

СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ АТТРАКЦИИ
В АНГЛОЯЗЫЧНОМ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОМ ДИСКУРСЕ
(на материале лекций TED Talk)

Научно-популярный дискурс становится важным инструментом для передачи научных знаний и идей обществу в понятной и доступной форме, что позволяет людям повысить свою научную грамотность и развить критическое мышление. Образовательная платформа TED Talk стала источником вдохновения и знаний для миллионов людей, которые ищут информацию о самых актуальных исследованиях, новейших технологиях и прогрессивных идеях.

Цель исследования – выявление способов реализации стратегии аттракции в научно-популярном дискурсе на материале англоязычных лекций TED Talk. Объект исследования – устный научно-популярный дискурс. Предмет исследования – способы реализации стратегии аттракции в лекциях TED Talk.

Материалом исследования выступили англоязычные научно-популярные видеолекции спикеров в TED Talk по направлению «психология» в количестве 6 лекций. Методом сплошной выборки было отобрано 100 примеров, в контексте которых присутствуют средства выражения стратегии аттракции.

В результате исследования были сделаны следующие выводы:

1. *Стратегия аттракции* – коммуникативная стратегия, имеющая своей целью привлечение внимания и реализующаяся посредством тактики привлечения внимания и тактики удержания внимания.

2. В научно-популярных лекциях TED Talk для реализации стратегии аттракции спикеры активно используют разнообразные языковые средства, такие как синтаксические, лексические и стилистические.

3. Особое внимание в лекциях TED Talk уделяется вводным конструкциям (58,6 %), которые служат для эффективной структуризации выступления и создания более близкой атмосферы с аудиторией: *by the way, though, to be fair, in fact, so etc.*

4. Риторические вопросы являются одним из наиболее популярных лексических средств выразительности (47,1 %), которые способствуют активному участию аудитории и стимулируют ее мыслительную активность: *What is your purpose in life? So what are these experiences of altered selves telling us?*

5. Кроме этого, популярны эпитеты (36,7 %), которые помогают спикерам создать яркие и запоминающиеся образы и эмоционально воздействовать на слушателей: *a stunning conclusion, bullshit work, dizzyingly productive, binge-drinking ads etc.*

6. Многосоюзиe (1,7 %), анафора (3,4 %), параллелизм (3,4 %) и устойчивые выражения (2,9 %) также встречаются в контексте лекций TED Talk, но имеют меньшую популярность.