikációt – pró vagy kontra.
- Szerinted ki számít ma hírességnek?
- Szelektív hulladékgyűjtés – hatékony-e a jelenlegi formájában?
- Tényleg létezik barátság férfi és nő között?
- Ha okoseszközzel fizetsz, jobban szórod a pénzt?

A rövidség nem ismeretlen a klasszikus retorikában sem: évszázadokkal ezelőtt is erénynek tekintették, ha valaki lényegre törően, csak a legfontosabb pontokat kiemelve tudta átadni a gondolatait. A rövidségre vonatkozó szócikket Adamikné Jászó Anna *Stilisztikai kistszótár*ából idézzük (2019, 165–166):

„**Rövidség** (latin *brevitas*). A szerkesztéssel (diszpozíció) kapcsolatos gondolatalkalmazat. »Az elbeszélésben három követelménynek kell meglennie: a rövidségnek, a világosságnak és a valóságosságúnak. [...] Úgy tudjuk röviden előadni az ügyet, ha onnan kezdjük, ahonnan szükségesnek látszik, s nem a lelegejétől akarjuk felidézni; ha a részleteket mellőzve, a főbb mozzanatokot mondjuk el; ha nem követjük végig a cselekményt, hanem csak addig, ameddig szükséges; ha mellőzünk minden átmenetet; ha nem kalandozunk el a megkezdett tárgytól; [...] Óvakodjunk attól, hogy kétszer vagy többször elmondjuk ugyanazt;« (Rhetorica ad Herennium I., IX., 14., fordította Adamik Tamás). Tömörségével hat. A humoros szövegeknek is lényegük a rövidség, ezt mindig hangsúlyozzák a retorikák. (Ellentéte a → bőbeszédűség. Az írók sokszor jellemzik műveletlen vagy ravaszkodó szereplőiket azzal, hogy valaminek az elbeszélését Ádámnál-Évánál kezdik.)”

## b. A kötelező beszéd

A szónokverseny második fordulójában az előre elkészített beszédek elmondására kerül sor. Ennek elsődleges célja az, hogy a versenyző az önálló szövegalkotási és előadói képességeit is bemutathassa a zsűrinek és a közönségnek.

A háromperces időkeret arra is lehetőséget biztosít, hogy a választott témát valaki alaposabban, több érvet felsorakoztatva járja körül.

A szervezők tapasztalatai azt mutatják, hogy vannak a mezőnyben ösztönösen jól beszélő emberek, akiknek szinte nincs is szükségük különösebb felkészülésre ahhoz, hogy jó beszédet mondjanak. A következőkben azonban olyan szempontokat szeretnénk ismertetni, amelyek mindenkinek támpontul szolgálhatnak, ha a felkészülés közben elakadna. A kötelező beszédre való felkészülés kapcsán a jelen tanulmány szerzője (Pölcz 2020) adott már támpontokat a szónokverseny résztvevőinek a verseny korábbi műfajai kapcsán. Most ebből a cikkből közöljük a releváns részeket – szükség szerint módosított, megszerkesztett formában.

A Kossuth-szónokverseny kötelező beszédei legfeljebb hárompercesek lehetnek. Az időt a zsűri méri. Ha valakinek lejár az ideje, a megkezdett gondolatot még befejezheti, de újra már nem kezdhet bele. A szabálytalan időtúllépés pontlevonással jár. A szónok feladatai alapján a következő 10 pontban összegezhető egy jó beszéd megszületése:

### Anyaggyűjtés

A javaslatok megfogalmazása során a hagyományos, papíralapú felkészülési technikát említjük, de ezek helyettesíthetők elektronikus eszközökkel: Word-fájllal, hangjegyzettel stb., más jegyzetelési technikákkal (pl. gondolatterkép) is.

1. Vegyünk egy A4-es papírlapot! A lapot érdemes a hosszabbik oldala mentén félbe hajtani, ezáltal két hasábra osztódik. A bal hasábra a beszédreszek legfontosabb érveit, gondolatait, kezdő idézeteit érdemes írni, míg a jobb oldali hasábban lehet részletezni a gondolatmenetet. Ezáltal egy világos, áttekinthető jegyzet jön létre, amely a memorizálásban is segíti a versenyzőt (lásd 8. pont!).

2. Az anyaggyűjtési szakaszban történik a legfontosabb érvek fellelése és rögzítése, ezért minden fontos, felmerülő érvet, gondolatot jegyezzen le a versenyző, mert a sokból még mindig könnyebb kihagyni, mint a kevés mondani-valóból tartalmas gondolatot faragni.

3. A versenyző a felkészülés során főleg saját magára van utalva, de külső segítséget (okos eszközök, felkészítő tanár, könyvek stb.) nyugodtan igénybe vehet, de akár saját kútfőből is dolgozhat.

4. Arra is figyelnie kell a versenyzőnek, hogy kiből áll a közönség, illetve a zsűri meghatározott-e beszédhelyzetet, olyan valós vagy elképzelt közönséget, amelynek a beszédet címezni kell. A megszólítás – ha szükséges – is ehhez



igazodjon! A beszédhelyzetet érdemes már az anyaggyűjtés elején szem előtt tartani.

## Elrendezés

5. Az összegyűjtött anyagból végül csak azokat a tartalmakat hagyjuk szem előtt, amelyeket fel is akarunk használni. A beszédhelyzet ismeretében, a közönség összetételéről döntve, már könnyebb a dolgunk: a felesleges gondolatokat, adatokat húzzuk ki a lapunkról.

6. Ha az érvek sorrendjén szeretnénk változtatni, azt is megtehetjük: egyértelmű jelöléssel (pl. sorszámozással, átnyilazással) tegyük világossá a gondolatok egymásutániségát.

## Stílus, kidolgozás

7. Tulajdonképpen már az érvek összegyűjtése közben dolgozunk a stílus kialakításán is: belső monológgal próbáljuk formába önteni a mondanivalónkat. Így az anyaggyűjtés és a megfogalmazás tulajdonképpen egyszerre történik: ezáltal válhat felkészülés közben világossá az is, hogy mit szükséges elhagynunk a szövegből.

## Memória

8. Az előre elkészített beszédnél fontos a szöveg megtanulása, hiszen szónoklás közben nem lehet a versenyző kezében olyan vázlat, ami segíti a tovább lendülést. Ennek ellenére praktikus, ha az elkészített szöveg ott van valakinél a kísérők közül, hogy elakadás esetén segítséget kapjon a versenyző. A szöveg memorizálása egyéni feladat, mindenki máshogyan éri el az eredményt. Praktikus lehet részenként (pl. bekezdésenként) memorizálni a szöveget, és hangozatosan felmondani valakinek, mert a néma szövegtanulás és az előadás között óriási a különbség. A szöveg akkor tekinthető megtanultnak, ha a gondolatok és a szavak természetes egymásutániségben követik egymást, és nem szükséges szünetet tartani avégett, hogy a következő mondatot a versenyző kitalálja.

## Előadás

9. A beszéd előadásakor figyelni kell a hangerőre: tekintetbe kell venni a terem méretét, a teremben ülők számát, távolságát. A szónokversenyen – alapvetően – nem áll rendelkezésre mikrofon, ezért a versenyzőnek a saját adottságait kell felhasználnia, hogy hangjával betöltse a teret, figyelnie kell a levegővételére és

a levegő beosztására. Legalább ennyire fontos a pontos artikuláció, a megfelelő beszédtempó és beszéddallam.

10. Már a stílus kidolgozásánál érdemes a testbeszéddel is gondolni. A hétköznapi életben természetesnek vesszük, hogy a beszédünket mimikával, gesztusokkal kísérjük. Miért lenne ez másként a szónoklásnál? A szónoklás nem pódiumművészet, hanem intenzív, kétirányú kommunikációs folyamat, amely igényli a hiteles, őszinte testbeszédet is. A szónok használja bátran a kezét, vegyen föl kényelmes testhelyzetet, vonja be a saját testét a kommunikációba. A kezét nem jó szorosan a test mellett vagy előtt tartani. A versenyen pulpitus nem áll rendelkezésre.

### c. A vita

A szónokverseny harmadik, ún. vitafordulójába a legjobb hat versenyző kerülhet be. A vitaforduló célja, hogy – a klasszikus dialektika követelményei szerint – felhívja a figyelmet az egymástól különböző gondolatok létjogosultságára, és az olykor ellenkező gondolatok ütköztetésének szabályozott, kulturált keretet biztosítson. A vitafordulóba jutó legjobbaknak már nemcsak a saját gondolataik átadására kell így figyelniük, hanem az esetlegesen felmerülő ellenvéleményekkel is szembesülniük kell, azokra reagálniuk is szükséges. Ehhez azonban tisztázni kell a vita célját és működését, amelyhez a retorika új értelmezésén keresztül vezet az út.

A 20. század folyamán a retorikát értelmezték a motívumok, a stílus, az értékek, az etika és a fogalmazástanítás tudományaként is – mindegyik nézőpont szoros kapcsolatban állt az elkészült vagy megírandó szöveggel. A legújabb kutatások azonban a retorikát már nem mint a beszédírás eszköztárát, hanem mint társas intelligenciát, viselkedést, magatartást fogják föl. Utóbbi szerint a retorika olyan jelenség, „amely az egyén számára a közösségbe való belépés készségeit, az önérvényesítés és mások megértésének képességeit nyújtja. Körébe tartoznak ezért azok az etikai megismerő készségek és tudnivalók, amelyekre szükség van a társas helyzetek értelmezéséhez, alakításához” (Aczél 2017, 8). A retorika továbbra sem engedte el a szöveget, hiszen azon keresztül valósítható meg maga a kommunikáció és a társas kapcsolatok építése, de nagy léptékű változásként értékelhető az, hogy hangsúlyozzuk: mások megértésének képessége is természetes része a folyamatnak. És ebből kifolyólag mi más lehetne a célja a vitának, ha nem éppen a másik ember megértésének szükségessége?

Világunk annyira összetett és sokszínű, szerteágazó, hogy a meggyőzés fogalma – amelyet eredendően a retorika és a vita sajátjának tartanak – is átértékelődött. Ennek az értelmezésnek 20. századi elődje lehet Ivor Armstrong Richards retorikadefiníciója, amelyet *The Philosophy of Rhetoric* című művében (1936, idézi Adamikné Jászó 2013) adott meg. Ebben a retorikát „a félreértésnek és ellenszereinek tanulmányozásaként” határozta meg. Adamikné Jászó Anna (2013) szerint Richards elméletének alapja a szemantikai relativizmus: vagyis, hogy mindenki mást ért bizonyos fogalmakon (tolerancia, demokrácia, vallássság stb.). A retorika feladata pedig az, hogy konszenzust teremtsen az eltérően értelmezett fogalmak között. Wacha (1999, 127–128) a vitát még kifejezetten meggyőzési értelemben tárgyalja: „A vita célja [...] pedig nem más, mint a partner meggyőzése a magunk állításainak, nézeteinek helyességéről, célra vezető voltáról, hogy a partner elfogadja, átvegye őket, s ezáltal a mi »pártunkra« álljon” (Wacha 1999, 127). Persze Wacha is kiemeli, hogy a vita nem a másik legyőzéséről szól (csak a legvégső esetben), viszont a konszenzusteremtést is „rosszabb esetként” határozza meg (Wacha 1999, 127–128). A Kossuth-szónokverseny vitafordulójában a cél újradefiniálására is sor került: nem feltétlenül a meggyőzés, inkább az álláspontok ütköztetése, és annak feltérképezése a cél, hogy milyen szemszögből közelítenek különböző helyről érkezett (esetleg különböző korú, nemű) emberek egy adott témához.

A vitaforduló elején a versenyzőket párokba sorsolják, így tehát három páros jön létre. Minden páros kap egy témát, és szintén sorsolással döntenek el, hogy ki lesz a pro és ki lesz a kontra érvelő. (A szerepek önkényes eldöntése nemcsak a praktikus szervezés miatt jó, hanem azért is, mert ha valaki olyan álláspont kifejtésére kényszerül, amellyel esetleg nem ért egyet, akkor kénytelen lesz végiggondolni más szemszögből is az adott témát.) A vitázó felek 20-25 perc felkészülési időt kapnak, ez alatt a jelen tanulmány kötelező beszédnél megadott szempontjai, valamint a rögtönzésre vonatkozó tudnivalók (Pölcz 2020) alkalmazásával érdemes a felkészülni. A vitában harmadik résztvevőként egy moderátor van jelen, aki a vitatkozó felek beszólítása után vitaindítóval kezdi meg a kört.

A vitaindító szerepe Wacha (1999, 134–135) szerint a „csak nekem lehet igazam” és a „csak én győzhetek” szemlélet kikapcsolása – ez pedig egybevág a Kossuth-szónokverseny újonnan megfogalmazott céljaival. Ezen kívül egyes problematikus pontok megemlézése, bizonyos kérdések *szándékos* nyitvatartása is cél, amellyel a vitavezető voltaképpen ezeknek a megvitatására is ösztönzi a vitázó feleket, mintegy kötelező kapaszkodót adva a kezükbe. A maga mód-

ján a vitaindítót tartó is részt vesz a vitában azáltal, hogy saját álláspontját is megfogalmazza: annak gyengéit és erősségeit megemlítve szintén stimulálja a vitázó felek gondolkodását, és reakcióra készíti őket (Wacha 1999, 135).

A vita fordulóban résztvevők a következő pontokra számíthatnak a vitát vezető részéről (Wacha 1999, 135 alapján):

- A kérdés története, körülhatárolása;
- A jelenlegi helyzet ismertetése;
- A cél meghatározása;
- A vitás kérdések exponálása;
- Az ellenvélemények, álláspontok ismertetése;
- A moderátor saját véleményének bemutatása;
- A szilárd és kétes pontok bemutatása (egyéb lehetőségek, variánsok ismertetése);
- Annak ismertetése, hogy mi vár eldöntésre
- Javaslatok (pl. a megszólalás sorrendjére);

A vitaindító után először a pro majd a kontra álláspontot képviselő versenyző szólalhat meg 3-3 percben. A hozzászólások elhangzása után 5 perces szabad vita következik, amelyet a moderátor vezet: itt a felek szabadon reagálhatnak egymás érveire, gondolataira. A vita fordulót a moderátor összegzése zárja.

## Összegzés

A 23. alkalommal megrendezendő Kossuth-szónokverseny új kihívások elé állítja a versenyzőket. A verseny három fordulóból (online videók, jelenléti szónoklat, jelenléti vita) áll, és továbbjutási alapon működik. A legjobbaknak három retorikai szituációban is lehetőségük van bemutatni, hogy mennyire képesek megteremteni a szónoki jelenléteket és milyen kapcsolatot tudnak kialakítani a hallgatóságukkal, hiszen más követelmények vonatkoznak az online térre és mások a jelenlétkben előadott szónoklatra, megint mások pedig a vitahelyzetre. Az online szónoklatok kulcsfogalma a rövideg, míg a kötelező szónoklatoké a strukturáltság és a megtervezettség, a vitában pedig a másik fél meghallgatása kap fontos szerepet. A szervezők szándéka, hogy a szónokverseny a 21. században is betöltse a szerepét. Cél, hogy a versenyzők a nyelvhasználat megújult terepein is bemutathassák, milyen szóbeli képességeik vannak, és a közösségi média-platformokat is igényes, minőségi tartalmakkal töltsék meg.

## Felhasznált szakirodalom

- Aczél Petra. 1999. „Kossuth retorikai konferencia és szónokverseny. 1999. november 12–13.” *Magyar Nyelvőr* 124/3. 397–398.
- Aczél Petra. 2017. *Neked van igazad. Érvelés és meggyőzés a gyakorlatban*. Budapest: Tinta Könyvkiadó. Megtekintve 2022. november 2-án. [http://www.szepejudit.hu/Acz%C3%A9l\\_Petra\\_Neked%20van%20igazad%20tank%C3%B6nyv.pdf](http://www.szepejudit.hu/Acz%C3%A9l_Petra_Neked%20van%20igazad%20tank%C3%B6nyv.pdf)
- Antal Zsolt, Gázsó Tibor, Kubínyi Tamás és Pelle Veronika. 2015. *Médiabefolyásolás – Az új kislexikon*. Budapest: Századvég Kiadó.
- Adamikné Jászó Anna. 2010. „Bizonyítás”. In *Retorikai lexikon*, szerkesztette Adamik Tamás, 159–163. Pozsony: Kalligram Kiadó.
- Adamikné Jászó Anna. 2013. *Klasszikus magyar retorika*. Budapest: Holnap Kiadó.
- Adamikné Jászó Anna. 2019. *Stilisztikai kisszótár*. Szóképek, alakzatok és egyéb stílusesszközök szótára. Budapest: Interkulturális Kutatások Kft.
- Adamik Tamás–A. Jászó Anna–Aczél Petra. 2005. *Retorika*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Adamik Tamás. 2010. „Septem artes liberales”. In *Retorikai lexikon*, szerkesztette Adamik Tamás, 1067–1071. Pozsony: Kalligram Kiadó.
- Arisztotelész. 1999. *Rétorika*. Budapest: Telosz Kiadó.
- Deme László szerk. 1974. *Szónokok, előadók kézikönyve*. Budapest: Kossuth Kiadó.
- Fischer Sándor. 1966. *A beszéd művészete*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Fischer Sándor. 1975. *Retorika*. Budapest: Kossuth Kiadó.
- Hernádi Sándor. 1976. *Beszédművelés*. Budapest: Tankönyvkiadó.
- Lózsai Tamás. 2020. „A hatásos meggyőzés eszközei a reklámokban – Hogyan tanít-suk?” *Magyaróra* 2/1–2. 79–84.
- Major Hajnalka. 2022. „A jelenlét fogalma Perelmann-nál”. In *Gondolkodni és beszélni – az anyanyelv-elsajátítástól a retorikáig*, szerkesztette Constantinovitsné Vladár Zsuzsa és Bóna Judit. Budapest: MediaCom Kiadó Kft. 149–171.
- Perelman, Chaim. 1977/2018. *A retorika birodalma*, fordította Major Hajnalka. Budapest: Tinta Könyvkiadó.
- Pölcz Ádám. 2020. „Szóba zárt hatalom. Felsőfokú szónoklás az ELTE-n. Gyakorlati tanácsok a Kossuth-szónokversenyre való felkészüléshez.” *Magyaróra* 2/1–2. 115–121.
- Tóth M. Zsombor. 2020. „Amikor Petőfi a húrok közé szorul.” *Magyaróra* 2/1–2. 85–94.
- Wacha Imre. 1999. *A korszerű retorika alapjai II*. Budapest: Szemimpex Kiadó.
- Weidinger Tamás. 2015. „Liftbeszéd – Régi-új eszköz a tudományos bemutatkozáshoz, az érdeklődés felkeltéséhez”. Megtekintve 2022. november 2-án. <https://nimbus.elte.hu/oktatas/metfuzet/EMF026/PDF/01-Weidinger.pdf>

## Forrás

---

- DrPrezi weboldala: Az „elevator speech” technikája (30–60 ms). Megtekintve 2022. november 2-án.
- A Petőfi rádió Facebook-oldala: <https://www.facebook.com/petofiradio/videos/492434899605947>. Megtekintve 2022. november 2-án.