**Т.Т.БАЕВА**
*Российский гидрометеорологический университет,*
*г.Санкт-Петербург*

# О НЕКОТОРЫХ ПРИНЦИПАХ РИТОРИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Настоящая статья посвящена рассмотрению видов речевого воздействия в коммуникации.

This article considers the kinds of speech influence in communication.

Формирование навыков публичного говорения является неотъемлемой задачей курса «Культура речи». Монтескье отметил, что искусство говорить – самое сложное после искусства мыслить.

Древние утверждали, а Аристотель обобщил это утверждение, что основным, существенным началом публичной речи является способ утверждения относительно всякого её (речи) предмета. Способ утверждения формирует оценочное мнение относительно предмета речи. Сформированное мнение не только становится фрагментом личностной картины мира, оно выражает культурные и ценностные приоритеты личности, что, в свою очередь, находит выражение в мотивах, установках, в принятых личностью морально-нравственных установках, в поведенческих мотивах, в формировании её индивидуальных потребностей. Именно поэтому слово и понималось древними как дело: я говорю для того, чтобы ты сделал. Сформированное общественное мнение делает предсказуемыми общественные реакции, позволяет их прогнозировать и в известной степени манипулировать общественным сознанием («Знание элитно, а мнение народно» – утверждал Платон).

Сегодня мы переживаем риторический бум. Нас убеждают покупать, вступать, поддерживать, голосовать. По мнению Монтескье, «философия стремится склонить ум к истине», риторика этим не ограничивается, она стремится склонить волю.

Современное направление воздействующей речи – неориторика выделяет в качестве главнейшего принципа звучащей речи её иллокутивное начало.

Уже на начальном этапе формирования замысла речи (инвенция) говорящий формирует для себя цель речи – осознанное намерение, выраженное в звучащей речевой структуре – дискурсе – и требующее от слушающего акционального исполнения, незамедлительного или пролонгированного во времени.

Процесс речевого воздействия психологически можно представить четырехступенчатым: на иррациональном уровне – внушить; на рациональном уровне – склонить к своему мнению, убедить, доказать. Сочетание всех типов воздействия делает речь убедительной и доказательной.

Иррациональный способ речевого воздействия – тип эмоционального заражения и его глубину можно охарактеризовать последовательными этапами: возбуждение доверия и приязни аудитории, неагрессивного эмоционального подавления личных эмоций провокацией острого интереса к предмету речи, эмоционального заражения, ответного эмоционального воспламенения аудитории. Это происходит в том случае, если оратор хорошо знает интересы аудитории и говорит о насущном для нее, выстраданном ею.

Перлокутивный эффект такой речи может предполагать изменение акционального состояния аудитории как ответ на действенный политический лозунг или агитационный призыв может вызвать изменение оценки предмета речи (тип воздействия рекламного текста).

Эмоциональный эффект речевого воздействия может провоцировать у адресата шоковое состояние прострации, пребывания

вне времени, вне действительности, выхода из нее. Это состояние эстетического потрясения, внезапного духовного озарения и очищения, формирующего иные ценности (например, процесс творчества).

Эмоциональный эффект речевого воздействия может вызвать изменение картины мира (т.е. когнитивного и ценностного аспектов сознания) реципиента. Наиболее эмоциональным является дискурс, в котором проявляется личность говорящего.

Склонить (приклонить) к своему мнению возможно, используя методы индукции, фигуры речи (риторические вопросы, восклицания, градация)

Убеждающим принципом обладают общие места – топосы.

Доводы, реальные факты, неотразимая аргументация делают речь доказательной, заставляя слушателя принять позицию говорящего как должное, неоспоримое, единственно возможное. При этом изменяется когнитивный план восприятия мира личностью.

Действующие в сочетании эмоциональный, убеждающий, аргументативный типы речевого воздействия могут привести к изменению национальной ментальности.

Исполнение всех типов речевого воздействия позволяет построить успешный дискурс, в котором перлокутивный эффект (изменение эмоционального, акционального, когнитивного, ментального состояния адресата) соответствует интенциям говорящего, т.е. результат речи соответствует её цели.