

# SISSEJUHATUS

Meid oli umbes 300 inimest istumas hämaras saalis ja ootamas saabuvat lektorit. Prožektorivihud valgustasid tühja lava. Oli jäänud veel viis minutit. Istusime vaikselt ja püüdsime ära arvata, kuidas kavatseb esineja meie tähelepanu köita.

Tulija astus lavale. Ta sisenes pooleldi küljega publiku poole ja kõndis mõõdukate sammudega lava keskosa suunas. Nende põgusate sekundite jooksul üritasime tema riietuse järgi nuputada, millisesse „hõimu” ta kuulub. Mäletan vaid, et tegu polnud mingi „Versace-hõimuga”, pigem intellektuaaliga, kes ei tee kõiki panuseid pealispinnale ... Mees pöördus meie poole ja siis me nägime tema nägu. Kõik ahmisid õhku, sest avanev pilt oli kõike muud kui meeldiv. Hetkega muutus tulija riietus täiesti ebaoluliseks: risti üle mehe näo jooksis tohutu arm. Sisemine hääl minu peas kordas mantrana ühte ja sedasama küsimust: „Kust ta küll sellise armiga on saanud?” Mees jälgis meie kollektiivset kehakeelt: tema ees istusid 300 küsimärki ja ta oli seda ette näinud. Kuidas on võimalik tunda end 300 küsimärgi ees vabalt? Kas ta suudab vaigistada meie sisemisi hääli, et oma sõnumile teed teha?

Mees tõstis käe, kuid meie nägime ainult tema armid. Silmanurgast hoomasin, et ta nimetissõrm on püsti, kuid endiselt ei saanud ma armilt pilku lahti. Siis libistas ta aeglaselt sõrmega üle armid. Me jälgisime silmadega tema kätt, samal ajal kui ta lausub: „Sain selle autoõnnetuses 1973. aastal. Minu nimi on Janne.” Möödunud on kaheksa aastat ja mul on see tänini meeles.

Kõnekunst ehk retoorika ei ole mitte oskus ilusti rääkida, vaid oskus panna teised end kuulama. Enamus oskavad kõneleda,

kuid et panna publik *tahtma* sind kuulata, on kunst, mille juured ulatuvad antiikmaailma. Retoorika on see, kui kellegi juttu kuulates hakkab pulss kiiremini lööma või kui mõned väljaöeldud mõtted lähevad mingil põhjusel otse südamesse, nii et ihukarvad tõusevad püsti. See juhtub siis, kui kommunikatsiooni varjatud pool (hääletoon, miimika, kehakeel, riietus, lähedus) on edastatava sõnumiga ideaalses kooskõlas. Retoorika on tulek kõikidest neist erelistest kommunikatsioonisignaalidest, millele meie, kõneeksperdid, tähelepanu pöörame ja mida me õpetame inimestele, kes on huvitatud sõnaseadmise kunsti valdamisest.

Retoorikateemalisi raamatuid on palju ja tahan siinkohal lugejale kinnitada, millest see raamat ei räägi. See ei käsitle kõnekunsti ajalugu – mitte et see oleks ebahuvitav, vaid et sellest on juba kirjutatud. See pole ka raamat, mis õpetab „veatult väljenduma” – midagi, mis ilmselt paljudel mõistega *retoorika* otsekohe seostub. Selles tänapäevase retoorika raamatus toon ma kõnekunsti kõnepuldist alla sinu igapäevaellu. Raamat õpetab suhtlema sarmikalt ja sellel oskusel, kallid lugeja, on hulgaliselt meeldivaid tagajärgi. Kujuta ette, kui suudaksid igas olukorras panna teisi end kuulama. Ja *tahtma* sind kuulata. Kas elu oleks siis ilusam? Kindlasti!

Siit raamatust saad teadmisi suhtlemistehnikate, värvide mõju, strateegilise riietuse ja intonatsiooni kohta ning sellegi kohta, kuidas see kõik mõjutab meie alateadvust, meie argumenteerimistehnikat ja palju muud. Saad teada, kuidas panna teisi end kuulama ja sinu sõnumit mõistma.

Retoorikast kõneledes võib akadeemiliste mõistete kasutamine olla küll põhjendatud, kuid enda arusaadavaks tegemine teenib veelgi üllamat eesmärki. Seega pole selle raamatu puhul mingit põhjust muretseda akadeemilise sõnavara liigse kasutamise

pärast. Samas neile, kellele akadeemilised terminid meeldivad, leidub raamatu lõpus sõnastik. Pea aga meeles, et nende verbaalne kasutamine ei anna sinu retoorikale midagi juurde. Sarmika suhtlemise juures kulub nende meelespidamine aga ära!

Kui kuulaja lahkub sinu loengult tundega, et küll oli ikka tark lektor, siis oledki sa tark. Kui ta aga lahkub sind tsiteerides, siis oled sa retoorik. Sa peaksid suutma panna kuulajad end mõistma, kuid mitte ainult – sa peaksid suutma panna nad ka tunnetama seda, millest käib jutt. Nelson Mandela on kord öelnud nii: „*If you talk to a man in a language he understands, it will go to his head. If you talk to him in his language, it will go to his heart.*”<sup>1</sup>

Eesmärk on omandada oskus panna teised end kuulama, istutada oma sõnad nende südamesse, kuid ühtlasi panna neid ka end tsiteerima. Liidrirollis inimesed valdavad sageli ka sõnaseadmiskunsti – need kaks on tavaliselt omavahel seotud. See raamat pole mitte ainult sulle, kes sa soovid oma teadmisi tõhusalt edasi anda, vaid ka neile, kes soovivad ära tunda katteta sõnu, manipulaatoreid ja ebakompetentseid inimesi, neile sarmikalt vastandudes: „Ma saan aru, kuhu sa sihid, kuid see ei kõla veenvalt.”

Hoolimata sellest, kes sa oled ja millega tegeled, on sul vaja osata end väljendada. Mida iganes tahad öelda, tee seda sarmikalt! Võimukandjad läbi ajaloo on seda kunsti osanud ja ka tänapäeva võimekad juhid valdavad seda. Kuid ka tulevastele otsustajatele kulub suhtlemisoskus marjaks ära. See ei tähenda, et peaksid oskama rääkida nagu Obama. Vana käibetõde „Ole sina ise, sest kõik teised on juba hõivatud” peab paika. Sarmika suhtlemise eesmärk on tuua meis esile meie parim külg. Kõnekunsti läheb vaja, et osata veenda ja läbi näha. Sellest raamatust saad teada, kuidas see käib.

---

<sup>1</sup> Kui räägid inimesega keeles, mida ta oskab, siis saab ta öeldust aru. Kui aga räägid temaga tema enda keelt, siis läheb see talle südamesse. – *Siin ja edaspidi tõlkja märkused.*

# 5 SAMMU KUULAJA TÄHELEPANU ÄRATAMISEKS

Pärast ebaõnnestunud vestlust küsivad paljud endalt: „Mida ma valesti ütlesin?” Liiga palju rõhku pannakse sõnadele ja analüüsitakse neid, kuid sõnad on vaid üks osa suhtlemisest. Tähtis on ka see, mil viisil sõnum kuulajale edastatakse: kes, kuidas ja millal seda ütleb. Sõnum võib olla „õige”, kuid edastamise viis vale. Kui hakkad end hiljem analüüsima, siis tuleks minna sõnadest kaugemale. Tuleta meelde, mida sa ütlesid, kuid ära piirdu ainult sellega. Meenuta, kuidas sa seda öeldes välja nägid ehk kas sinu riietus oli olukorrale vastav. Sõnumi edastamise viis määrab, kuidas see vastu võetakse. Et vältida verbaalseid prohmakaid tulevikus, kirjeldan viit sammu, millele tuleks olukorrast olenevata mõelda, kui tahad, et sind kuulataks. Esimene samm on sinu enda peegelpilt – tõuse püsti ja mine vaata, mida sa peeglis näed.

## 1. Kest

Psühholoog Karl Rybergi sõnul kulub meie niinimetatud roomaja ajul vaid kolmandik sekundist, et uuest inimesest arvamus kujundada. Need otsustused moodustatakse suuresti selle põhjal, mida mina nimetan kestaks, ehk meie „grupikuuluvuse” põhjal: must – valge, naine – mees, vanem – noorem ja nii edasi. Meile on antud loomulik kaasasündinud võime lihtsustada. Kui keegi sind esimest korda näeb, siis hakkab tundmatu isiku üldistamise

mehhanism täiskäigul tööle. Selleks, et vaigistada kuulajate sise-  
mist häält, tuleb mõelda sellele, mida nad mõtlevad, ehk tuleb  
ennast asetada perspektiivi. Seda saad teha nii, et proovid alus-  
tuseks oletada: mida inimesed mõtlevad, kui nad mind näevad?  
Kui oled oma sõnumi juba sõnastanud, võtmata arvesse, milli-  
seid mõtteid sinu isik teistes esile kutsub, siis ei lähene sa asjale  
kuulajate vaatevinklist. Samasuguse klassikalise vea tegi 1992.  
aastal ka Birgit Friggebo (Rootsi kultuuriminister 1991–1994),  
kui ta õhutas rahutuid Rinkeby elanikke üheskoos laulma „*We  
shall over come*”, et saada võitu hirmust Lasermanneni<sup>2</sup> ees.  
Mõte iseenesest oli ilus, kuid esitluse viis vale: selle laulu laulmi-  
seks nägi Friggebo sobimatu välja, ka polnud ei ajastus ega koht  
õiged – ega ka maa. Minister lihtsalt polnud üldse mõelnud kuu-  
lajatele. Tähtis reegel ütleb, et sõnum tuleb sobitada publikuga  
(*aptus*). Seega tee kõigepealt endale selgeks kontekst ja olukord  
(*intellectio*) ja ära unusta iseennast sinna taustsüsteemi asetada.  
Lõppude lõpuks pole sa ju mingi suvaline kõrvalseisja – sa oled  
sõnumitooja.

## **Vaata ette oma arvamustega kuulajate uskumuste kohta**

Loobu üldistamisest. Publiku üldistamine ei aita sul end maksuma  
panna. Peaksid huvi tundma hoopis *sinu kohta käivate* usku-  
muste vastu, sest need on võtmeks kuulajate tähelepanu võitmi-  
sel. Kõik sinu varasemad kuvandid töötavad sulle vastu, kui need  
just ei ole need „õiged” (*õige* on muidugi suhteline mõiste, kuid

---

<sup>2</sup> John Wolfgang Alexander Ausonius (sündinud 1953) – Rootsi sarimõrvar ja pangaröövel, tulistas laserrelvaga ajavahemikus augustist 1991 kuni jaanuarini 1992 Stockholmis ja Uppsalas kokku 11 tumedapäist ja -nahalist inimest, kellest üks suri ja mitu jäi eluks ajaks vigaseks. Wikipedia

kui kuulajate ettekujutused sinust ei ühti kohe üldse mitte sellega, kes sa tegelikult oled, siis tuleb sellega arvestada). Muidugi pole lihtne teada, mida keegi teine mõtleb, ja riskid kujundada „eelarvamuste eelarvamused”, kuid selle üle mõtisklemine tasub sellegipoolest ära. Kui seisad tundmatu publiku ees, siis mõtle ühiskonnas valitsevatele uskumustele ja väärtushinnangutele. Oletame, et oled blond, naissoost ja noor (või vanem) – millised mõtted kuulajates sellisel juhul tärkavad?

Kujuta end kuulajate ees seismas ja proovi oletada, milliseid vastukajaid sa esile kutsud. Janne asetas end perspektiivi ja see oli võti meie tähelepanu võitmiseks. Tema arm riivas tollal nii teravalt silma, et me ei suutnud keskenduda tema jutule enne, kui ta oli sellele, mida me põrnitsesime, tähelepanu juhtinud.

Janne inspireeris mind sedavõrd, et tundsin kiusatust teha täpselt sedasama: astuda publiku ette nii, nagu ma esmapilgul paisatan – oma keestas. Küsisin tuttavatelt ja klientidelt, mida nad olid mind esimest korda nähes mõelnud. Kõige sagedasemad kommentaarid olid „noor”, „pikad jalad” ja „hea rootsi keele oskus” (viimast arvasid pigem vanema põlvkonna esindajad). Otsustasin neist kirjeldustest valida välja „noor” ja seda ära kasutada. See töötaski hästi kuni päevani, mil seisin ühes täistuubitud aulas gümnaasiumiõpilaste ees. Nende silmad ei olnud nii suured kui meil toona Janne vastas, kuid võtsin siiski nõuks alustada oma välimusest:

„Väga paljud teist kindlasti juurdlevad, kas olen õpetaja või tudeng.” Valitses haudvaikus, õpilased silmitsesid mind uudishimulike silmadega, mõned muigasid ja ma tundsin, et olin saanud nad oma retoorilisse haardesse.

„Kindlasti leidub veel mõni sellinegi, kes mõtleb „kui nooor ta on!””, jätkasin dramaatiliselt, kui ootamatult katkestas mind

käputäis hõikeid: „Oh ei, seda nüüd küll mitte!” Sedasorti mõru õppetund kulub ära ja tasub meeles pidada, et kõik ei mõtle ühtemoodi. Olin teinud täpselt sama vea, mis Friggebo: ma ei olnud eelnevalt end mõttes sealsesse konteksti asetanud.

Kui tead publiku seas valitsevaid stereotüüpe, siis saad need enda kasuks pöörata. Kuidas muuta eelarvamused eelisteks?

## **Pane oma eelised idanema – ära neid välja ütlev**

Sinu välimus määrab, kui palju trumpe sa saad välja käia, ja seda tuleks teha sarmikalt. Paljud teevad vea, et loetlevad oma tugevusi. Selle asemel tuleks kuulajate hinnangud argumenteerimise abil nende peas hoopis idanema panna. Ära ütlev „Ma olen hea suhtleja”, vaid jutusta olukordadest, milles oled viibinud ja mis panevad kuulaja ise tegema vastava järelduse. Too selliseid näiteid, mis suunavad kuulajat langetama „õige” otsuse – see tähendabki eeliste külvamist. Muidugi on neidki, kes leiavad, et oma trumbid tuleb *just nimelt* välja käia, kirjeldades end üli-võrdeliselt: „Olen väga avatud ja hea huumorisoonega.” Selline väide võib ehk inimese minapilti upitada, aga minu ülesanne on aidata sul end maksma panna. Oma tugevuste üleslugemine võib sind natuke edasi aidata, kuid mitte piisavalt kaugele, seega istuta kuulajasse aimdus sellest, kes sa oled, kuid ära seda välja ütlev. Kokkuvõtlikult: mõtle oma ilmsetele nõrkadele kohtadele ja kummuta need. Juurdle oma tugevuste üle ja pane need kuulaja peas idanema. Nii mõnedki tuntud inimesed on seda arvesse võtnud ja teinud oma panused nende kohta käivatele üldistustele.

Kui Barack Obama kandideeris presidendiks, siis teadsid mitte ainult tema retoorikaekspertid, vaid ka Obama ise, et ta kutsus Ameerika rahvas esile teatud vastureaktsioonid. Üks

uskumustest oli, et kindlasti seisab ta eelkõige mustanahaliste huvide eest. Proovikivi oli pöörata need eelarvamused tema kasuks. Kunagi varem pole me kuulnud üht presidenti nii palju rääkimas oma päritolust ja geenidest. Saada afroameeriklasena valitud presidendiks ikka veel segregeeritud Ameerikas oli ajalooline sündmus, kuid ka raske katsumus. Obama muutis selle, mis oleks võinud saada talle komistuskiviks, eeliseks. Ta tõi oma ilmse puuduse esile sellisel viisil, et võis õigustatult esindada suurt osa USA rahvastikust: tõi päevavalgele oma varjatud geneetilise tunnuse – valge nahavärvi. Kui tal poleks seda trumpi olnud, siis oleks ta väga suure tõenäosusega kasutanud autoriteedile rajatud võimendust, öeldes: „Mul on üks väga hea valgenahaline sõber.” Nüüd ei pidanud ta nii tegema, sest tal oli tema ema:

„Olen mustanahalise Keeniast pärit mehe ja valge Kansasest pärit naise poeg. /.../ Olen käinud mitmes USA parimas koolis ja elanud mitmes maailma vaeseimas riigis. Olen abielus mustanahalise ameeriklannaga, kelle soontes voolab nii orjade kui ka orjapidajate verd – pärand, mille me anname edasi oma kahele armastatud tütrele. Need faktid ei tee minust kõige tavalisemat kandidaati, kuid see on lugu, mis minusse kodeerituna on söövitanud tõdemuse, et Ameerika rahvas kokku on palju rohkem kui vaid liidetavate summa – et me kõik kokku oleme tegelikult üks.”

*(kõnest „A More Perfect Union” ehk „Täiuslikuma riigi poole” 18. märtsil 2008)*

Nii Obama kui ka teised suured kõnemehed suudavad panna rahvast end kuulama tänu sellele, et nad arvestavad oma kuulajatega ja nende eelarvamustega.

Kui oled naissoost *ja* noor, siis tee juttu sellest, mida kõik ju nagunii näevad – et sa oled noor naine. Aga rõhuta ka seda, mida näha ei ole: et sa oled oma ala spetsialist. Tee nähtavaks



see, mida palja silmaga ei näe. Alles siis lakkavad kuulajad sind umbusaldamast. Meie, rootslased, oleme väga vanusetundlik rahvas ja minu kuulajad ei rahune kunagi enne, kui ütlen välja oma vanuse. Teavitus „olen 29-aastane” võib teha ettekande paremaks – või ka halvemaks – vastavalt sellele, millised eelarvamused kuulajatel selle vanusega seoses on. Seejärel räägin neile, millega olen tegelenud, ja enamasti hajutab see eelarvamused nimetatud vanuserühma suhtes.

Enda vaatlemine kuulajate vaatevinklist on hea selles mõttes, et see annab tunnistust, et suudad end objektiivselt hinnata. Enesest distantseerimine viib su kuulajatele lähemale, sest selline teguviis edastab kaudselt: „Olen sinu meele, sest ma näen sedasama, mida sinagi.” See muudab publiku sinu suhtes heatahtlikuks (*benevolus*). Oluline on mitte heituda kõikidest neist võimalikest halvustavatest stereotüüpidest, mis sinu kohta võivad käia. Ära muuda neid üldistusi oma „tõdedeks”. Muidu poeb hirm naha vahele, hakkab kasvama ja muutub lõpuks rambipalavikuks. Kui oled end eemalt hinnanud, siis käi kuulajate veenmiseks välja just need tugevused, mis sul on, kasvõi näiteks noore naisena. Muuda lähtekohta – vaatajate poolt enda poole – nagu tegi Obama, kui ta nimetas oma ema.

Üks teine näide kuulsast kõnemehest, kes oskab kuulajate eelarvamusi enda kasuks pöörata, on Paul Hewson, rohkem tuntud kui Bono. Paljudel kordadel on ta alustanud oma etteastet sõnadega: „Minu nimi on Bono ja ma olen rokkstaar. Ma ei ütle seda selleks, et kiidelda, vaid pigem selleks, et vabandust paluda.”

Nagu teada, pole Bono mitte üksnes rokkartist, vaid ka inimõiguste eest võitleja. Tal on austajaid üle maailma ja alati sobitab ta oma esitluse vastavalt publikule (risti vastupidi sellele, mida tegi Friggebo Rinkebys). Sissejuhatusena alustab Bono

selle teatega, mida kõik nagooni temast teavad ja mille tulemusena ta silma paistab: et ta on rokkmuusik. Ta ütleb selle välja, et kuulajad saaksid keskenduda tema teisele rollile. Enne oma kõnet tahab ta alla joonida, et tegemist on võitlusega inimõiguste eest. Sedasama tegi ta ka siis, kui seisis mustanahalise publiku ees. Valge Iiri mehena kavatses ta rääkida inimõigustest. „Mida teab tema segregatsioonist ja rõhumisest?” tõrkus kindlasti nii mõnegi kuulaja sisemine hääl. Bono alustas oma kõnet, vastates just sellele küsimusele:

„Ma kasvasin üles lirimaal ja minu lapsepõlves oli lirimaa killustatud piki religioosseid ja lahkusulisi liine. Minutaolised tolle aja noored janunesid Mustast Ameerikast valguva visiooni järele. Kujutluspilt mustanahalisest Atlanta pastorist – mehest, kes keeldus vihkamast, sest ta teadis, et armastusega jõuab kaugemale ... Mustanahaliste kirikupoeesia ja nende põhjendatud raev olid suureks inspiratsiooniallikaks minusugusele – valgele, peaaegu roosanahalisele liri mehele, kes kasvas üles Dublinis.”

*(Bono kõnest NAACP Awardi<sup>3</sup> auhinnagalal 2007. aastal)*

Vähem kui minutiga suutis ta juhtida tähelepanu kõrvale sellelt, mis oli nii ilmne: faktilt, mis eristas teda ta kuulajatest – tema valge nahavärvus. Kuid ta ei piirdunud sellega. Tal läks korda teha kummardus kuulajate identiteedi suunas ja ta muutis nad sellega oma sõnumile vastuvõtlikumaks. On palju lihtsam kuulata inimest, kes on sulle sümpaatne, ja sellepärast hoolitses Bono kohe selle eest, et see nii oleks. Säravate kõnemeeste kombel oskas ta esile tuua ja enda kasuks pöörata oma näiliselt varju heitvad omadused. Ta tegi seda nii, et ehitas oma retoorilise ettekande

---

<sup>3</sup> USA vanim ja suurim kodanikuõiguste organisatsioon National Association for the Advancement of Colored People.

üles õiges järjekorras. Ta pani ennast kuulajate asemele ja vaatas ennast distantsilt. Sedasama peaksid sinagi edaspidi tegema, kui tahad kuulajaid enda poole võita.

## Sinu staatus

Kuulajate sisemistel häältel on kindlad seisukohad nii sinu sotsiaalse rolli kui ka privaatses staatuses kohtades sõprade ringis. Samuti sinu ameti kohta: „No muidugi, sa pole muud kui üks koonerdajast raamatupidaja” või „No muidugi, sa oled ju vereimejast ülemus, kes ihkab oma alluvaid ekspluuteerida”. Näiteid jaguks veel ja veel. Kui oled keegi, keda kuulaja tunneb, siis peaksid mõtlema sellele, millist kuvandit tahaksid just sel hetkel tema silmis omada. Võta väljakutse vastu ja poe oma mugavustsoonist või sotsiaalsest rollist välja ning muutu selleks, kes sa ihkaksid olla. Sinu lähikond imestab kahel esimesel korral, kuid pärast seda hakkavad nad uut sind aktsepteerima. Võibolla oled juht, kuid sooviksid rääkida pigem kolleegi positsioonilt. Või oled see, kes end alati ohvriks toob, kuid tahad teha teatavaks, et niimoodi ei saa see jätkuda. Kõigil meil on sotsiaalne roll, mis võib osutada nii eeliseks kui rääkida ka sinu kahjuks.

Üks minu hea sõber üritas veenda oma elukaaslast, et Lõuna-Aafrika lennupiletid tuleks üks aasta varem ära osta. Too elukaaslane, minu sõber, oli tuntud kui tundeline persoon, kes harva mõtleb loogiliselt. Seega langesid tema mehe praktilist laadi ettepanekud harva viljakasse pinnasesse. Sellest teadlik olles võimendas mees oma usutavust (*ethos*-võimendus), tsiteerides kedagi, kes tema elukaaslase arvates oli rohkem usaldatav. Nii ütleski mees, et tema sõber David, keda nii mees kui ka tema

elukaaslane mõlemad teadsid kui väga loogiliselt mõtlevat inimest, oli andnud nõu osta piletid üks aasta ette. Kuna sõnum tuli kelleltki, keda naine usaldas, ja elukaaslane oli ainult sõnumi-  
tooja rollis, siis jäigi naine kuulama.

Juurdle oma sotsiaalsete, eraeluliste ja professionaalsete rollide üle. Kas need on ühesugused või erinevad vastavalt sellele, kes on publikuks? See on esimene asi, millele peaksid tähelepanu pöörama, kui tahad veenda kedagi, kes sind tunneb või vähemalt teab. Tuntud inimesed jutustavad harva endast, sest seda juba teatakse. Mida nad aga räägivad, on see, millist rolli (*persona*) nad selles kontekstis etendavad: isa, tütar, ülemus ja nii edasi. Täpselt nagu Bono tegi, rõhutades oma inimõiguste eest võitleja rolli. Sina saad teha sedasama. Küsitle lähedasi inimesi, sõpru, tuttavaid ja kolleege, kuidas nemad sind näevad. See on hea läheteoht, kui kunagi tulevikus tahad neid milleski veenda.

2010. aasta valimiste ajal ei maininud Mona Sahlin kordagi arvamusküsitluse negatiivseid tulemusi, mis näitasid, et Rootsi rahvas teda eriti ei usaldanud. Teha juttu millestki, mis niigi on ilmselge, ei ole paljude arvates see, millega oma jalgealust kindlustada. Ent vastupidi, see on just strateegia, kuidas nihutada rõhuasetus segavast faktorist eemale. Täpselt nii tõmbaski Janne meie tähelepanu armilt oma sõnumile. Kõik ei ole niisama osavad kui Janne. Me näeme iga päev natuke teistmoodi välja. Tasub ära heita peeglist üsna pilk, et kuulajate tähelepanu ei takerduks mõne pisiasja taha, vaid keskenduks sellele, mis sul öelda on.

Lõpetuseks annan sulle ühe ülesande: mõtle, milline kuvand sul võiks teiste silmis olla. Suhtu sellesse kui väärtuslikku teabesse, mis aitab sul oma sõnumiga teisteni jõuda. Küsi kümnelt tuttavalt inimeselt, mida nad mõtlesid, kui sind esimest korda nägid. Milliseid omadusi nad sulle omistasid? Kirjuta nende ütlused

üles. Seejärel küsitle kümmet võõrast inimest selle kohta, mis nad sinust arvavad, niisama naljaviluks. See nõuab muidugi julgust. Näiteks mõnel peol võid teha ettepaneku mängida järgmist mängu: „Ütlen sulle, mis tüüp sa minu arvates oled: kelle poolt hääletad, kas sul on auto ja millised on sinu huvid. Seejärel saad teha sedasama minuga. See on lõbus mäng!”

Kui järgmisel korral püüad kedagi ära rääkida, siis vali saadud vastustest välja kõige sagedamini kordunud arvamused. Kui need on midagi negatiivset – kummuta need. Kui vastused on sinu kasuks, siis on need nahunii kõigile näha ja sel juhul ei pea neist rohkem juttu tegema, sest sinu kuvand „kannab” juba niigi. Järeltööks jääb pöörata negatiivsed eelarvamused eelisteks. Selleks tood näiteid-kogemusi, mis tõestavad vastupidist.

Kolm tüüpilist arvamust minu kohta:

1. ....
2. ....
3. ....

Need näited tõestavad minu kohta vastupidist:

.....  
.....  
.....

## 2. Riietus

Nüüdsest peale peaksid mõtlema taktikaliselt iga kord, kui oma riidekapi avad. Strategia all pean silmas rohkemat, kui et näha välja sale ja kena. Enamasti üritatakse end „ilusti” riidesse panna. Et kui siduda kaela mõni äge lips või – veel hullem! – mahtuda jälle endisesse suurusnumbrisse, siis on eesmärk täidetud. Oma retoorikakursustel olen näinud seda viimati nimetatut päädi-mas pärani püksilukkude ja piiluaukudega särkidega. Üks asi on vale rõivavaliku puhul alati sama: sõnum kahvatub riietusap-sude kõrval. Sinu riietus ei tohiks kunagi tõmmata tähelepanu ära sellelt, mida sa oled ütlemas. Rõivad peaksid tugevdama sinu positsiooni, sinu sõnumit, sinu väärtushinnanguid ja/või looma ühisosa kuulajatega. Kui sul on õnnestunud kedagi *tõeli-selt* mõjutada, siis ei ole sinu välimus see, mis kuulajatele meelde jääb. Parem unustatagu üldse, mis sul seljas oli. Ja selleks, et nemad saaksid sinu riie-test mööda vaadata, sihime meie nüüd justnimelt rõivastele.

Psühholoogiaalastes uuringutes on hästi dokumenteeritud nn *representatiivsuse heuristiku* efekt. See tähendab keeruliselt väljendudes, et meil, inimestel, on kalduvus kõikidele sarnastele nähtustele kanda üle ühe sellise nähtuse informatsiooni põhjal tehtud järeldused, mis tunduvad iseloomustavat kõiki sama-laadseid nähtusi. Las ma selgitan. Sa kohtad kedagi, kes kannab lotendavaid ja räpakaid riideid, juuksed sassis, silmad punased ... Esimese mulje informatsiooni põhjal, mis sinuni jõuab, algab sinu mälu-pangas kohe sõelumine, mis tüüpi inimesi selline välimus esindab. Kas taoline riietus viitab hambaarstile? Pangatöötajale? Või kellelegi, kes magab pargipingil ja otsib prügikastidest toitu? Arvata võib, et kõige paremini sobib kirjeldatud isik sinu

ettekujutusega hulkurist (riietus reedab hulkurit sagedamini kui teisi). Selle tulemusena hakkad sa omistama tolele inimesele neid omadusi, mis sinu arvates ja vastavalt sinu väärtushinnangutele kuuluvad sellesse kategooriasse.

Varem omandatud arusaamad – nagu meil kõigil on – võivad esile kutsuda kummalisi olukordi:

Istusin Nyköpingi rongi 1. klassis. Vagunisse sisenesid kaks vanemat härrasmeest. „Terve kodutee esimeses klassis – see tagab, et kõik on nii, nagu peab,” konstateeris üks neist rõõmsalt ja heitis seejärel enne istet võtmist imestunud pilgu minule. Reisi kestel jätkas ta minu seiramist. Ma ei lasknud end sellest segada, tegemist näis olevat lihtsalt ühe uudishimuliku inimesega. Olen sellega üsna harjunud, sest söidan enam-vähem iga päev esimese klassi vagunis koos teiste kontorirootidega, kes mind küll märkavad, kuid kunagi midagi ei ütle. Järsku jäi rong seisma ja see, kes oli mind pikalt pielnud, tõusis püsti. Ta nägi murelik välja, uuris minu afrojuukseid ja pahvatas siis: „Kas see siin on ikka 1. klassi vagun? Kas *sina* sõidad ka 1. klassis?!” Kogu vagun hoidis hinge kinni. Minu suu vajus lahti – kas ma olin kuulnud õigesti? See kommentaar sobis rohkem aastasse 1910, mitte 2010. Ma ei suutnud jätta vastamata: „Helde jumal, kuidas peaks minusugune siis teie arvates reisima? Hobuvankriga?!” Kostis teiste vagunis olevate ametnike naerupahvak. Jumal tänatud, et oli aasta 2010, kuid ilmselgelt polnud mitte kõik suutnud ajaga sammu pidada: vanemale herrale ei paistnud mina sellena, kes võiks sõita 1. klassis.

Minu 1920ndatel sündinud eakas vanaisa Arne selgitas mulle juhtunut lühidalt: „Väike sõber, see juhtus ju sinu neegrijuuste pärast. Sa peaksid neid sirgendama, nagu sul on kombeks.”

See ongi representatiivsuse reegli tulemus. Ja see, millised arusaamad valitsevad, sõltub sellest, millises riigis – või aastakümnel – inimene on sündinud.

Selsamal efektil põhinedes tekitab sinu riietuse valik erinevaid mõtteid nendes, keda sa kohtad. Mõne sekundi möödudes on nad kujundanud sinu kohta arvamuse – ainuüksi selle põhjal, millist kuuluvust ja omadusi sinu riietus ja välimus nende jaoks sümboliseerivad. Ära seda alahinda!

Alates tänasest päevast peaks sinu riietuse eesmärk olema edastada täpselt sellist sõnumit, mida sa tahad. Arvestada tuleks nelja aspektiga: kas tahad riietada end selleks, et 1) demonstree-rida oma väärtushinnanguid, 2) saavutada lähedust kuulajatega, 3) tugevdada oma positsiooni või 4) suurendada öeldu mõju. Kui oled osav, võid proovida tabada kõiki nelja sihtmärki korraga. Lisaks tasub teada üht-teist ka värvipsühholoogiast – et mõjutada kuulajate tundeid, kui nad sind vaatavad. Sellest pikemalt natuke hiljem. Nüüd vaatleme põhjalikumalt nelja riietumisstrateegiat. Marss riidekappi kuulajate veenmiseks relvastuma!

## **Väärtushinnangute strateegia**

Leidub ettevõtteid, kes on väärtushinnangute ja riietuse omavahelisele seosele väga hoolikalt mõelnud. Klient nimega „Toomas” pidi kohtuma Ikea kaubamaja juhiga ja seisis oodates peasissekäigu juures. Hoonest väljus inimene, keda Toomas pidas turvameheks või lihtsalt „tavaliseks” Ikea töötajaks. Mees ei erinenud millegi poolest teistest töötajatest: seesama firmalogoga



sinikollane komplekt ja rinnal nimesilt. Sellegipoolest seisis tema ees kaubamaja juhataja. Ikea moto „kõikide võrdsusest” sööbis Toomase müllu ja see kohtumine jääb talle alatiseks meelde. Ikea strateegia oli hästi läbi mõeldud: ettevõtte väärtushinnangud jõudsid küllastajani ja kinnistusid. Ainus abivahend, mida kaubamaja juhataja oli kasutanud, oli riietus. Ta ei ole ainuke.

Göteborgi kontserdimajas toimunud „Suurel kolleegipäeval” olin mina üks lektoritest. Alguses istusin publiku hulgas, et kuulata esimest kõnelejat Claes Schmidt<sup>4</sup>, kes sel päeval esines kui Sara Lund. Esile astus pikk mees. Seljas oli tal šikk pruun nahkseelik, lilleline topp ja punane nahkjakk. Parukas oli blond, huulepulk punane ja häääl kähe. Publik ahmis teda hingetult: laval 400 inimese ees seisis „ehitud” mees. Meie istusime oma toolidel ja sulandusime turvaliselt massi. Kõik muigasid. Võibolla sellepärast, et meie arvates nägi ta koomiline välja, või sellepärast, et meil oli hea meel, et me ei olnud tema. Aga sel hetkel ei teadnud ma veel, et tulemas oli parim loeng, mida olen eales kuulnud ja et tollest kostümeeritud mehest saab tänaseks üks Rootsi osava- maid kõnelejaid.

Naine – seda ta sel päeval ju oli – alustas sellest, et tunnistas, et on transvestiit, mis tähendab mehi, kellele meeldib kanda naiste-, mitte meesteriideid. Sara Lund oli 20 aastat tagasi olnud õnnelikus abielus Anita-nimelise naisega. Mees astus oma kõrgetel kotsadel mõne sammu publiku poole:

„Ühel päeval tuli mu naine varem töölt koju ja ma ei jõudnud oma salajase harrastuse jälgi ära peita. Naine leidis sellise kaubamärgi sukkpüksid, mida ta ise kunagi ei kasutanud, voodi kohal hõljus parfüümihõng ja siin-seal vedesid naiseriided. „Sara rääkis aeglaselt, samal ajal hoidsime meie hinge kinni.

---

<sup>4</sup> Claes Schmidt (sündinud 19. märtsil 1949 Malmös) – tuntud Rootsi turundusjuht, visionäär ja lektor ning transvestiit ja koomik nime all Sara Lund. Wikipedia

„Ja nii mõtleski mu naisuke: „Claes on ju transvestiit.”” Seda öeldes Sara muigas. Sest see polnud ju üldse see, mida naine tegelikult oli arvanud – et mees petab teda. Sest see oli ju ainuke võimalus.

„Sellest päevast alates tulin kapist välja ja tunnistasin, kes ma olen.”

Seejärel pööras Sara aeglaselt, kuid kindlalt publiku vaatenurga enda omaks.

„Minu arvates on äärmiselt tähelepanuväärne, et iga kord, kui ma töösus erinevatesse kokkusaamiskohtadesse lendan, on kaasreisijatest kontoritöötajad kõik eranditult hallid ja identsed. Uuris inisegi oma piletit, ega seal ole kohustuslikku lennureisirõivastust kirjas. Midagi sellist ma ei leidnud, kuid ometi on nad kõik ühtemoodi riides. Ja kes selle *määärab*?” küsis Sara murelikult oma mahlakas skoone murrakus.<sup>5</sup> Vaatasin Sarat tema efektses nahkseelikus, siis piilus in oma kõrvalistujaid: mitte keegi ei paistnud teiste seast silma. Olime punt „tavalisi tüüpe”, kes moodustasid ühtlase halli massi. Tasapisi hakkasin end oma toolis järjest ebamugavamalt tundma. Kas oli see juhus, et kõik nägid ühesugused välja, või järgisime me mingit riietumisetiketti? Kes otsustab, mis ma endale selga panen? Me olime end riietanud vastavalt ühiskonna ettekirjutustele: kombestik.

---

<sup>5</sup> Rootsi lõunapoolseima maakonna Skåne ajalugu on olnud mõneti erinev võrreldes muu Rootsi ajalooa. See ala, olnud pikemat aega Taani ja Rootsi vaheline tüliõun, siirdus Rootsi võimkonda lõplikult alles 1658. aastal. Skåne dialekt meenutab seetõttu rohkem taani või isegi saksa keelt ning kohalikud ajaloo huvilised kultuurientusiastid on hakanud rääkima iseseisvast skoone keelest. Ühtlasi tuletatakse meelde Skåne ja Rootsi keerulisi suhteid läbi ajaloo ning sedagi, et kunagisse Skåne (või Scania) kultuuripiirkonda kuuluvaks võib lugeda ka Bornholmi saart ja Taani muidki osi. Skoone keelt pole tunnustatud Rootsis iseseisvaks keeleks ja puudub ka ühtne skoone kirjaviis. Paljud skoone kultuuriaktivistid on seetõttu töötanud välja oma kirjaviisi. Perioodilistest skoonekeelsetest väljaandetest võiks nimetada näiteks kultuuriajakirja Byahornet (<http://www.byahornet.se>). Teised sarnased väljaanded ilmuvad kas rootsi või taani keeles, nagu Dansk-Skånsk Tidskrift (<http://www.danskskaansforening.dk/ramme.htm>). Internetis võib siiski leida üsna mitmeid Skånega otseselt seotud materjale, millest mõned on ka skoonekeelsed. *Wikipedia*

„Transvestiitide puhul ei ärata tähelepanu mitte see, et me kanname „vastassoo“ riideid, vaid see, et nii pole kombeks.”

Sara Lund / Claes Schmidt

Minu mõtted tulvasid edasi. Kes otsustab, kuidas ma käitun, millised on minu eelistused ja mida ma mingil ajahetkel teen? Kas otsustajaks olen mina ise või „rahva” arvamus? Täpselt nagu ütles Sara, nii ongi – nagu kogeb keegi, kes järgib täpselt oma sisemist mina – ootused teiste inimeste reaktsioonide kohta on hullemad kui tegelikkus ise:

„Kas teate, mis juhtus, kui läksin esimest korda transvestiidina kodust välja? *Mitte midagi!*”

Sara sõnum sai tohutu võimenduse, sest tema riided edastasid väärtushinnanguid, mis ulatusid kaugemale kui seksuaalvähemuste küsimus. Need väärtushinnangud jõudsid meist igapäheeni, kes me seal saalis istusime. Kõik me suutsime samastuda „transvestiidiga”. Kuid jutt ei käinud tegelikult transvestismist. Jutt käis täiel rinnal elamisest. Maagiliseks muutis tema esitluse see, et kui alguses oli tema see, kes nägi ülesmukitud välja, siis lõpus olime meie need, kes end kui vormiriietuses tundsim. Sara lõpetas oma esinemise sõnadega: „Kas sa elad seda elu, mida sa tahad elada, või elad sa seda elu, mida sa arvad, et teised tahavad, et sa elaksid?” Kui üks transvestiit suudab panna saalitäie publikut end võltsilt tundma, siis on tegemist retoorika kõrgeima pilotaažiga!

Nii. Mine uuesti oma riidekapi juurde ja vaata, kas sul on selliseid riideid, mida saab kasutada väärtuste strateegia rakendamisel! Rahune maha: sa ei pea end transvestiidiks maskeerima. Aga võibolla tahaksid näha välja nagu arvutifriik või keskkonnateadlik tegija? Väärtushinnanguid on palju ning vali need riided, mis sobivad selle sõnumiga, mida sa tahad täna edastada.

## Sõnumistrateegia

*Maailmas valitses kaos ja kõik otsisid süüdlast, kellele kogu selle viletsuse pärast näpuga näidata. Majandus oli neile vingerpussi mänginud, kokku varisenud. Kas see taastub? „Muutus” sai sõimusõnaks. Kuhu oli kadunud eilse päeva turvatunne?*

Sellises olukorras oleksid loosungid, nagu „change” või „yes we can”<sup>6</sup>, olnud kohatud. See-eest astus ikka ja jälle ette üks mees ning sundis end kuulama. Ta kandis kogu aeg ühetaolisi riideid. Tema muutumatu riietus ei kõnelnud destruktiivsest pöördelisest ajast, vaid sisendas pigem stabiilsust ja kindlustunnet, sest see nägi kogu aeg ühtemoodi välja. Mees taipas rahva frustratsiooni ja illustreeris seda äärmusliku ja kujundliku kehakeelega. Tema sõnade peale ajas rahvas selja sirgeks. Kõne lõpus tõstsid nad oma käed taeva poole ja skandeerisid: „*Heil Hitler!*” Hitler kõneles Saksamaast, nagu see oli olnud varem ja milliseks see võis taas saada. „*Yes we can*” asemel ütles ta: „Mina suudan” ja ta kandis „õigeid” riideid (kogu aeg samad riided signaliseerisid turvatunnet), kasutas „õiget” kehakeelt ja „õigeid” sõnu – õigel ajal.

Riietel on tohutult suur mõju, kui kasutad neid oma sõnumi võimendamiseks.

„Suuri rahvamaasse on suure valega palju lihtsam alistada kui väikse valega.”

*Adolf Hitler*

---

<sup>6</sup> *change* – ‘muutus’, *yes, we can* – ‘jah, me suudame’.

Mõtles, kui Hitler oleks kasutanud retoorikat millekski heaks – milliseid positiivseid muutusi oleks ta võinud algatada! Peatu sellel natuke ja mõtiskle selle üle, kes võiksid tänapäeval retoorikat valedel eesmärkidel ära kasutada. Hoiatage neid oma skeptiline pilk peal ja kõravad lahti! Edaspidi tuleb juttu sellest, kuidas selliseid inimesi läbi näha.

Me kõik anname iga päev oma riietega sõnumit edasi. Mõned kannavad pealaest jalatallani kalleid margirõivaid. Mis on nende sõnum? Muidugi see, et margiriided on nende arvates väärtuslikud. Mõnede võtteks on *dress down*: kannavad vanu kingi, üli-suuri pükse ja särke aastast 1992. Nende varjatud sõnum on, et mood neid ei huvita. Või ehk ka see, et nad pööravad rohkem tähelepanu sisemusele. Isegi kui sa ei püüa end riiete abil tähtsaks teha ega maha salata, siis mida iganes sa ka selga paned, saadavad riided alati välja teatud signaale. Vaata selle raamatu esikaant. Millisesse parteisse ma sinu arvates oma riiete järgi kuulun? Seda ma arvasingi!

Kui pean loengut, siis on sama lugu: publik teeb minu riietuse põhjal järeldusi. Kui mul aga pole muid aksessuaare kui rätik ümber kaela ning kannan teksasid ja lihtsat toppi, siis liigitatakse mind hoopis „vasakpoolsetesse”. Ainult selle põhjal, et minu rätik tekitab assotsiatsioone Palestiina mustavalgeruudulise salliga (Palestiina salli kasutatakse opositsiooni märgina võitluses Iisraeli vastu ja see võeti 1970ndatel läänemaailma noorte poolt üle). See on nii naeruväärselt lihtne: võin panna selga midagi helerohelist ja publik vastab: „Roheliste partei!” Nad ei teagi õieti, miks nad nii arvavad, enne kui ma neilt seda küsin. Mõtles oma sõnumi üle. Hoolitse selle eest, et sinu riietus seda kinnitaks.

## Läheduse strateegia

Kui soovid oma vestluspartneriga lähedust tekitada, siis riietu nagu tema. Alateadlikult sisendab see kuulajale, et teil on palju ühist. Aga – rõhk sõnal *aga!* – on ka erandeid. Kui näiteks oled oluliselt vanem ja üritad noortekambaga riiete abil ühisosa leida, siis võid kergesti mõjuda tragikoomiliselt – traagiline sinule ja koomiline noortele. Samas võid kuulajale hinge minna ka siis, kui näed temast erinev välja. Kui oled näiteks seltskonna ainuke jurist, siis peaksid sinu riided hoopis rõhutama sinu positsiooni selles kontekstis: kanda kuulajaga sarnaseid riideid ei ole tark samm, kui tahad anda mõista, et sa tead temast rohkem. Või kui sinu ametiriietus on teada-tuntud.

„Kui ma pööraksin ringi iga kord, kui keegi mind homoks sõimab, siis kõnniksin tagurpidi – ja ma ei taha tagurpidi kõndida.”

*Harvey Milk*

Ameerika poliitik Harvey Milk oli humanist, kes võitles 1970ndatel homoseksuaalide õiguste eest. Alguses nägi ta välja nagu vasakpoolne 1968. aasta mässu<sup>7</sup> aktivist: habe ja pikk juuksetutt, velvetpüksid ja kinninööpimata pluus. Tema eesmärk oli uidata koos teiste ülikonnainimestega mööda võimukoridore.

---

<sup>7</sup> Pariisi 1968. aasta rahutused said alguse tudengite seas, kes nõudsid endale õigust valida vabalt oma seksuaalpartnerit, suuremat sõnavabadust ja paremat juurdepääsu haridusele (loosung „*Egalité! Liberté! Sexualité!*”). Ent murrangust, mille see ühiskonnas kaasa tõi, võib siiski rääkida kui revolutsioonist. Konservatiivne moraal asendus liberaalse moraalitusega, ent samal ajal saavutasid kindlama koha võrdõiguslikkus, seksuaalvabadus ja kodanikuõigused ning vähenes riigi suure venna funktsioon. Revolutsioon, mida prantslased tänini meenutavad kui vasakpoolse intelligentsi suurimat eneseväljendust. Pariisi rahutused tõid kahjuks endaga ka parempoolsuse tugevnemise Euroopas ja hiljem raudse leedi Thatcheri võidu Suurbritannias, ent jätsid olulise jälje moodi, populaarmuusikasse ja kunsti. Nii oli 1968. aasta tulevase ajaloo suhtes murranguline. <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/egalit-libert-sexualit-paris-may-1968-784703.html>

Tema teel oli ka paar takistust: seksuaalne orientatsioon ja riie-  
tus. Kuna ta võitles oma seksuaalsuse eest, siis sellest ei saanud  
ta loobuda. Ent ühel päeval tegi ta täpselt sedasama, mida teevad  
loomad George Orwelli raamatus „Loomade farm” (1945). Kes  
on seda raamatut lugenud, teab, et see räägib kommunistlikus  
režiimis oma õiguste eest võitlevatest loomadest, keda juhivad  
paar siga. Sedamööda, kuidas sead jõuavad lähemale võimule,  
kus istuvad inimesed, nad järk-järgult muutuvad: hakkavad  
kandma riideid, tervitavad nagu inimesed ja teevad kõike muud,  
mida inimesed võiksid teha. Lõpukulminatsioonistseenis seisa-  
vad kõik loomad maja juures, kuhu sead on inimestega läbirää-  
kimisteks sisenenud. Loomad piiluvad aknast sisse, lootusrikkad  
oma ootustes. Sees näevad nad neljal jalal seisvaid inimriietes  
sigu. Seejärel ajavad sead end ettevaatlikult kahele jalale püsti ja  
sätivad end tagumisse ritta istuma. Ja ühtäkki ei suuda loomad  
enam sigu inimestest eristada.

Harvey Milk hakkas samuti ülikonda kandma ja keegi ei teinud  
enam vahet „homoseksuaalsel mehel” ja teistel kontorirottidel.  
Riietus pakkus talle edasipürgimisel tuge, sest ülikonda kandes  
oli tema sõnum: „Ma näen välja täpselt samasugune nagu teie  
– tähendab, olengi nagu teie.” Milk rühkis hierarhias ülespoole  
ja tegi sellega ajalugu. Temast sai USA esimene avalikult vali-  
tud homoseksuaalne poliitik. Tal õnnestus läbi suruda mitmeid  
homoseksuaalide õigusi, kuni üks poliitikust kolleeg ta 1978.  
aastal surnuks tulistas. Selleks ajaks oli ta juba leidnud koha  
rahva südames, kus ta elab edasi tänaseni. 2009. aastal otsustas  
tollane California kuberner Arnold Schwarzenegger kuulutada  
Milksi sünnipäev 22. mai ametlikult Milksi päevaks. Kui tahad  
luua lähedust, siis riietu nii, nagu sinu kuulajad.