

**КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ПРЕДСТАВЛЕННОСТЬ ТАКТИК СТРАТЕГИИ
ПРИВЛЕЧЕНИЯ И УДЕРЖАНИЯ ВНИМАНИЯ
В ПУБЛИЧНЫХ ЛЕКЦИЯХ TED TALKS**

Эффективность и успешность публичной лекции в значительной степени зависит от способности оратора привлечь внимание аудитории и поддерживать интерес слушателей на протяжении всего выступления. Умение правильно выстраивать выступление, удерживать внимание является важным в разных сферах деятельности, кроме того, эффективная публичная лекция обладает огромным воздействующим потенциалом на аудиторию. Данная работа отражает основные результаты исследования тактик и языковых средств коммуникативной стратегии привлечения и удержания внимания в публичных выступлениях TED Talks на английском языке, которые затрагивают актуальную тему и основаны на личном опыте или исследовании оратора.

Анализ 20 публичных лекций TED Talks на английском языке за период 2021–2022 гг., посвященных таким темам, как обучение, мотивация, умение общаться и выстраивать личные границы, использование достижений науки и техники в разных сферах жизнедеятельности человека и др., позволяет заключить, что реализация коммуникативной стратегии привлечения и удержания внимания осуществляется поэтапно за счет определенных тактик. Среди них тактики: а) аттракции, реализуемой экспрессивами, экспозитивным и интеррогативным речевыми актами; б) презентации специальных знаний, актуализируемой преимущественно перефразом; в) побуждения, маркируемой глаголами в форме императива, лексическими единицами со значением необходимости, долженствования. Согласно результатам количественного анализа наиболее частотной является тактика представления специальных знаний (53 контекста, или 44 %); второй по репрезентативности выступает тактика аттракции, которая представлена 48 примерами, что составило, соответственно, 40 %; наименее распространенной оказалась тактика побуждения (19 контекстов, или 16 %).

Публичные лекции TED Talks отличаются от академических лекций, кроме прочего, фактором адресата, который, в случае с публичной лекцией, представляет собой гетерогенную (возраст, социальная принадлежность, образование и т. д.) группу непрофессионалов в той области знаний, которой посвящена лекция, что приводит оратора к необходимости использования стилистически насыщенного и «терминологически усредненного» языкового кода, не только понятного гетерогенному массовому адресату, но и позволяющему говорящему удерживать его внимание. Количественный анализ языковых средств, реализующих анализируемую стратегию, показал, что доминирующими средствами являются тематически связанные с выступлением лексические единицы (25 контекстов, или 20,9 %) и терминологические единицы (20 контекстов, или 16,6 %); далее в порядке снижения употребительности представлены гипофора (19 контекстов, или 15,8 %); экспрессивы (11 контекстов, или 9,2 %); вопросы (10 контекстов, или 8,3 %); императивы (9 контекстов, или 7,5 %); перифраз (8 контекстов, или 6,7 %); модальные глаголы (6 контекстов, или 5 %); лексические единицы с модальной семантикой (4 контекста, или 3,3 %).