

# ПОБУЖДЕНИЕ К АПЛОДИСМЕНТАМ

Подготовили студентки 2 курса  
группы СЦГ-17,18-2017 НБ  
Илатовская Елизавета,  
Смурыгина Алёна

**Джон Херитидж** и **Дэвид Грейтбетч** изучали риторику британских политиков. Они выявили основные механизмы, с помощью которых докладчики побуждали аудиторию аплодировать.

По их убеждению, аплодисменты инициируются «утверждениями, вербально сконструированными с тем, чтобы:



а) подчеркнуть и выделить их смысл на фоне основной речи;



б) сформулировать четкую заключительную фразу в выступлении».

## Херитидж и Грейтбетч выделили семь основных риторических механизмов:

1. **Контраст** (например, политик утверждает: «Слишком много тратится на войну...слишком мало расходуется на мир»). Такое утверждение вызывает аплодисменты, поскольку для выделения смысла один и тот же аспект рассматривается сначала с негативной стороны, а затем с позитивной. Кроме того, аудитория может предвидеть, что ей следует аплодировать при раскрытии второй половины фразы и завершения первой);
2. **Перечень** (перечень политических вопросов, обычно состоящий из трех частей, обеспечивает как подчеркивание смысла, так и выделение четкой заключительной фразы, которую аудитория может предугадать);
3. **Решение загадки** (политик сначала задает аудитории загадку и затем предлагает ответ на нее, это двойное представление вопроса позволяет его подчеркнуть, аудитория же ожидает завершения высказывания в конце ответа на загадку);

4. **Заголовок** – ударное заявление (политик обещает сделать заявление и делает его);

5. **Комбинация** (использование двух или более из перечисленных выше способов);

6. **Обозначение своей позиции** (сначала описывается состояние дел, волнующих докладчика, но ситуация представляется обезличено, и лишь в конце выступления оратор высказывает свою собственную позицию);

7. **Убеждение** (это случается, когда аудитория не реагирует соответствующим образом на заявление, докладчик побуждает к аплодисментам, например, повторяя свою основную идею).



**Наиболее восторженно аплодировали, когда ораторы прибегали к контрасту**

Указанные способы характерны не только для **политической речи**, но и для **рекламных слоганов**, **газетных статей**, **научных текстов** и т. д.



Они пришли к выводу, что эти механизмы вообще свойственны **повседневному взаимодействию людей** в процессе разговора. Мы используем их, **чтобы добиться положительного отклика** от тех, с кем контактируем.