

ные группы людей, особенно молодых, в чтение серьезной периодики, обучать их языку, принятому в такого рода изданиях.

1.4. Интернет как средство продвижения Программы

Интернет образует пространство для коммуникации, осуществляемой как в межличностной, так и в публичной, как в индивидуальной, так и в групповой формах (это отличает его от радио- и телевещания, основной функцией которых остается массовое распространение информации). Следует подчеркнуть, что при всей технологической новизне Интернет продолжает воспроизводить письменную культуру.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФУНКЦИЙ ИНТЕРНЕТА В ПРОГРАММНЫХ ЦЕЛЯХ

Интернет как полифункциональная система является одним из эффективных средств реализации Программы поддержки и развития чтения.

- ♦ *Социальная функция* может осуществляться как целенаправленное построение новых моделей коммуникативного поведения читателей в пространстве книжной культуры, которое характеризуется горизонтальными связями и отсутствием иерархических, пространственных и временных ограничений. Такого рода связи облегчают кросс-культурные процессы обмена мнениями между представителями как различных групп читателей, так и различных стран. С этой точки зрения Интернет может способствовать:
 - формированию новой парадигмы отношений между читателями, предполагающей подвижные структуры их объединений по интересам;
 - оперативному обмену информацией о прочитанном;
 - интенсификации связей между письменным культурным наследием и современностью;

– расширению представлений о читательской компетентности за счет присоединения к ее классической форме новых элементов, обусловленных современными технологическими возможностями.

- ♦ *Информационная функция* обеспечивает в ходе реализации Программы постоянное действие механизмов организованного хранения сведений обо всех ее мероприятиях, событиях, их последствиях; поиска связанной с ней печатной продукции; доступа к письменным документам, необходимым ее участникам.

В ходе реализации Программы важно последовательно помогать людям ориентироваться в информационном пространстве Интернета, как предлагая им уже существующие средства, так и разрабатывая новые, относящиеся к чтению, к работе с письменными текстами. В рамках Программы важно предусматривать разработку правил, карт, путеводителей, помогающих пользователям получать именно достоверную информацию и с минимальной затратой времени находить нужные сайты и порталы.

ПОСТРОЕНИЕ САЙТОВ ПРОГРАММЫ

Сайты Программы являются важной частью процесса ее реализации на каждом из уровней – национальном, региональном, локальном. На таких сайтах размещается информация о программных проектах и мероприятиях, об издательствах, библиотеках, книжных магазинах, творческих союзах и объединениях, участвующих в реализации Программы; о писателях и их книгах, о лауреатах литературных премий; о новых поступлениях в библиотеки с рекомендацией лучших книг, в особенности учебных пособий, справочных изданий, методических рекомендаций, связанных с развитием навыков чтения, в том числе медиатекстов, с повышением уровня читательской компетентности. Здесь можно предложить электронные тексты, значимые для теории и практики развития чтения; читательские чаты; виртуальные читательские конкурсы, дискуссии, литературные конференции по тематике Программы, время проведения которых может координироваться по всем трем уровням, и т.п. Такого рода сайты

становятся образцом накопления и организации целевой информации о ходе и результатах реализации Программы, об успешных технологиях поддержки и развития чтения, адресованной не только ее участникам, но и книжному сообществу, а также более широкой аудитории.

Сайты Программы и размещаемая на них информация адресуются сразу нескольким типам пользователей:

- ♦ информация научного, учебного, методического, организационного характера предназначена профессионалам – организаторам и наиболее активным участникам Программы (библиотекарям, преподавателям, издателям, распространителям печатной продукции, руководителям культурно-информационных центров и т.п.);
- ♦ сообщения о серьезной научной, художественной, критической литературе обращены к участникам реализации Программы и заинтересованным членам общества с высоким уровнем общекультурной и читательской компетентности;
- ♦ тексты информирующего, рекламного, просветительского, развлекательного характера рассчитаны на широкую аудиторию с невысоким уровнем читательской компетентности.

Вопрос заключается в том, как избежать смешения культурных кодов, которыми пользуются представители этих разных социокультурных групп. Нужно найти организационно-информационные способы:

- распределения сообщений на сайте;
- рубрикация, четко определяющей адресата;
- разделения текстов проектного, учебно-методического и организационного характера.

Существуют сложившиеся, ставшие стандартными критерии, на которых базируется построение веб-сайтов:

- ♦ глубина содержания информационного ресурса;
- ♦ простота поиска нужной пользователю информации;
- ♦ стабильность информационного ресурса;

¹ Более подробно о принципах качества веб-сайтов см. Принципы качества веб-сайтов по культуре. Руководство. М., 2006. <http://www.narcom.ru/365/429/>

- ♦ доступность для пользователей;
- ♦ единый дизайн для всех разделов сайта.

При построении сайта прежде всего следует проработать его концепцию с ответами на основные вопросы: что будет размещаться? зачем? кто адресаты? Это позволит участникам Программы позиционировать ее в пространстве Интернет. После этого следует просмотреть уже имеющиеся сайты по проблемам чтения и близким темам, выявить их содержательную направленность, отметить их сильные и слабые стороны.

Важно, чтобы сайты Программы отличались от других высоким качеством информации, связанной с книжной и медийной культурой; оригинальностью ее репрезентации; новизной подходов к проблемам поддержки и развития чтения. Поскольку адресаты – это представители разных социокультурных групп (от профессионалов до людей с невысоким уровнем читательской компетентности), разработчикам следует структурировать подразделения сайтов и их информационное наполнение с учетом дифференциации интересов и запросов потенциальных пользователей. При соблюдении этих условий сайты Программы могут стать востребованными и способствовать успешной ее реализации¹.

Представление Программы Интернет-сообществу осуществляется заявкой, своего рода визитной карточкой, в рамках которой с помощью текстов и иллюстраций представляются краткие сведения о ней, ее цели, задачи, стратегия реализации, контактная информация.