УДК 82.085

Л.Р. ОМАРОВА
Дагестанский государственный педагогический университет, г. Махачкала

РЕЧЕВЫЕ СРЕДСТВА АКТИВИЗАЦИИ ВНИМАНИЯ АУДИТОРИИ

Воздействие ораторского слова на аудиторию зависит от ряда факторов, среди которых не последним является умение оратора наладить коммуникативный контакт со слушателями. Воздействие на аудиторию начинается с первого слова выступающего – с обращения, а затем на протяжении всего выступления строится двусторонний «скрытый» разговор всех участников речевого акта. В статье рассмотрены некоторые приемы установления такого контакта: повтор обращения, интимизация изложения, использование дилемм, вопросительных конструкций и риторических вопросов. Эти приемы не исчерпывают тему. Полное исследование предполагает более детальный анализ.

The influence of the speaker's words on the audience depends on many factors, among which the speaker's skill to adjust communicative contact with the listeners is not the last one. The influence on the audience begins with the first word of the speaker, his or her address, and then, during the whole performance there forms a bilateral «latent» conversation of all the participants of the speech act. This article describes several methods to establish such a contact: address repetitions, interrogative constructions and rhetorical questions. These methods do not exhaust the topic. A more detailed study suggests a more detailed analysis.

В настоящее время в период демократизации общества наблюдается тенденция активного вовлечения множества людей в решение общественно-политических и экономических проблем, вследствие чего в процесс «говорения – слушания» вовлечены широкие массы населения. Слово как орудие воздействия приобретает все большую значимость. А человек, успешно реализующий себя в логосфере, соответственно реализуется в социуме.

Но успех любого выступления зависит не только от подготовленности оратора, не только от его языкового уровня или значимости информации. Для успешного выступления важно также осуществлять прочную психологическую связь с аудиторией. Мы отметим, на наш взгляд, самые необходимые речевые приемы активизации внимания аудитории.

Обращение является важнейшим приемом, устанавливающим уровень психологического контакта оратора и аудитории. Обращение условно называет аудиторию именем и таким образом обозначает дистанцию между адресантом и адресатом. Сравним обращения «уважаемые товарищи», «дорогие товарищи», «дорогие друзья». Более доверительным будет последнее обращение, более официальным – первое. В зависимости от того, какой вариант выберет оратор, определится и уровень коммуникации. Именно поэтому обращение к верующим (будь то ислам или православие) «братья и сестры» устанавливает между участниками речевого акта самую тесную коммуникативную общность, что вполне объяснимо с позиций целевой установки: привлечения в свое лоно как можно большего количества участников.

Огромную нагрузку в процессе активизации внимания аудитории имеют повторы. Это объясняется тем, что восприятие информации «на слух» имеет свои особенности, одной из которых является постепенное рассеивание внимания, ослабление восприятия. В данной ситуации повтор является одним из действенных способов вернуть внимание аудитории в заданное русло. Повтор обращения – прием, к которому необ-

ходимо обращаться, если ораторский монолог распространяется во времени более 5 минут. Повтор обращения несет две основные функции: служит разграничителем отдельных блоков выступления и регулирует уровень коммуникации. Каждый новый фрагмент текста желательно начинать с обращения. Это фиксирует внимание слушателей на очередном этапе повествования. Уровень коммуникации также определяет выступающий. Так, если оратор начинает свое выступление с обращения «уважаемые товарищи», в середине выступления звучит «дорогие товарищи», а затем – «дорогие друзья», то очевидно постепенное психологическое сближение участников речевого акта. Обратная цепь обращений будет свидетельствовать о переходе от дружеских интонаций к жесткой официальной дистанции.

Значительную роль в активизации внимания аудитории играет прием интимизации повествования. Общеизвестно, что коммуникативный процесс предполагает два полюса (он–они или я–вы). Применительно к конкретике: «я вам изложу», «я вас пригласил» и так далее. Между двумя полюсами устанавливается дистанция, при которой оратор – ведущее звено, аудитория – ведомое. Но даже если не учитывать возрастные рамки (а в аудитории могут находиться люди значительно старше «ведущего»), нравоучительный тон, дидактика никогда не способствовали добровольному и успешному усвоению материала. Когда неопытный оратор (например, учитель) говорит на родительском собрании «я напоминаю», «я требую» и «ваши дети», «ваш сын» – это первый крупный шаг к поражению. Для достижения положительного эффекта желательно использовать «мы». И это не так называемое авторское «мы», а «мы» совместного действия: «мы собрались», «нам необходимо рассмотреть», «наши дети», «мы справимся». Объединив себя с аудиторией, оратор сможет более эффективно решить поставленную задачу. Использование односоставных определенно-личных конструкций усиливает эффект интимизации: «давайте рассмотрим», «обратимся к фактам», «теперь подумаем» и так далее.

Ярким приемом вовлечения аудитории в процесс восприятия является использование дилемм. Дилемма (греч. dilemma – двойной посыл) предполагает необходимость выбора одного суждения из двух возможных. Например: «Что же случилось? Холопы ли превратились в крепостных крестьян или наоборот?» [1, с.95]. Слушатель пытается определиться с ответом и затем с повышенным вниманием ждать тот вариант, который предложит оратор. При этом, если предложенный вариант совпадет с его собственным, то он испытает чувство удовлетворения, если нет – с удвоенным вниманием будет ждать объяснений. Состоялся диалог.

Данный диалог может быть рассмотрен как «мнимый» или «внутренний». Монологическая ораторская речь должна быть нацелена на мнимо-диалогическое построение. Оратор должен постоянно провоцировать аудиторию на скрытый, мысленный разговор с собой. Этот эффект создает не только, как мы уже видели, использование дилемм. Здесь имеет место использование риторических вопросов: «Хотите ли предупредить преступления? Сделайте, чтоб просвещение распространилось между людьми» [2, с.73].

Вопрос задан жестко и категорично. Ответ очевиден: «Да, конечно!» Далее озвучивается объяснение. Состоялся заинтересованный мнимый разговор участников коммуникативного контакта.

Такой же эффект имеет нанизывание вопросительных конструкций: «Но кто же будет победитель, кто побежденные? Кто произнесет смертный приговор? Не слепой ли случай? Но что такое случай? Пустое слово, которым прикрывается невежество, уловка ленивого ума. Разве случай существует в природе?» [3, с.125] и так далее. Оратор не дает аудитории ни секунды для праздности. Он вовлекает своих слушателей в серьезный научный поиск. Показательно, что даже ответ на свой вопрос: «Кто произнесет смертный приговор?», автор оформил как вопрос, а не утверждение: «Не слепой ли случай?»

Мы представили только некоторые приемы активизации внимания аудитории.

Использование этих и других приемов в комплексе обогащает монологическое авторское повествование, делает его легким для восприятия. Оратор организует аудиторию не на пассивное слушание, а на активное участие в коммуникативном процессе, вследствие чего в более полной мере реализуется главная целевая установка речевого акта.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Ключевский В.О.* Курс русской истории. М.: Мысль, 1989. Т. 4.

2. *Ключевский В.О.* Курс русской истории. М.: Мысль, 1989. Т. 5.

3. *Тимирязев К.А.* Чарльз Дарвин и его учение. М.: Тип.-литогр. Кушнерев и К^0, 1905.