



КОСТОМАРОВ Виталий Григорьевич — президент Государственного института русского языка им. А.С. Пушкина, доктор филологических наук, профессор, действительный член РАО

ИНФОРМАЦИЯ ИЗ КНИГИ И С ЭКРАНА: ИСКЛЮЧАЕТ ЛИ ОДНО ДРУГОЕ?

— Из проблем, беспокоящих русистов, остановлюсь на одной, на мой взгляд, немаловажной.

Великие изобретения XX века (радио, кино, телевизор, компьютер, Интернет) серьёзно изменили наше исторически сложившееся «языковое существование». Письмо теряет роль единственного, часто обожествляемого способа фиксации, хранения и воспроизведения текстов. Информация может теперь фиксироваться, храниться и воспроизводиться вместе с культурной обстановкой акта общения (звук, интонация, жесты, мимика, цвет, движение), то есть в естественном, живом виде. При этом возможности расширяются и совершенствуются с каждым днём.

На телевидении явно уже оформились тексты принципиально новой структуры, совмещающей языковые (устные и письменные) носители смысла с неязыковыми. Они, по определению, синкретичны не только в вербально-картинно-образном, но и в собственно вербальном смысле. В них происходит взаимопроникновение «простого» **разговорного языка**, обслуживающего повседневные житейские и производственные нужды, и **языка книжного**, усложнённого, богатого, изощрённого потребностями высоких материй — научных, государственно-политических, художественно-литературных, поэтических.

Действуя массированно на все органы чувств, телевизионные передачи создают, несмотря на дистантность контакта, иллюзию **вовлечённости**. Этот эффект усиливается технологическим делением информационного потока на краткие, яркие, агрессивно воздействующие блоки (клипы). Этим телевизионные тексты отличаются от естественного устного общения, где действительно есть непосредственное участие, и от книжных текстов, в которых для постижения смысла требуется разум, воображение, усидчивость. Оставив в стороне вопрос о том, как всё это отражается на самом языке, на его литературной норме, подчеркнём, что привычка получать информацию в лёгкой для восприятия форме невольно отучает от умственного напряжения, необходимого при чтении. Сейчас модно ругать детей, которые мало читают, но они не стали хуже, но просто предпочитают меньше напрягаться.

Ограничиваясь примером телевидения, заметим, что анализ легко экстраполируется и на другие масс-медиа, особенно на Интернет. Пока ещё трудно с определённой судить о чатах, откалывающихся от массовой коммуникации в особую стихию межперсонального общения, но уже не в непосредственном контакте, а дистантно при помощи технических средств. Интересно, что это «живое» личностное общение происходит (пока?) не без картинки и не устно, а письменно, причём письменность эта всё меньше соблюдает существующие орфографические правила. Было бы наивно видеть причину этого исключительно в неграмотности или хулиганстве.

Характеризуя масс-медийные тексты на примере нынешнего телевидения, уместно провести такую условную параллель. Совсем недавно в продовольственных магазинах продавцы совком насыпали в пакет или кулёк из мешков сахарный песок или крупу и взвешивали столько, сколько просил



покупатель. Теперь мы сами берём коробку или банку, а кассирша лишь подносит их к считывающему устройству: товар расфасован, красиво упакован. Гораздо удобнее, гигиеничнее, быстрее, а главное — не надо напрягать ум. Информация — тоже товар, и телевидение её фасует, подаёт в красивом, ярком и удобном виде. Однако очевидно, что роль потребителя в обоих случаях ограничена: нельзя купить, скажем, 700 граммов манки, а только килограмм (иногда и 980 граммов за ту же цену!), нельзя и самостоятельно иначе посмотреть на то, что преподносит телевидение.

Телезритель забывает, что видит лишь то, что ему показывает оператор, режиссёр, редактор, монтажёр, в конце концов, владелец канала. Даже если они и далеки от сознательной манипуляции его сознанием, он лишён важнейшей при чтении возможности критически обдумать, трезво взвесить ценность и истинность ярких, рекламно-красочных сведений, эмоционально поддержанных музыкой, цветом, движением и картинками-клипами. Он не может даже просто переспросить что-либо как при непосредственном живом общении, которое имитируют телеведущие. Трудно сказать, меняют ли ситуацию разные способы компенсации отсутствующей «обратной связи» — звонки в студию, ток-шоу с приглашением телезрителей, «поля чудес» и тому подобные приёмы.

Телевизионные передачи, по природе своей, механистичны, и недаром один из основоположников теории массовой коммуникации утверждал, что их содержание определяется техническими возможностями. Все виды массово-медийных текстов характеризуются такими формально-семантическими особенностями, как регулярное чередование «экспрессем» и «информем», подчёркнуто контекстуальное значение слов (к несчастью, часто с искажением истинного собственно словарного значения), нарушение традиционных стилистических и стилевых градаций и проч. Привычка к восприятию информации в вербально-изобразительной презентации с частой сменой кадров и крайне лаконичной языковой составляющей пусть и не позволяет поверить в сообщаемое разумом, укорачивает нормальный срок восприятия, усиливает забываемость. Невербальные носители смысла помогают «переварить» надпись или проговорённую фразу гораздо быстрее, чем за три секунды, которые необходимы без их поддержки.

Рассматриваемые тексты завоевали себе обширное и твёрдое место в нашей жизни, а их отрицательные (впрочем, так уж обязательно и отрицательные, может быть, просто непривычные?) свойства соседствуют и с несомненно положительными. Разве не положительна с точки

зрения нынешних быстротекущих событий жизни, в интересах высокотехнического и автоматизированного производства возможность быстро получить нужную информацию в краткой и яркой форме? Конечно, нельзя идеализировать и абсолютизировать эту возможность. Она мало пригодна для философии и поэзии, для души и религии. Просто не следует, боготворя многовековую традицию, отрицать новое; это было бы столь же неразумно, как обожествлять новое, отвергая традицию. Не следует, да и невозможно, потому что первое, что делают миллионы людей, придя на работу или домой, так это включают «ящик», а не лезут на книжную полку. Человечество стало богаче, получив разные способы фиксации, хранения, передачи знаний. Будем надеяться, что какой-нибудь великий писатель конца XXI века перефразирует М. Горького и заявит: всем хорошим во мне я обязан Интернету.

Разумеется, нельзя не видеть возникающую педагогическую задачу: сделать всё возможное для того, чтобы, наряду с экранными способами получения информации новые поколения владели бы и старым, умели бы пользоваться книгой, уважали и любили её. Задача научить совмещать эти навыки имеет общечеловеческий характер и активно осмысливается. Пожалуй, активнее других педагоги в США ищут лекарства против болезни, названной ими ADD (Attention Deficit Disorder), то есть синдром дефицита внимания, которое делает непосильной трудностью чтение любых книг, кроме написанных в «блоковом ритме» и иллюстрированных комиксов, детективов и газет типа «USA Today».

Центр развития русского языка распространяет решение этой задачи не только на школу, но и на библиотеки как основу семейного воспитания. Нынешняя конференция, несомненно, внесёт свой вклад в её разумное решение.



КУТУЗОВ Александр Геннадиевич — ректор Московского гуманитарного педагогического института, профессор, доктор педагогических наук

МИФЫ О ЧТЕНИИ И РЕАЛЬНОСТИ СЕГОДНЯШНЕГО ДНЯ

— Общеизвестно, что в основе литературы лежат мифы.

Начнём с мифов. Но совершенно не для того, чтобы их развенчать, а для того, чтобы опреде-