**Феномен греческих “телеокон”: речевая стратегия контроля коммуникативной инициативы**

Герасимова Ксения Вячеславовна

Студентка Московского Государственного Университета имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Несмотря на широкое распространение интернета, телевидение на сегодняшний день сохраняет сильные позиции источника информации во всех странах мира. Согласно последним доступным данным, среднее время просмотра телевизионных программ в Греции на 2021 год составляет 5 часов 3 минуты ежедневно [Stroll]. Наибольшее количество просмотров традиционно набирают художественные передачи (фильмы, сериалы и проч.), однако на втором месте по популярности находятся информационные и публицистические программы. Коммуникативное поведение их участников, отражающее узус коммуникативного поведения греков в целом и влияющее в то же время на формирование новой речевой нормы (‘непросто решить, влияет ли язык <…> на медиа, которые лишь распространяют его на большую аудиторию, или медиа преобразуют язык, играя фундаментальную роль в его развитии’ [Πολίτης: 11]), является ценным материалом для исследования в рамках этнолингвистики, поскольку позволяет сформулировать принципы, особенности устного общения носителей греческого языка. Подробное описание коммуникативного поведения этноса в свою очередь необходимо не только для успешного осуществления межкультурного общения, но и для «очеловечивания» новых технологий, таких как голосовые помощники и т.д.

Отличительной чертой, феноменом греческих информационных и публицистических телевизионных передач на протяжении нескольких десятилетий считаются т.н. «τηλεπαράθυρα» (‘телеокна’). «Телеокном» называется область на экране, в которую помещено видео, в режиме реального времени демонстрирующее голову или – реже – голову и торс спикера, находящегося в студии или вне ее. Задача спикера, помещенного в «телеокно» – выражение собственного взгляда или взгляда некоторой социальной группы на обсуждаемое в студии событие. Данное явление не представляется уникальным, наблюдаемым только на греческом телевидении. «Телеокна» часто встречаются в европейских и – гораздо чаще – американских программах. Однако только для греческого телевидения нормой является присутствие на экране более двух «телеокон», одновременное звучание и диалог или полилог помещенных в них спикеров. В подобных условиях спикерам необходимо постоянно контролировать коммуникативную инициативу, чтобы иметь возможность донести собственную оценку информации до коллег и зрителей.

Неподготовленный наблюдатель в лице иностранца при столкновении с феноменом греческих «телеокон» может испытать коммуникативный шок – «резкое осознаваемое расхождение в нормах и традициях общения народов, проявляющееся в условиях непосредственной межкультурной коммуникации и выражающееся в непонимании, неадекватной интерпретации или прямом отторжении той или иной коммуникативной нормы или традиции народа представителем гостевой лингвокультурной общности с позиций собственной коммуникативной культуры» [Прохоров: 7]. Коммуникативный шок может привести к возникновению страха общения, неприязни к конкретному этносу – факторам, препятствующим осуществлению успешной межкультурной коммуникации.

Целью настоящей работы является выявление и анализ в речи спикеров, помещенных в «телеокна», коммуникативных ходов, вербальных и невербальных, составляющих коммуникативные тактики, из которых в свою очередь складывается коммуникативная стратегия контроля коммуникативной инициативы носителей греческой лингвокультуры, и их дальнейшее описание. Источником материала для анализа стали фрагменты утренних ток-шоу, т.н. «πρωινάδικα», а именно «Δύο στις 10», «Στούντιο 4», «MEGA Καλημέρα», «ΠΑΜΕ ΔΑΝΑΗ».

В ходе исследования были выявлены такие коммуникативные тактики, как «подсказка», «привлечение внимания», «активное согласие», «неполное согласие», «несогласие» и др. Тактика «подсказка» вербально реализуется произнесением слова, которое планировал произнести держащий речь спикер, раньше его или одновременно с ним, и невербально сопровождается повышением тона голоса относительно предыдущего говорящего. Тактика «привлечение внимания» вербально выражается во фразах «Ακούστε!», «Άκουσέ με!», «Μισό λεπτό!» (‘Послушайте!’, ‘Послушай меня!’, ‘Секундочку!’), обращениях (например, «Παιδιά!» (‘Ребята!’) или по имени), невербально может сопровождаться жестом, при котором указательный палец направлен как бы на виртуального собеседника. Тактика «активное согласие» предполагает постоянное громкое и отчетливое повторение «Ναι» (‘Да’), часто сопровождаемое кивками и движением уголков губ вниз, во время речи другого спикера, и мгновенное перехватывание инициативы при завершении его сообщения. Тактики «неполное согласие» и «несогласие» реализуются при помощи перебивания собеседника или паралелльного с ним говорения повышенным тоном, сопровождаемыми поднятием бровей и активной жестикуляцией.

Коммуникативная стратегия контроля коммуникативной инициативы носителей греческой лингвокультуры достаточно резко отличается от наблюдаемой в дискурсивном пространстве русскоязычных ток-шоу. Феномены перебивания и параллельного говорения оцениваются гораздо менее негативно, приближены к норме. Для греческого коммуникативного поведения характерна крайне активное участие жестикуляции, мимики.

Литература

1. Прохоров Ю. Е. Русские: коммуникативное поведение : учебное пособие / Ю. Е. Прохоров, И. А. Стернин. 5-е изд., стер. М.: ФЛИНТА, 2016.
2. Stroll J. Daily television viewing time in European countries 2021: [https://www.statista.com](https://www.statista.com/statistics/422719/tv-daily-viewing-time-europe/#statisticContainer)
3. Πολίτης Π. Η γλώσσα της τηλεοπτικής ενημέρωσης: τα δελτία ειδήσεων της ελληνικής τηλεόρασης (1980 – 2010). Πρώτη έκ. Θεσσαλονίκη : Τριανταφύλλου mtprint, 2014.