

ВВЕДЕНИЕ

Информационное пространство современного общества

Современную эпоху характеризует расширяющееся социокультурное пространство средств массовой коммуникации, отличающееся культурной всеохватностью, избыточностью и хаотичностью.

Информационное поле, порождаемое СМИ, или медиапространство, многомерно; в его пределах отображаются все институциональные формы культуры – экономика, политика, право, мировоззренческая сфера (философия, наука, религия, искусство). Оно динамично – каждый день здесь транслируются сообщения о событиях, происходящих в рамках всех этих институтов и в обществе в целом. Сегодня в его пределах доминирует аудиовизуальная составляющая. Существует мнение, что она вытесняет традиционную печатную продукцию (книги, журналы, газеты), и в этих условиях чтение как вид культурной активности отходит на задний план. Однако практика свидетельствует, что это не так.

Место и роль письменной культуры, чтения в пространстве СМИ

В условиях становления информационного общества роль чтения, письменной культуры в целом не только не уменьшается, но, напротив, возрастает. Совершенно очевидно, что:

- ♦ любому аудиальному и аудиовизуальному медийному продукту предшествует предназначенный для определенного круга людей письменный текст: план, сценарий, репортаж и т.п. Для того чтобы сообщение СМИ было правильно передано и воспринято, нужно, чтобы тексты такого рода были грамотно написаны и адекватно прочитаны;
- ♦ любой такой продукт представлен в одном из специфичных языков медиа, во многом подобных вербальному, т.е. имеющих свою лексику, грамматику, семантику; соответственно, понятие

«чтение» приобретает расширительное значение и распространяется на все типы культурных текстов, циркулирующих в СМИ;

- ♦ обучение прочтению таких текстов, которое сегодня становится все более обязательным в силу специализации языков СМИ, предполагает необходимость обращения к традиционным формам письма и чтения, используемым в процессе обучения.

Таким образом, сегодняшний приоритет электронных технологий не является показателем вытеснения чтения и книжной культуры из информационного пространства. Рациональная последовательность продуманных стратегических программ поддержки и развития чтения, отвечающих меняющимся социокультурным условиям, поможет обеспечить чтению и книжной культуре высокий статус и престиж и сохранить их жизнеспособность в контексте движения к обществу знаний. Но это во многом зависит от постоянной и квалифицированной работы тех, кто несет ответственность за поддержание высокого уровня культурной, в том числе читательской, компетентности. При одинаковом продвижении всех средств распространения культурной информации их успешная просветительская деятельность будет способствовать тому, чтобы книжная культура оставалась незаменимой. Более того, умелое использование новых информационных технологий увеличивает возможность передавать в единицу времени большие объемы информации. Так, Интернет и другие телекоммуникационные технологии создали благоприятные условия и расширили рекламное поле для продвижения печатной продукции. Уже сегодня очевидно, что это наиболее оперативное средство ее презентации. Необходимо организовать информацию такого рода в соответствии с целями и задачами Национальной программы поддержки и развития чтения и четко определить ее место в этом коммуникативном пространстве.

К работе в поддержку чтения в рамках Программы следует привлекать печатные и электронные СМИ. Это важная составляющая ее реализации, поскольку с помощью СМИ можно распространять идеологию Программы, привлекать внимание общественности к проблемам книжной культуры, формировать позитивное отношение аудитории к ее ценностям, рассказывать о возможностях институтов, связанных с чтением, в рамках информационного общества. Журналисты могут включиться в эту работу, если получают интересную,

социально значимую информацию, которой придадут занимательную и привлекательную форму. Пока книжная культура минимально отражается в медийном пространстве. Соответственно, одна из задач Программы – существенным образом изменить в позитивном направлении взаимодействие ее профессиональных представителей (писателей, литературных критиков, работников библиотек, издателей, книготорговцев) с прессой, радио, телевидением.

Проблемы реализации Программы, связанные со СМИ

В современных сложных и динамичных условиях процессы, происходящие в информационном пространстве, характеризуются высокой скоростью и слабой организованностью. Существенной проблемой является расхождение между настоятельной необходимостью свободно ориентироваться в этом пространстве и недостаточной массовой подготовленностью к использованию его преимуществ в индивидуально и социально полезных целях. От решения этой проблемы во многом зависит развитие в стране основных черт информационного общества, общества знаний и, в конечном итоге, современного гражданского общества.

В то же время возрастание этого расхождения уже сегодня приводит к упрощению форм социокультурной жизни, к социальной напряженности, массовой политической апатии, взаимной отчужденности различных социальных слоев и групп и, что наиболее существенно, к закреплению всего этого в качестве культурных ценностей и стандартов поведения. Так, низкий уровень культурной, в том числе читательской, компетентности, грамотности сегодня воспринимается в массовом масштабе как вполне обычное явление. Это представление не опровергается в рамках системы образования и поддерживается СМИ.

Наиболее распространенные причины этого генерального расхождения можно свести к действию следующих проблемообразующих факторов:

- ♦ применение устаревших образовательных и просветительских технологий, не обеспечивающих освоения людьми знаний и навыков, которые необходимы для адекватного прочтения современных культурных текстов, для свободной

ориентации в сложном и динамичном информационном пространстве, порожденном СМИ;

- ♦ недостаточная концентрация в рамках СМИ интеллектуальных ресурсов, ориентированных на массовое повышение культурной, в том числе читательской, компетентности в стране; преобладание в их рамках низкокачественной медиапродукции;
- ♦ быстрый рост содержательного многообразия информационных потоков, отставание в разработке способов и средств их упорядочения и социально необходимого обобщения;
- ♦ отсутствие просветительских стратегий в обществе;
- ♦ кадровая необеспеченность учреждений, ответственных за просвещение в обществе, включая СМИ;
- ♦ рыночная, коммерческая ориентация просветительских учреждений, как государственных, так и частных, препятствующая, с одной стороны, выполнению их специфических культурных функций, а с другой – вовлечению в их деятельность интеллектуалов;
- ♦ ориентация просветительских учреждений и СМИ на самоподдержание, а не на решение социально значимых задач, связанных с повышением уровня культурной, в том числе читательской, компетентности в обществе.

Преодолеть проблемную ситуацию можно только совместными усилиями высокообразованных граждан и профессионалов в области просвещения. В переходном обществе для решения этой проблемы нужен посредник между государственными и частными просветительскими учреждениями, с одной стороны, и культурно разнородными группами – с другой. Мировой опыт свидетельствует, что в этом случае нужны тщательно разработанные научно обоснованные и реалистичные программы, которые помогают гражданам активно использовать СМИ в индивидуально и социально полезных целях. Программа поддержки и развития чтения может стать важным инструментом просвещения членов общества в отношении социальных функций СМИ, качества распространяемой

ими информации и возможностей ее использования.

С учетом этого в ходе реализации Программы следует предусмотреть следующие направления действий:

- ◆ определение готовности разных типов СМИ к активному участию в продвижении книжной культуры и повышении ее статуса и престижа в обществе;
- ◆ выявление групп граждан, наиболее готовых к участию в решении проблем, которые связаны с чтением медиатекстов, и работа с ними как с будущими экспертами в этой области;
- ◆ выявление групп граждан, наименее подготовленных в области медиакультуры, и помощь желающим в ее освоении;
- ◆ выделение в рамках Программы специального направления, связанного с оказанием помощи группам людей с разным уровнем культурной компетентности в овладении навыками прочтения сообщений СМИ;
- ◆ обучение специалистов (в первую очередь работников образовательных учреждений и библиотек) технологиям медиаобразования;
- ◆ разработка методических пособий и рекомендаций, связанных с использованием различных видов СМИ, их рубрик и типов сообщений в качестве инструментов поддержки и развития чтения, с одной стороны, и расширение круга мероприятий и рекламных акций, связанных с чтением, в СМИ – с другой;
- ◆ работа, связанная с чтением текстов СМИ, в рамках специализированных центров.

Решение проблемы приобщения членов общества к чтению с учетом социальной значимости медиакультуры в рамках Национальной программы поддержки и развития чтения следует осуществлять в двух основных направлениях:

- ◆ пропаганда чтения, повышение его культурного статуса и социального престижа с использованием СМИ;
- ◆ просветительская деятельность, ориентированная на помощь членам общества в освоении языков СМИ, в адекватном прочтении медийных текстов, в нейтрализации их манипулятивных

воздействий, в проведении различий между виртуальным про-

странством, образуемым сообщениями СМИ, и реальностью.