

Е.В. Столярова (г. Архангельск)

Эффект убеждающей речи в предвыборную кампанию (на примере региональной политической рекламы 2008 г.)

Риторическая концепция убеждающей речи – это информация в обмен на воздействие. Столкнувшись с какой-то проблемой, слушатель испытывает дефицит информации. Для того, чтобы его восполнить, он готов слушать и, тем самым, испытать на себе воздействие чужих взглядов, касающихся этой же проблемы. Если он находит их убедительными, он их принимает. Поэтому одним из ведущих качеств речи в риторике является ясность, а хорошим оратором является тот, кто умеет доходчиво и просто прояснить ситуацию при помощи слова. Именно так устроено судебное красноречие, адресованное присяжным; подобным образом действует психотерапевт, предлагающий больному свое толкование проблем; так устроена коммерческая реклама, наиболее близкая в функциональном отношении к политической.

Общественной функцией политической риторики является осуществление обратной связи между властью и обществом. Более того, через риторику осуществляется связь представлений об общественной реальности с самой общественной реальностью. Риторика стимулирует движение к истине, способствует выработке целостного взгляда на мир; она давно исчислила систему доводов, которыми может пользоваться оратор. Говорящий может опираться либо на эмпирические данные, либо на логику, либо на психологию. На эмпирических данных основаны естественные доказательства, на логике – логические доказательства, на психологии – доводы к человеку. Подкрепляя доводы, говорящий может ссылаться и на авторитеты других людей, а, ослабляя доводы оппонента, может подвергать чьи-либо авторитеты сомнению. Это один из вспомогательных источников доказательства, называемый также доводами к доверию или недоверию.

Одним из последних наиболее ярких событий политической жизни Архангельской области, несомненно, является борьба, развернувшаяся среди кандидатов на пост мэра города Архангельска. Данное событие интересно тем, что обусловило возникновение относительно активной полемики между противоборствующими сторонами.

Для того, чтобы ответить на вопрос о роли убеждающей речи в политической жизни Архангельской области, были рассмотрены тексты, предлагаемые кандидатами в мэры в предвыборную кампанию 2008 года. В данных текстах все кандидаты активно используют порицание сложившейся в Архангельске ситуации. Основным содержанием доводов к пафосу и этосу является критика бездействующих властей, которые либо не в состоянии решить насущные проблемы, либо преследуют какие-то свои личные выгоды и интересы, а вследствие этого не способны работать на благо города.

Наибольшее количество агитационного материала было выпущено о С. Моисееве. И это, несмотря на то, что данный кандидат быстро выбыл из предвыборной гонки. С. Моисеев в своих выступлениях призывал власти *«отчитаться до последней копейки»*¹ за лужи, грязь и сугробы в городе.