

A PREZENTÁCIÓ MŰVÉSZETE

A hatásos előadás retorikai eszköztára
a felkészüléstől a hallgatóság meggyőzéséig

KASZÁS GYÖRGY

Kaszás György

*A prezentáció művészete – A hatásos előadás retorikai eszköztára a felkészüléstől
a hallgatóság meggyőzéséig*

© Kaszás György, 2025

Illusztráció © Kaszás György, 2025

Szerkesztette: Greff András

Borítóterv: Tabák Miklós

HVG Könyvek, Budapest, 2025

Kiadóvezető: Budaházy Árpád

Felelős szerkesztő: Rapajka Gabriella

www.hvgkonyvek.hu

ISBN 978-963-565-633-2

Minden jog fenntartva. Jelen könyvet vagy annak részleteit tilos reprodukálni,
adatrendszerben tárolni, bármely formában vagy eszközzel – elektronikus, fényképeseti úton
vagy más módon – a kiadó engedélye nélkül közölni.

Kiadja a HVG Kiadó Zrt., az 1795-ben alapított

Magyar Könyvkiadók és Könyvterjesztők Egyesülésének tagja.

Felelős kiadó: Szauer Tamás

Nyomdai előkészítés: Kedves László

Nyomás: Dürer Nyomda Kft.

Felelős vezető: Varga Tamás ügyvezető igazgató

Tartalom

ELŐSZÓ	9
I. A PREZENTÁCIÓRETORIKA	15
1. Retorika és prezentációretorika	17
Mi a retorika? ■ Ezzel szemben mi a prezentációretorika?	
2. A rétor	21
A három testőr: ethosz, pathosz és logosz ■ Előadói zónák: az átütő piros, a tényszerű kék és a döglött szürke ■ De semmi sem szintisza! ■ Az árulkodó jelek és a zónateszt ■ Hogyan hárítsd el a zónaveszélyeket?	
II. A PREZENTÁCIÓRETORIKA ESZKÖZEI	39
3. A szöveg	41
Az ismétléstől a metaforáig ■ Szünet ■ Vattaszavak, vacak szavak és közhelyek – a sötét oldal ■ Ne mondd! ■ Szókinsz ■ Hogyan vigyél érzelmi erőt a prezentációdba?	
4. A testbeszéd	107
A testbeszédről általánosságban ■ Testnyelv az offline prezentáció során ■ Testnyelv az online prezentáció során ■ Hogyan tanuld meg a piros zónás online testnyelvet? ■ Még néhány fontos gondolat a testbeszédről	

5. A diák 163

Kép és szöveg viszonya ■ A vetített tartalom funkciói ■ Zajszennyezés ■ Fokozatos behívás ■ Infografika ■ Prezentáció-arculat ■ Piros zónás diadizájn az online prezentáción

III. A PREZENTÁCIÓRETORIKA A GYAKORLATBAN 199

6. Az előadás előtt 201

A prezentációs feng shui ■ Hogyan rendezd el a teret? ■ A pulpitusember és a kalodahatás ■ Az online prezentáció kellékei ■ Az offline és online prezentáció technikai feltételei ■ Hogyan enyhítsd az előadás előtti idegességedet?

7. Az előadás 223

Indítás: interaktív kezdés és kapcsolódás ■ Folytatás ■ Lezárás

ZÁRSZÓ 255

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS 261

A SZERZŐRŐL 263

JEGYZETEK 265

NÉV- ÉS TÁRGYMUTATÓ 271

„Ha azt hiszed, hogy a prezentációk nem tudják elbűvölni az embereket,
akkor még sosem láttál valóban jót.”¹

GUY KAWASAKI

Előszó

Azt hiszed, tudod, melyik a világ legősibb foglalkozása? Tévedsz. Nem az. Hanem a prezentálás. „Az” csak utána jön. Vagy nem. Attól függően, hogy a prezentáció hogyan sikerült. Szóval: előbb a prezentálás, és csak azután következhet az üzlet. Ha elszúrod az elsőt, akkor lesheted a sikeredet.

Ennek ellenére sajnos az üzleti prezentációk, konferencia-előadások és online prezentációk előadói átlagszínvonala olyan, hogy megtekintésüket kóros álmatlanságban szenvedő pácienseknek biztos kézzel írhatnák fel az orvosai.

Számos, a Burdzs Kalifa felhőkarcolónál is magasabb tekintélyű szakember véleménye szerint a konferenciák és az üzleti prezentációk előadói nívója sokszor kibírhatatlan. „Az egész világon nap mint nap számtalan szakma képviselője szenved a harmatgyenge, élvezhetetlen prezentációktól, amelyek nemhogy hatékonyak lennének, de többet ártanak, mint használnak”¹ – írja Garr Reynolds a *PreZENTáció – Egyszerű ötletek prezentációk készítéséhez és előadásához* (*Presentation Zen: Simple Ideas on Presentation Design and Delivery*) című könyvében.

„Szinte minden PowerPoint-prezentáció harmatgyenge, élvezhetetlen katyvasz, valójában elviselhetetlen csődtömeg”² – állítja Seth Godin.

„A prezentációk 95%-a silány. Rendben, talán túloztam. [...] Valójában 99%-uk silány”³ – ez Guy Kawasaki véleménye.

„A világon körülbelül 300 millió ember használ PowerPointot. Ők naponta összesen 30 millió prezentációt készítenek. E pillanatban is mintegy 1 millió prezentáció zajlik éppen. Ezeknek minimum 50%-a elviselhetetlen. Megengedhetetlenül sok ember gyilkolja egymást irgalmatlan prezentációkkal. Épp most is”⁴ – szól Alekszej Kapterev prezentációja a prezentációkról.

Lesújtó híradások egy kétségbeejtő helyzetről. A dolog drámaiságát az adja, hogy a szóban forgó nyilvánosbeszéd-alkalmak lényege az előadás lenne. Ahol a gondolatok az árucikkek, és azokat kellene eladni a hallgató-ságnak. Kellene.

A konferenciákon az általános előadói inkompetencia mértéke elviselhetetlenné vált. Sokszor a főüzenet nélküli, követhetetlen, dögunalmas – a legtöbb esetben felolvasott – tartalmak és az előadói eszközök minimumával sem rendelkező beszélők áldozatává válok magam is. Pedig mindenre megesküszöm, hogy ártatlan vagyok. Ebben legalábbis.

A prezentációs hadszíntér bitangul nehéz terep. Amikor tendermenedzserként ülöm végig egymás után egy-egy reklámkampány prezentációit, akkor elsősorban nem is a munkámat fizetik meg, hanem a türelmemet, a szenvedéseimet.

A retorikai felsőoktatás retorikatant tanít. És sajnos nem retorikát. A hallgatók a vizsgáikra szépen megtanulják az elméletet. Továbbá a szofistákat, Arisztotelészt és társait is. Levizsgáznak, örülnek a kreditjeiknek. És amikor életükben először (másodszor, harmadszor stb.) emberek előtt kell beszélniük, megsemmisülnek. Úgy érzik magukat a pódiumon, mintha egy mocsár közepén állnának remegő lábakkal, tehetetlenül süllyedve, menthetetlenül beleragadva.

A felsőfokú végzettségűek egy része mindent tud a retorikáról. Csak a retorikát magát nem ismeri – gyakorlati szinten. Fájdalmas leírni, de a diplomás emberek serege nem tud nyilvánosság előtt hatásosan – sőt többnyire elfogadhatóan sem – beszélni.

Az ókorban lenyűgöző, profi szónokok oktatták a nyilvános beszédet. Napjainkban viszont jellemzően szónoki gyakorlattal nem rendelkező, ámde kisebb-nagyobb lexikális tudású, specializálódott nyelvtanárok, történészek. Hogyan válhatnának hát az ő növendékeik meggyőző beszélőkké? Vajon mitől?

Az ókori görögök és rómaiak a maihoz hasonló struktúrájú oktatási rendszerében a retorika a legmagasabb szint éveken át tanított – sokszor egyedüli – tantárgya volt, amely gyakorló rétorokat termelt, nem pedig retorikatanból sikeresen szigorlatozókat.

Az ókori görögöknél nyilvánosbeszéd-tudásra főként a bíróságokon volt szükség (mert ügyvédek híján a peres felek saját magukat képviselték), továbbá politikai, közéleti helyeken és alkalmakkor (agorák, gyűlések stb.).

Napjainkban a retorika gyakorlata számos használati területre bomlott: ilyenek például a politikai tárgyú beszédek, az egyházi retorika, az igazságszolgáltatási és oktatási területek retorikája.

Ezek mindegyike megmaradt szövegalapúnak, és átlagszínvonalát tekintve többnyire csapnivaló. A politikusok beszédteljesítménye – mindannyian gyakori szenvedő áldozatai vagyunk ennek – a parlamentben, a médiában és a nagygyűléseken egyaránt többnyire katasztrofális nyelvrombolás.

Az egyháziak szentbeszédjei, temetési búcsúztatói általában eszköztelenek, egysíkúak. Az ügyvédek, ügyészek döntő többségének megszólalásai egy-egy tárgyaláson meg sem közelítik az elvárható, optimális kommunikációs szintet. Jellemző rájuk az asztalukon lévő iratokba mélyedve, leszegett fejjel tartott, többnyire fölolvastott beszéd. Pedig a hivatásuk alapeszköze a magas szintű, meggyőző kommunikációs készség. Lenne.

A tanárok és az egyetemi oktatók előadói vénája sokszor szinte kitapint-hatatlan. (Mély tisztelet a kivételnek.) Ha például megnézek egy-egy, a Magyar Tudományos Akadémián rögzített előadást, igen gyakran mozdulatlan, mellvéd mögé bújó, kezükben papírt tartó, döntően felolvasást végző előadókat látok, akik nagy néha túlsúfolt, kifejezetten randa, kezdetleges vizualitású diák vetítésével rontják tovább a helyzetet. És közben azon tűnődöm, hogy a gondolkodás vezető elméinek a sok évtizedes, nagyszerű tudományos pályájukon miért nem volt idejük megtanulni legalább közép-szerűen prezentálni és ezzel a személyes tekintélyüket növelni. Hogy lehet, hogy nincs rá igényük? Miért nem érzik szükségét?

És akkor az üzleti célú nyilvános beszéd (prezentációk, előadások) színvonaláról még nem is esett szó. Az átlagos előadók egy-egy hétköznapi prezentációjukon élet és halál között hebegnek. És ez nem túlzás. Az általános nyilvánosbeszéd-kultúra erős kívánnivalókat hagy maga előtt. Igen. Maga előtt. Mert a prezentálók jelentős részének meg kellene tanulnia prezentálni, mielőtt szóra emelkedne. Méghozzá retorikai színvonalon. A nyilvános beszéd kötelezettsége az üzleti életben ugyanis elkerülhetetlen. Munka-prezentációk, workshopok, tréningek, vezetői értekezletek, szakmaikonferencia-szekciók, cégrendezvények követik egymást, amelyeken meg kell nyilvánulni. És ezek csak egy részét adják azoknak az alkalmaknak, amelyek előbb-utóbb mindenkire rákerül a sor. Ezért a jó előadói készség karrierkérdés. Egy-két év még, és Kuka törpét elbocsátják, a maradék hat pedig megtanul rendesen beszélni emberek előtt.

Kőkemény áruról van szó! A magabiztos nyilvános beszéd készsége egyike a legkeresettebb, legkelendőbb és legritkább képességeknek. A cégek és egyéb szervezetek szüntelenül keresik a hatásosan eladni, előadni, prezentálni képes munkatársakat. Akik értik, tudják, hogyan lehet a hallgatóság figyelmét felkelteni, fenntartani, magukra és a mondandójukra irányítani, végig egy hullámhosszon maradni velük, és emléknymokat hagyni maguk után. Akik valódi, átütő meggyőző- és eladóerővel rendelkeznek.

Mindez megvalósíthatatlan azon a módon, ahogyan az előadások, prezentációk szereplői döntő többségükben manapság elképzelik és tenni próbálják a gyakorlatban. A mindennapok prezentáció-előadói anélkül állnak emberek elé, hogy meglennének hozzá a szükséges, kellően fejlesztett képességeik. Hogyan válhatnának akkor magabiztossá, tudatossá, meggyőzővé? Hogyan lehetnének jók? A rajztechnikai alapkészségek ismerete nélkül milyen *Mona Lisát* festett volna Leonardo? Alaptudás nélkül milyen toronyt épített volna Eiffel? Képességei fejlesztése nélkül hogyan beszélt volna Démoszthenész? Lehet, hogy egy dadogó, motyogó, levegővételi gondokkal küzdő alak maradt volna csupán?

Hogy mi a prezentáció? Hülye kérdés, gondolhatnánk. De a valós helyzet az, hogy amikor megkérdezem ezt a prezentációtérningeim hallgatóitól, akkor ritkán jutnak túl a válaszok a „valaminek az elmondása valakiknek” szinten. Elhangzik még az üzleti cél és az előadás fogalma is. Külön. Pedig a kettőt összevonva a prezentáció nem előadás, hanem eladás. Kölcsönös adásvétel, ahol a prezentáló eladja gondolatait, a hallgató pedig cserébe a figyelmével fizet. A prezentáció kölcsönviszony: az előadó ad, a hallgatóság értékel, vesz (vagy nem).

Állítólag Frank Zappa mondta a következőt: a művészet az, hogy a semmiből valamit teremünk, és azt eladjuk.⁵ A prezentáció művészete ugyanez: a semmiből valamit csinálni a gondolatainkkal (a prezentáció anyagát), és eladni (hatásosan, eredményesen elmondani) azt. A prezentáció tehát több szempontból is művészet. A gondolkodás, a kommunikáció, a meggyőzés művészete. És dizájn. A prezentáció a hétköznapi művészet. Kellene, hogy legyen.

Ám célszerűbb onnan közelítenünk, hogy a prezentáció: kommunikáció. Ez a szó pedig a latin „communis” (közös) szóból ered. Ez azt jelenti, hogy a prezentáció célja a közlő és a befogadó közötti gondolati/érzelmi/tudati közösség létrehozása.

Ugyanakkor mi történik a gyakorlatban? „A földlakók prezentációnak nevezik azt az eseményt, amikor egy ember beszél és vetít, a többiek meg körülötte arra gondolnak, hogy mikor hagyja már abba” – írta jelentésében a Csillagközi Főparancsnokság által felderítésre a Föld bolygóra küldött földönkívüli a *Qxylor jelenti* című könyvecskében.⁶ És igen, egy marslakó szemével nézve – ha van neki egyáltalán olyan – valóban így festene egy-egy átlagos földi prezentáció.

Ott ül a közönség, és várja a rá mért előadás végrehajtását. És már lép is fel az emelvényre a hóhér. Még egy istenhozzád... és kezdődik a prezentáció. Nincs sem pap, sem utolsó kívánság, ráadásul még az áldozat szemét sem kötik be. Végig kell néznie!

Nem tudom, te hogyan vagy vele, de én már számtalanszor fél lábbal a sírban éreztem magamat egy-egy különösen gyenge prezentáció láttán-hallatán. Sőt egy idő után kialakult bennem az életvédelmi reflex, és egy konferencia-előadás nézőterén már csak szélre próbálok leülni, végszükség esetére idejében, gondosan megtervezve a menekülőutat. Amikor konferenciaigazgatóként dolgoztam, a legnagyobb stresszt akkor is az általánosan gyenge előadói színvonaltól való félelem okozta nekem – már előre.

Érthetetlennek és elfogadhatatlannak tartom, hogy amúgy igényes, intelligens emberek, akik nyitott sliccel vagy szakadt aljú szoknyában sosem lépnének nyilvánosság elé, minden további nélkül odaállnak fogyaszthatatlan prezentációjukkal kegyetlenül szétmarcangolni a hallgatóság idegeit és a saját imázsukat. Pedig az emészthetetlen prezentációk nem különbek, mint a lecsúszott cipzáruk és a rongyos szoknyák. A slamposság, az igénytelenség kifejeződései.

És a rossz példa ragadós. A kezdők, gyakornokok, juniorok azt látják, hogy jól fizetett főnökeik mérhetetlenül gyenge prezentációs teljesítményekkel jutottak előre a ranglétrán. (A kezdők, gyakornokok, juniorok azt persze nem látják, hogy példaképeik mekkora károkat okoztak ezzel a cégüknek.) Így öröklődik és romlik menedzsergenerációról menedzsergenerációra az elfogadottnak tartott prezentalótudás.

Van egy javaslatom: ragaszkodj a számodra fontos dolgokhoz! Tudás, felkészültség nélkül ne menj fel a pódiumra! Prezentáció esetén az „ahogy esik, úgy puffan” nemhogy nem megoldás, de cefetül fáj is. Neked és a hallgatóidnak egyaránt.

A prezentációretorika a gondolataink hatásos, meggyőző megfogalmazásának és előadásának tudománya, amely azt szolgálja, hogy előadásunk eredményeként a hallgatóságunk épp azt értse, érezze és tegye, amit mi, az előadók szeretnénk. A tartalmi és formai elemek kialakításának, illetve ezek előadásának szabály- és módszerrendszere. Szöveg és kép egysége.

A célom, hogy a következőkben végigvezesselek a prezentációretorika piros, kék és szürke előadói zónáin, hogy megismertesselek a retorikai kellékekkel (és használatukkal), amelyek segítségével sokoldalú – akár hivatásos – előadóvá válhatsz offline és online üzemmódban egyaránt. Emellett szeretném a prezentáció fogalmának általánosan elterjedt értelmezését az ad hoc jellegű, kötelező és félelemkeltő muszájmegszólalás szintjéről fel-emelni a gondolkodásodban a tervezett, tudatos, hatásos előadás szintjére. A retorikai minőség magasságába.

A könyvet tegező formában írtam meg. Ennek oka egyszerű: a magázódás nem illik közénk – közéd és közém –, tekintettel arra, hogy a célunk közös: minél több élvezetes, hatásos, profi prezentáció előadása és meghallgatása a jövőben.

I. A PREZENTÁCIÓRETORIKA

1. Retorika és prezentációretorika

„Semmi sem múlja felül [...] azt a képességet, hogy valaki emberek gyülekezetét tartja lekötve a szavaival.”¹

CICERO

Mi a retorika?

Hogyan is fogalmaztak a nyilvános beszéd első szupersztárjai? Szókratész szerint a szónoklás „a rábeszélés művészete”². „A szónoki művészet [...] a lelkek irányítása beszédek révén”³ – így Platón. Cicero a meggyőzés célú beszédet nevezte retorikának.⁴ Quintilianus pedig a jó beszéd tudományaként határozta meg.⁵ Sőt. A szofisták már sokkal korábban, az időszámítás előtti 4. században is a rábeszélés mesterségének nevezték a retorikát.

Rábeszélés. Beszéd. Meggyőzés. A klasszikus retorika kizárólag a verbalitásról szólt. A szövegről, a beszédről és az írásról. A szavak hatásos használatának tudománya volt. Érvek, tények és érzelmek érzékletes előadása szóban.

A középkori magyar retorikaértelmezés megmaradt ugyanezen az alapon. Ékesszólás, ékesen szólás (Szenczi Molnár Albertnél „ekesen szollasrol valo tudomány”⁶), szónoklás, fontos-beszéd (!), szónoklattan: ezek az elnevezések alkották a retorika fogalmát.

Az értelmezés, az általános fogalmi meghatározás manapság is változatlan. A *magyar nyelv értelmező szótára* szerint a retorika „érveknek, ellenérveknek, gondolatoknak jól csoportosított, de inkább csak tetszetős formájuk, nem pedig igazságuk miatt hatásos előadása, kifejtése”⁷. Az *Idegen szavak gyűjteménye* szerint pedig „szónoklattan”, „a beszéd művészete”⁸.

Az *Idegen szavak szótára* csak annyit ír, hogy a retorika „szónoklattan, ékesszólás, beszédművészet”⁹. A *Magyar értelmező kéziszótárban* pedig ezt is olvashatjuk: „Hatásosan csoportosított érvek, gondolatok szónoki(as) előadása”¹⁰.

Ezzel szemben mi a prezentációretorika?

A retorika már Arisztotelész szerint is annyit jelentett, mint minden esetben megtalálni az összes elérhető meggyőzési eszközt, lehetőséget.¹¹ A kulcszó itt az összes. És ennek az elvnek az alapján működik napjaink üzleti célú nyilvános megszólalásainak zöme is. (Helyesebben: eszerint kellene működni.) Ebből kiindulva mi is elrugaszkodunk a fogalom hagyományos leszűkítésétől a szónoki beszédre, és kibővítjük a vizuális retorikával, amely a testnyelvből és a vetített képekből áll, és amelyeknek a szerepe egyenrangú a kimondott szavakkal. A prezentálás tehát nem pusztán verbális aktus. A prezentáló pedig nemcsak szónok, hanem „képnök” is. Fogalmazhatunk úgy is, hogy míg a hagyományos retorika értelmezése szólóelőadás, addig a prezentációretorika trióműfaj.

Az üzleti retorika a prezentációk és a konferencia-előadások világa. És abban különbözik alapvetően a többi retorikai műfajtól, hogy többcsatornás. A hangzó tartalom, az előadói mozgás és a vetített képek hármasa komplex szöveges/képi retorikát eredményez, amelyet az audiovizualitás jellemez. Ez a komplex egység olyasféle, mint a damaszkuszi kardacél, amelyben többféle vasat kovácsolnak egybe a minél hatékonyabb használhatóság érdekében.

Világos tehát, hogy egy kiváló, katartikus hatású előadónak három dolgot kell kifogástalanul tudnia.

Egy: ismernie kell a mondandója kialakításának, szöveges megfogalmazásának és közlésének tudományát.

Kettő: olyan előadókészséggel, testbeszédtudással kell rendelkeznie, amely élővé, átütővé, természetessé és dinamikussá teszi a teljesítményét.

Három: képesnek kell lennie esztétikus, jól strukturált, az elhangzó szavaival szoros viszonyban álló diásorok elkészítésére.

E triónak kell azt a teljes egységet képeznie, aminek a neve: üzleti előadás vagy prezentáció.



1.1. ábra. Az eszköztár

A prezentációretorika jelentése tehát a következőképpen fogalmazható meg: három eszközcsoporthól álló komplex kommunikációs technika, amelynek minden összetevőjét külön kell elsajátítani, közösen begyakorolni, majd együttesen, egységesen alkalmazni.

2. A rétor

„Elengedhetetlen, hogy egy szónokban meglegyen a logikatanárok éles esze, a filozófusok bölcsessége, a majdnem költői színvonalú nyelv, az ügyvédek memóriája, a drámaírók hangja, a legjobb színészek testbeszéde. Következésképpen az emberek között mi sem ritkább, mint egy hibátlan szónok.”¹

CICERO

„A nagyszerű szónok alapvetően nagyszerű ember, aki mellesleg jól beszél”², állította Szókratész, akinek ugyebár nem volt lehetősége találkozni többek között Hitlerrel sem. A prezentáló személyének leírását tehát más módon kell megközelítenünk. A jó prezentáció-előadó – üzleti rétor – olyan, mint a napfogyatkozás. Ritka, de ha van, akkor mindenki őt figyeli. A jó előadó olyan, mint a virágot nyújtó kéz. Örölsz annak, amit tőle kapsz. A jó beszélő mint a pillanatragasztó. Eltávolíthatatlanul rögzíti a gondolatait a hallgató agyába. Akár a fitness. Megmozgatja az embereket. Mint a gratuláció. Szívesen fogadjuk. Mint a fogsor. Nélkülözhetetlen.

A rossz előadó ellenben olyan, mint a balta a fejben. Erősen zavar. És fáj is.

Az előadó a prezentáció sikerének kulcsa. Baj, ha a kulcs nem illik a zárba. Pláne, ha beletörjük.

„A nyilvános beszéd az egyik dolog, amit a pályám meghatározó szakaszaiban megtanultam. Sok prezentációt hallgattam meg, és egyvalamit hamar megfigyeltem: azt, hogy a legtöbb igazgatószintű előadó – különösen az ügyvezetők, különösen a férfi ügyvezetők – kimondottan rosszul prezentál.

Unalmasak, hosszúak, összevissza beszélnek. Néztam a beszédekert egymás után, és rájöttem, ha van rosszabb a gyenge előadónál, akkor az olyan előadó, aki szenved, és fogalmad sincs arról, hogy milyen hosszsan fog szenvedni. Ez szörnyű érzés”³ – mondja Guy Kawasaki.

Ha nem mondtam volna még: valami gond van a prezentáció-előadókkal.

„Nem a PowerPoint öli meg a prezentációkat, az emberek gyilkolják le őket”⁴ – vallja Jon Torrens coach. És ez itt a lényeg. Általános jelenség, hogy tudáshiány, képzetlenség miatt a PowerPointot okolják a prezentációk unalmaért, laposságáért, szürke uniformizáltságaért. Ha hülye vagy, fogd rá a nyuszira!

Határozott érzésem tehát, hogy valami gond van a prezentáció-előadókkal.

Szaktekintélyektől kölcsönzött idézetekkel és érvekkel bizonyítottam már, hogy a retorikai kultúra általános szintje manapság szégyenletesen alacsony. A *politikusok* többnyire papírból beszélnek. Az *egyházfiak* többsége szintúgy. Egy temetés tragikusságát tovább tudják fokozni azzal, hogy a rokonok által megírt méltató szöveget szó szerint, lélektelenül felolvassák. És szerencsés a helyzet, ha tudják az elhunyt nevét, és Józsefet nem nevezik Géza testvérünknek annak a szerencsétlennek a porhüvelyé felett. Sokszor az elhunyt nevét is a Bibliába tett papírosból silabizálják ki. (Nem is szólva a misék leírt szövegének böngészéséről.)

Az *ügyvédek* a tárgyalásokon bántóan rosszul beszélnek.

Végül a *tanárok* és a *professzorok* között is csak elvétve akad hatásos, kiváló beszélő, a többiek úgy nyomják el a hallgatóság figyelmét, mint láncdohányos a csikket. A 2016-os tanártüntetésekén például elszörnyedve néztem, ahogy az összes – igen, az összes! – fellépő tanár remegő kezében tartott papírról olvasta fel a beszédét. Kivétel nélkül! Ők, akiknek amúgy az a munkájuk, hogy diákok előtt kötetlenül beszélnek. Szegény diákok, gondoltam akkor. Szegény tanárok, gondolom még hozzá most.

Ám napjaink üzleti életének rétorai, a *prezentációk és előadások, üzleti célú beszédek előadói* még náluk is nagyobb gondban vannak. Szégyenszemre ők hagyják maguk után a legtöbb kívánnivalót. Mert nem foglalkoznak sem a szövegeik retorikai megformálásával, sem a diáik színvonalas