

ВЛИЯНИЕ МЕНТАЛЬНОСТИ НА ЯЗЫК СМИ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕВИДЕНИЯ УЗБЕКИСТАНА)

Елена Садуллаевна МИРЗАЕВА

главный редактор телеканала «Oilaviy» Государственного унитарного предприятия «Телерадиоканал O'zbekiston» Национальной телерадиокомпании Узбекистана
научный соискатель Университета журналистики и массовых коммуникаций
Ташкент, Узбекистан

МЕНТАЛИКНИНГ ОАВ ТИЛИГА ТАЪСИРИ (ЎЗБЕКИСТОН ТЕЛЕВИДИНИЕСИ МИСОЛИДА)

Елена Садуллаевна МИРЗАЕВА

Ўзбекистон миллий телерадиокомпанияси
«Ўзбекистон» телерадио канали» давлат унитар корхонаси
"Оилавий" телеканаллари бош муҳаррири, Тошкент, Ўзбекистон

INFLUENCE OF MENTALITY ON THE LANGUAGE OF THE MEDIA (ON THE EXAMPLE OF TELEVISION OF UZBEKISTAN)

Elena Sadullaevna MIRZAEVA

Chief Editor of "Oilaviy" shopping mall
State Unitary Enterprise "Television and Radio Channel O'zbekiston"
National Television and Radio Company of Uzbekistan
Tashkent, Uzbekistan lenatv77@mail.ru

UDC (УЎК, УДК): 004.1:05/07

For citation (иктибос келтириш учун, для цитирования): Мирзаева Е.С.

Влияние ментальности на язык СМИ (на примере телевидения Узбекистана) // Ўзбекистонда хорижий тиллар. — 2020. — № 2 (31). — С.216-224.

<https://doi.org/10.36078/1589999395>

Received: March, 20, 2020

Accepted: April 13, 2020

Published: April 15, 2020

Copyright © 2020 by author(s).

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Аннотация. Современное телевидение сегодня — не просто средство массовой коммуникации. В эпоху глобализации телевидение значительно расширяет свои границы, становясь настоящим социальным явлением культуры, имеющим массовое влияние на общество. При этом узбекское телевидение неотделимо от влияния ментальных особенностей, отражающихся в речи журналиста, его стиле, подаче информационного материала, а также в сопутствующих составляющих телевизионной картинки, таких как ракурс, музыка, шумовые эффекты, монтаж и многое другое. В свете сказанного тема данной статьи нам видится актуальной. Ментальность персонализирует ведущего, воздействуя не только на его популярность среди телезрителей, но и обращаясь к тем, кому речь ведущего адресована. Данная статья посвящена решению проблемы мультикультурности в телевизионной речи, испытывающей влияние традиционных взаимоотношений между людьми, проживающими в нашей стране. Решается же данная проблема путем анализа телевизионной речи узбекской журналистики разных жанров. В результате исследования автор приходит к выводам: современная телевизионная речь зависит не только от языковых и стилистических особенностей ведущего, но и во многом от соотношения изображения, звукового сопровождения, текста и множества других факторов телепрограмм. И, несмотря на влияние глобализации, именно узбекская ментальность — один из сдерживающих и образующих факторов современного языка телеведущего национального телевидения.

Ключевые слова: телеведущий; телевидение; телеречь; глобализация; языковые особенности; стилистические особенности; ментальность; язык массовой информации; шумовой эффект.

Аннотация. Бугунги кунда замонавий телевидение — оммавий мулоқот воситасигина эмас. Глобаллашув асрида телевидение маданиятнинг жамиятга оммавий таъсир этувчи муҳим ижтимоий ҳодисасига айланиб, ўз чегараларини кенгайтирмоқда. Шу билан бирга, ўзбек телевидениесини журналистнинг нутқида, унинг ахборий материални узатиш услубида, шунингдек, телевизион суратнинг ташкил этувчилари бўлмиш ракурс, мусиқа, товуш самаралари, монтаж ва кўплаб омилларда акс этувчи ментал хусусиятлар таъсиридан ажратиб бўлмайдими. Шу маънода, мазкур илмий мақоланинг мавзуси долзарбдир. Менталлик нафақат бошловчининг телетомошабинлар ўртасидаги машхурлигига таъсир кўрсатиб, шахслантиради, балки бошловчининг нутқи мўлжалланган инсонларни илҳомлантиради. Мазкур мақола мамлакатимизда истиқомат қилувчи инсонлар ўртасидаги анъанавий ўзаро муносабатларнинг таъсири ифодаланган мультимаданийлик ва телевизион нутқ муаммоларининг ҳал этилишига қаратилган. Бу муаммо эса, турли жанрдаги ўзбек журналистикаси телевизион нутқининг тахлили орқали ҳал этилади. Тадқиқот натижасида муаллиф қуйидаги хулосаларга келди: замонавий телевизион нутқ нафақат бошловчининг лисоний ва услубий хусусиятларига, балки кўп ҳолларда теледастурлардаги тасвир, овоз ва матннинг, бошқа кўплаб омилларни мутаносиблигига боғлиқ. Ва глобаллашувнинг таъсиридан қатъий назар, айнан ўзбек менталлиги — миллий телевидение телебошловчиси замонавий тилини ҳосил қилувчи омилларидан биридир.

Калит сўзлар: телебошловчи; телевидение; теленутқ; глобаллашув; лисоний хусусиятлар; услубий хусусиятлар; менталлик; ОАВ тили; шовқин самараси.

Abstract. Modern television today is not just a means of mass communication. In the era of globalization, television significantly expands its borders, becoming a real social phenomenon of culture that has a massive impact on society. At the same time, Uzbek television is inseparable from the influence of mental features reflected in the journalist's speech, his style, presentation of information material, as well as in the accompanying components of the television picture, such as camera angle, music, sound effects, editing, and many others. In light of the above, the topic of this article seems relevant to us. Mentality personifies the presenter, influencing not only his popularity among viewers, but also inspiring those to whom the presenter's speech is addressed. This article is devoted to solving the problem of multiculturalism in television speech, experiencing the influence of traditional relationships between people living in our country. This problem is solved by analyzing the television speech of Uzbek journalism of various genres. As a result of the study, the author comes to the conclusions: Modern television speech depends not only on the linguistic, stylistic and linguistic features of the host, but also, in many respects, on the ratio of image, sound and text in body programs and many other factors. And, despite the influence of globalization, it is the Uzbek mentality that is one of the constraining and forming factors of the modern language of the national television presenter.

Keywords: TV presenter; television; television; globalization; linguistic features; stylistic features; mentality; language of the media; noise effect.

Введение. Сегодня, в век цифровых коммуникаций и технологий, мы просто не можем представить свою жизнь без телевидения и всемирной сети. И если Интернет — всемирная паутина, основная задача которой связывать пользователей компьютеров между собой для обмена различной информацией, то современное телевидение — не просто средство массовой коммуникации, но и проекция культурного сообщества. В Узбекистане в условиях глобализации современного информационного пространства национальное телевидение приобретает иные масштабы, динамику и развитие, при этом сохраняя собственные ментальные оттенки, оригинальность и специфику.

Ментальность влияет на многие аспекты телевизионного существования, такие как преданность культурным ценностям и традициям, приверженность общепризнанным правилам и укладу поведения, нормам социальной жизни и, несомненно, языковым и стилистическим особенностям телевизионной речи журналиста. Не секрет, что телевидение, будучи признанной четвертой властью, на самом деле оказывает сильное влияние на общественное мнение и сознание. И неизмеримую роль в этом процессе воздействия играет именно аудиовизуальный коммуникационный язык телевидения. Посредством «звучащего слова» телевидение решает массу задач, реагируя на запросы и интересы социума, выстраивая общественное мнение и формируя гражданскую позицию телезрителя.

Основная часть. «Речь — один из видов коммуникативной деятельности человека — использование средств языка для общения с другими членами языкового коллектива. Под речью понимают как «процесс говорения» (речевую деятельность, речевой акт), так и его результат (речевые произведения, фиксируемые памятью или письмом)» (7, 1024). Телевизионная речь персонифицирована и находится в непосредственной взаимосвязи от того, кто порождает и излагает, и тех, кому она адресована.

Несомненно, существуют определенные нормы, принципы и правила о том, как должна строиться речь журналиста, однако сегодня телеречь настолько многогранна и уникальна, индивидуальна в каждом своем проявлении и напрямую зависит от жанра телевизионного продукта и аудитории, на которую тот или иной проект направлен, что говорить о какой-либо унифицированности или усреднении, подведении специфики речи под общий знаменатель не приходится. При этом экранное слово может быть убедительным и ярким лишь в том случае, если всемерно воздействует на чувства, ощущения, переживания, сознание, разум людей, если речь ведущего персонифицирована, и тележурналист в полной мере обладает индивидуальностью, нестандартностью мышления и, несомненно, грамотной, культурной и образной речью.

В Узбекистане, который является многонациональным государством, телевизионное вещание осуществляется на двух основных языках: узбекском и русском. На отдельных телерадиоканалах выходят в эфир программы на английском, каракалпакском, корейском, казахском и других языках

международного и межнационального общения. Но практическое большинство населения свободно владеет государственным языком, то есть узбекским, и русским языками. По словам В.Ю. Розенцвейга, «под двуязычием обычно понимается владение двумя языками и регулярное переключение с одного на другой в зависимости от ситуации общения» (8, 19). Билингвальность эфиров помогает охватить все слои населения, донести информацию до всех и каждого. Как известно, знание других языков значительно обогащает не только словарный запас, но и увеличивает коммуникацию с окружающим миром, а также понимание ментальности других народов, способствуя тем самым межкультурному диалогу. По словам Г.В. Тереховой, «процесс коммуникации вне живого диалога немислим, он не ограничивается передачей объективного содержания сообщения и констатацией факта понимания. Реальная коммуникация неизбежно вовлекает в свою орбиту фоновые знания, экстралингвистический контекст, прагматические импликации, скрытый смысл. Постановка коммуникативных навыков невозможна без «обратной связи»» (10, 126). Плюрализм мнений в культуре и обществе Узбекистана тесно связан с взаимопроникновением ментальности народов. Мультикультурность в телевизионной речи испытывает влияние и интеграцию традиционных взаимоотношений между людьми, проживающими в нашей стране.

Если проводить сравнительный анализ трансляционного телевидения Узбекистана, то, к сожалению, следует констатировать, что невероятное количество зарубежных фильмов и телесериалов, аналоги зарубежных программ не в лучшем качестве и художественном исполнении демонстрируют современной телеаудитории не всегда художественно-содержательную, нравственно насыщенную, отвечающую национальному менталитету продукцию. В свете сказанного радует, что внутренняя политика телеканалов не приветствует и практически не допускает в эфир низкопробные, примитивные фильмы и программы, пропагандирующие сцены насилия, крови, секса, убийств, жестокости по отношению к людям, животным и т.п. Ведь «методы пагубного воздействия СМИ для неподготовленных читателей, слушателей и телезрителей также невидимы, как радиация» (5, 205).

В условиях современности на узбекских теле- и радиоканалах идут в эфир преимущественно социально-политические, информационно-аналитические, научно-познавательные, развлекательные программы, ток-шоу, документальные сериалы и художественные фильмы. Но, по словам Г.Я. Солганика, «главным, существенным признаком жанровой формы остается образ автора, так как отношение к действительности, составляющее специфику любого жанра, воплощается, прежде всего, в форме образа автора... В основу классификации жанров естественно положить степень проявления, участия авторского «Я» в речи» (4, 12–13). А, следовательно, «в качестве жанрообразующего признаков взяты отношение журналиста к действительности (форма образа автора), характер этого отношения, степень охвата материала, масштаб сделанных автором выводов, соотношение авторской и чужой речи» (1, 230–234). Тем ответственнее становится участие

журналиста в подготовке материала, а также деятельность и активность ведущего-персонификатора, выдающего этот телематериал в массы. Тем важнее то, как тележурналист это делает, насколько стилистически грамотно строит свою речь, какие фразеологизмы и неологизмы использует, насколько образно, талантливо и содержательно обращается к каждому в отдельности и всей своей аудитории в целом. Ведь, по утверждению Д.Б. Дондуреева, телевидение — «...главный инструмент производства национальной культуры, создания образцов поведения. Институт объединения живущих на одной территории людей в нечто целое» (6, 5). В условиях современной действительности телевизионное слово — своеобразный рупор, посыл, формирующий общественное мнение, личность человека, его вкусы, взгляды и интересы. «Телевидение стоит на плечах не только технической, но и гуманитарной культуры во всем ее многообразии» (9, 35).

Перед телевидением стоит задача не только удовлетворить любопытство зрителя, знакомя его с последними новостями и событиями в стране и мире, но и обогатить его внутренний мир, объединяя в эфирах воспитательную, просветительскую и обучающую задачи. Ведь «телевидение требует стиля точного, строгого, глубокого и языка одновременно каждодневного и высеченного в мраморе» (11, 45). И если телеречь ведущего информационных программ отличается скупостью, краткостью и лаконичностью, применением аббревиатур и сокращений, дефицитом вводных слов, носит четко выраженный функциональный характер, поскольку всегда соотносится с видеорядом, где одна из главных задач — достичь максимального эффекта доверия к информации, ощущения присутствия и сопричастности, то речь ведущего ток-шоу стилистически более снижена, диалогична, меняется под влиянием каких-то мгновенных событий, имеющих место в студии здесь и сейчас, отличается спонтанностью и имеет ярко выраженную эмоциональную, общественно-политическую окраску.

Несомненно, современная телевизионная речь подвержена изменениям, иностранным заимствованиям, демократизации, деформации, связанной с глобализацией. Тем не менее телеречь в устах узбекских ведущих имеет свои особенности и, в первую очередь, ментальные. По утверждению авторов одного из интернет-сайтов, «ментальность, менталитет — стереотипы и образ мышления, способ мировосприятия, духовной настроенности, присущие индивиду или группе... Менталитет культуры — глубинные структуры культуры, исторически и социально укорененные в сознании и поведении многих поколений людей, объединяющие в себе различные исторические эпохи в развитии национальной культуры. Менталитет определяет умонастроение и жизненную позицию. Менталитет — также мировоззренческая матрица, картина мира в сознании человека и его вписанность в эту картину. Это норма представления мира вокруг себя и себя в нём» (12). Действительно, менталитет узбекского народа имеет глубинную природу, которая зиждется на идущих издревле традициях и обрядах. В основе узбекского менталитета лежат такие общенациональные ценности, как уважение к старшим,

почитание родителей и пожилых, добрососедские отношения, взаимовыручка и помощь, пиетет к детям, хашары и общие праздники... Главный секрет содержится в нашей истории. Узбекская ментальность на протяжении всего становления была нацелена на внутренний мир, духовность и нравственность, сохранение традиционных устоев и ценностей узбекского народа, а также на взаимоотношении между людьми и вокруг них, на баланс между эмоциональным, духовным и разумным, сообразным. Историческая память народа, национальное самосознание, строятся на базе ценностей совместного прошлого.

Все это накладывает неизгладимый отпечаток на речь ведущего, его мысли и взгляды, отношение к той или иной ситуации, не позволяет использовать в речи вольности, сленг и жаргон, заставляет придерживаться определенных ограничений при обращении к собеседнику, во время комментирования тех или иных событий. При этом задача журналиста — формировать общественное мнение, что невозможно не только без определенной уверенной жизненной позиции журналиста, но и доверия зрителя к ведущему. А доверие будет вызывать журналист, использующий привычную для зрителя лексику.

Кроме того, налицо взаимопроникновение узбекских слов в русскую речь ведущих национальных каналов. Также за основу телетекстов берутся литературные языки, как государственный, так и русский.

При этом нельзя упускать из виду тот факт, что речь именно телевизионного журналиста неразрывно связана с аудиовизуализацией. К тому же, будучи в кадре, журналист часто использует такие вспомогательные для восприятия речи элементы, как «звучащие» слова, взгляды, говорящие позы, жесты, мимику, одежду, аксессуары, дополнительно иллюстрируя тем самым ту мысль, которую он хочет донести до телеаудитории. Таким образом, язык телевидения состоит из слов, жестов, визуальных изображений, музыки, шумовых эффектов, а также различных ракурсов, последующего видеомонтажа и постпродакшна. Из чего следует, что рассматривать речь журналиста лишь с лингвистической точки зрения, будет указывать на узость и однобокость подхода к изучению такого явления, как журналистская речь. «Слово и изображение — две главные знаковые системы, история которых восходит к древнейшему человеку. У каждой системы есть свои преимущества и свои недостатки, которые определяют их роль и место в человеческом общении. Достоинство изобразительных знаков в их большой доступности, ибо они сохраняют в себе сходство с обозначенным объектом. Достоинство слова — в способности абстрагироваться от конкретного. На протяжении многих лет неоднократно вспыхивает дискуссия о том, что важнее на телевидении: слово или изображение? Конечно, слово имеет исключительно важное значение в телепередачах, ибо оно несет основную, понятийную информацию. Но не следует забывать при этом, что телевизионные передачи все же прежде всего — зрелище, и не случайно тот, кто воспринимает телепрограмму, называется телевизионным зрителем, а не телевизионным слушателем. Естественно, в одних случаях большую роль в передаче информации несет слово, в других —

изображение. Вероятно, только синтез устного слова и изображения как основных знаков может обеспечить телевидению наилучшие коммуникативные возможности. Важно только, чтобы изображение «не молчало», как это часто бывает, и чтобы использовались все знаковые системы: и слово, и изображение, и музыка» (3, 214–215).

Заключение. По словам Н.А. Ахмедли: «Изолированное изучение этих компонентов языка СМИ может привести и часто приводит к аномальным результатам. Это относится, в первую очередь, к телевизионным программам, где достижение коммуникатором контрапункта слова и изображения является обязательным условием успеха экранной коммуникации» (2, 234–236).

И ментальность, которая влияет непосредственно на язык ведущего, имеет воздействие не только на языковую конструкцию, но и на сопутствующие визуализации составляющие, перечисленные выше. При этом ментальность не отделима от культуры речи. И если культура речи в противовес бескультурью — это возможность быть понятым окружающими, то есть прежде всего относится к аспекту образовательному, то «высокая» культура речи — это творчество, образность, умение оперировать историческими, литературными, художественными фактами. Так же, как узбекская ментальность влияет на культуру речи, так и высокая культура речи неотделима от узбекской ментальности, совершенствования сущностных, глубинных программ, посвященных и тесно связанных с ментальными образами дискурсивной сферы. Не секрет, что отмена цензуры приводит к определенной демократизации языка, некоторым вольностям и свободным допущениям в эфире. Но в конечном итоге именно узбекская ментальность, оказывающая непосредственное влияние на телеречь ведущих, не позволяет опуститься до нарушения норм современного литературного языка, звучащего с экранов.

Конечно, никто не отменял объективных причин изменений в языке, что напрямую связано с глобализацией и взаимопроникновением культур. Постоянные изменения в жизни ведут за собой и изменения в языке, представляющем своеобразный «живой» организм, в который постоянно проникают различные иностранные слова, жаргонизмы и сленг. Но именно ментальность не позволяет современному языку опуститься до уровня улиц и сохранить все его богатство и многообразие.

Использованная литература

1. Алекберова А. А. «Понятие и система телевизионных жанров» // Современная филология: материалы Междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2011 г.). — Уфа: Лето, 2011. — С. 230–234.
2. Ахмедли Н. А. «Особенности культуры речи журналиста» // Современная филология: материалы Междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2011 г.). — Уфа: Лето, 2011. — С. 234–236.
3. Багиров Э. Г. «О знаковой природе и своеобразии языка телевидения как средства массовой коммуникации» // Предмет семиотики: Теоретические и практические проблемы

- взаимодействия средств массовой коммуникации. М., Изд-во МГУ, 1975. — 480 с.
4. Вакуров В.Н. и др. *Стилистика газетных жанров*. — М., Высшая школа, 1978. — 183 с.
 5. Грабельников А.А. *Массовая информация в России: от первой газеты до информационного общества: Монография*. — М.: Издательство РУДН, 2001. — 334 с.
 6. Дондурей Д.Б. Почему я не смотрю телевизор // *Искусство кино*. — 2011. — № 2. — С. 144.
 7. *Новый энциклопедический словарь* — М.: Большая Российская энциклопедия, 2004.— 1080 с.
 8. Розенцвейг В.Ю. Основные вопросы теории языковых контактов // *Новое в лингвистике*. Вып. VI. Языковые контакты. — М., 1972. — 536 с.
 9. Сапунов Б. М. *Культурология телевидения*. — М., 1999. — 140 с.
 10. Терехова Г.В. *Вестник ОГУ*, Вып.6, 2002. — С. 123–128.
 11. Терехова Г.И. *Телевидение как средство массового воздействия*. — Л., 1971. — 144 с.
 12. <https://www.psychologos.ru/articles/view/mentalnoy-zpt-mentalitet>

References

1. Alekberova A. A. *Sovremennaya filologiya* (Modern Philology), Proceedings of the International Conference, Ufa: Leto, 2011, pp. 230-234.
2. Akhmedli N. A. *Sovremennaya filologiya* (Modern Philology), Proceedings of the International Conference, Ufa: Leto, 2011, pp. 234-236.
3. Bagirov E. G. *Predmet semiotiki: Teoreticheskie i prakticheskie problemy vzaimodeistviya sredstv massovoi kommunikatsii* (Subject of Semiotics: Theoretical and Practical Problems of the Interaction of Mass Media), Moscow: Izd-vo MGU, 1975, 480 p.
4. Vakurov V.N. *Stilistika gazetnykh zhanrov* (The Style of Newspaper Genres), Moscow: Vysshaya shkola, 1978, 183 p.
5. Grabel'nikov A.A. *Massovaya informatsiya v Rossii: ot pervoi gazety do informatsionnogo obshchestva* (Mass Information in Russia: From the First Newspaper to the Information Society), Moscow: Izdatel'stvo RUDN, 2001, 334 p.
6. Dondurei D.B. *Iskusstvo kino*, 2011, № 2, pp. 144.
7. *Novyi entsiklopedicheskii slovar'* (New Encyclopedic Dictionary), Moscow: Bol'shaya Rossiiskaya entsiklopediya, 2004, pp. 1080
8. Rozentsveig V.Yu. *Novoe v lingvistike* (New in Linguistics), issue VI, *Yazykovye kontakty* (Language Contacts), Moscow, 1972, 536 p.
9. Sapunov B.M. *Kul'turologiya televideniya* (Cultural Studies of Television), Moscow, 1999, 140 p.
10. Terekhova G.V. *Vestnik OGU*, issue 6, 2002, pp. 123-128
11. Terekhova G.I. *Televidenie kak sredstvo massovogo vozdeistviya* (Television as a Means of mass Exposure), Leningrad, 1971, 144 p.

12. <https://www.psychologos.ru/articles/view/mentalnyzpt-mentalnostzpt-mentalitet>