

Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества

**КОНЦЕПЦИЯ
НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ
ЧТЕНИЯ**

Москва

25 июня 2006 года

Содержание

1. Актуальность разработки и реализации программы _____	3
2. Факторы, обуславливающие проблемное состояние информационного пространства в российском обществе _____	5
• Качество информации	
• Качества источников информации	
• Качества потребителей информации	
3. Основные каналы распространения информации и её содержание _____	9
4. Проблемная ситуация, связанная с чтением, в российском обществе _____	13
5. Гипотеза, связанная с возможностью выхода из проблемной ситуации _____	16
6. Принципы построения программы _____	19
7. Цели разработки и реализации программы _____	22
8. Задачи, на решение которых направлена программа _____	23
9. Предметная область программной деятельности _____	25
10. Субъекты реализации программы _____	26
11. Методы реализации программы _____	27
12. Предварительные условия реализации программы _____	28
13. Средства реализации программы _____	30
14. Реализация программы по этапам _____	32
15. Ожидаемые результаты различных бенефициариев _____	35
16. Возможные затруднения при разработке и реализации программы _____	36
17. Заключение _____	37
18. Глоссарий (значение терминов как они используются в тексте) _____	39

Актуальность разработки и реализации программы

Начиная со второй половины XX века, объемы информации в каждой стране и в мире в целом возрастают, ее распространение ускоряется, а качественное многообразие увеличивается. Сегодня общественное развитие все более зависит от содержания информации, циркулирующей в обществе, и от упорядоченности информационных потоков.

В России, как и в других обществах переходного типа, информационные процессы стали **менее упорядоченными** как по сравнению с предыдущим состоянием нашего общества, так и по сравнению с модернизированными странами:

- связи между специализированной (профессиональной) и массово доступной информацией стали нестабильными – необходимое специализированное (профессиональное) знание своевременно не доходит до массового потребителя в доступных для него формах, а, с другой стороны, та информация, которой он располагает, оказывается недостаточной, чтобы помочь в решении жизненно важных проблем;
- обмен жизненно важными сведениями между государством и обществом становится то более, то менее открытым, что мешает широкому участию граждан в решении социально значимых проблем;
- социально необходимое знание в обществе обновляется медленнее, чем этого требуют процессы глобализации.

Эти обстоятельства **тормозят развитие** российского общества как общества информационного.

В то же время процессы глобализации обуславливают стандартизацию и рациональную организацию информационных потоков, циркулирующих в пространстве межкультурных коммуникаций (между представителями различных профессий, между специалистами и массовыми

потребителями информации, между различными слоями и группами, между разными типами поселений, между разными регионами, между разными странами).

Следовательно, достойное место России и её граждан в процессах глобализации с необходимостью предполагает модернизацию и упорядочение информационного поля в стране.

В этих обстоятельствах обмен письменной информацией (печатными и электронными публикациями) и **чтение продолжает сохранять лидирующую культурную роль.**

Поэтому необходимо рассмотреть проблемы поддержки и развития чтения в более широком информационном и культурном контексте.

Факторы, обуславливающие проблемное состояние информационного пространства в российском обществе

Информационное пространство в стране определяется такими его составляющими, как

- качество информации,
- особенности источников информации,
- особенности потребителей информации.

Качество информации

Качество информации определяется такими ключевыми факторами, как:

- быстрая сменяемость информации о событиях в стране и в мире;
- противоречивость в интерпретации событий;
- различные культурные коды трансляции (научный, политический, юридический, религиозный и другие «языки») и интерпретации (специализированный, обыденный подходы) циркулирующей в обществе информации;
- культурный плюрализм информации, обусловленный, во-первых, различием культурных кодов в информационном поле общества; во-вторых – проникновением сюда инокультурных представлений, ценностей, понятий и т.п.
- накопление (кумуляция) разнородной информации без ее четкого упорядочения.

Таким образом, информационное пространство в переходном российском обществе характеризуется его подвижностью и неопределенностью, что **затрудняет ориентацию в его пределах и для тех, кто создаёт и распространяет информацию, и для тех, кто пользуется ею.**

Распространяемая в информационном обществе социально значимая информация должна отвечать следующим критериям:

- она должна быть достоверной и конструктивной,
- излагаться в доступной для восприятия форме,
- наиболее социально значимые источники информации должны быть массово доступны.

Качества источников информации можно охарактеризовать следующим образом:

- как правило, первоначальный источник информации или заказчик, заинтересованный в массовой представленности сообщения, с одной стороны, и тот, кто препарирует информацию, делая ее пригодной для такой представленности – с другой, - это разные социальные субъекты;
- для представления информации «массовому» потребителю существует особый язык (СМИ, реклама, язык пропаганды и т.п.), отличный от быденного. Изложенные с его помощью сообщения меняют содержание по сравнению с первоначальными намерениями заказчика; чтобы понять эти сообщения, пользователь должен специально изучать такой язык и улавливать его изменчивость;
- информация, предназначенная для публичной представленности, циркулирует в обществе в разнокачественных формах – печатная, аудиальная, аудиовизуальная, интернетная продукция; специальная, популярная, массовая; в зависимости от формы представленности меняется содержание в зависимости
- источник информации (коммуникатор) в информационном пространстве выполняет обычно ряд социально необходимых и взаимозаменяемых функций: информирующая, убеждающая, образовательная, просветительская, развлекательная. В переходном обществе эти функции нередко смешиваются, что

затрудняет идентификацию коммуникатора как для него самого, так и для реципиента и мешает адекватной интерперетации сообщений.

Таким образом, сложность и неопределенность информационного поля усугубляется усиливающейся специализацией языка и форм публичной социальной коммуникации, возрастающим смешением функций коммуникатора, что мешает установлению четко упорядоченных связей между отправителями и получателями социально значимых сообщений.

Качества потребителей информации

К основным качествам потребителей информации (реципиентов) можно отнести их неоднородность, которая проявляется в различиях:

- уровней культурной компетентности, т.е. способностей распознавать, отбирать, организовывать циркулирующую в обществе информацию и свободно оперировать ею в стандартных и проблемных ситуациях социального взаимодействия и коммуникации;
- причин обращения к каждому из существующих в обществе источников информации (за необходимыми сведениями, за помощью или советом, для подтверждения собственной позиции, для развлечения и т.п.);
- степени глубины освоенности информации, т.е. наличия не только знаний, но и понимания различных культурных тем (устойчивых интерпретаций существующих в обществе проблем, оправданий нормативно или ценностно утвержденных способов их преодоления, символических закреплений соответствующей информации);

- степени использования циркулирующей в обществе информации, т.е. переведения знаний в навыки и практические действия.

В трансформирующемся обществе обычно разнообразие характеристик реципиента возрастает, а степень их культурной компетентности, в том числе свободного владения информацией, уменьшается. Таким образом, **при постоянном усложнении информационного пространства степень его освоенности и организованности снижается.**

Обобщая сказанное выше, можно охарактеризовать ситуацию, сложившуюся в информационном пространстве российского общества как **проблемную**.

В качестве основных проблемообразующих факторов следует выделить:

- расхождение между профессиональным способом организации информационного пространства в обществе и обращения к нему людей, не имеющих специальной подготовки для рационального отбора, организации и эффективного использования социально значимой информации;
- неопределенность отношений между коммуникатором и реципиентом в силу смешения функций коммуникатора и возрастающим вследствие этого недоверием к нему реципиента;
- непредсказуемость результатов коммуникативных процессов в обществе. Соответственно для структур государственного управления появляется угроза утраты контроля над обусловленными этими процессами социальными действиями, которые могут сломать сложившиеся структуры такого рода. А для граждан нарастает угроза дезадаптации в условиях, при которых происходящие в обществе

изменения остаются для них непонятными в силу того, что узаконенные коммуникаторы замалчивают или в ложном свете представляют подобные изменения.

Основные каналы распространения публично представляемой информации и её содержание (в контексте проблемы чтения)

Говоря о степени и качестве информированности членов общества (в контексте национальной программы поддержки и развития чтения), следует охарактеризовать **основные каналы распространения** публично представляемой информации и соответствующее каждому из них преимущественное содержание:

1. **Радио и телевидение** - являются основными источниками информирования, убеждения, развлечения, режиссуры – просвещение массовой аудитории; в рамках этих каналов тематику сообщений выбирает и организует коммуникатор; реципиент может выбирать из того, что предлагается;
2. **Интернет** - обеспечивает информирование, развлечение, помощь в работе пользователей; тематику предоставляют, организуют, а также выбирают как коммуникаторы, так и сами пользователи;
3. **Книжные магазины** – в их рамках сконцентрирована литература разных типов – специальная, образовательная, научно-популярная, «высокая», «популярная». Ее отбор обусловлен издательскими предложениями, с одной стороны, массовым спросом и предпочтениями работников магазинов – с другой. Литература распределена по стандартным общеизвестным категориям так, что покупатель легко находит нужный ему тип информации и сам осуществляет ее выбор.

4. **Газетно-журнальные киоски** – осуществляют распространение наиболее ходовой книжной, газетной и журнальной продукции

5. **Литературные музеи** – выполняют широкие просветительские функции

6. **Библиотеки** - концентрируют разные типы и формы представленности информации:

- **массовая периодика**, предназначенная для общего информирования читателей о событиях, происходящих в обществе и культуре;
- **специализированная периодика**, адресованная специалистам разных профессий и ориентированная на использование профессионалами на образование и просвещение;
- **научно-популярная литература** (книги, журналы), выполняющая главным образом просветительские функции и ориентированная на массового читателя;
- **специальная и учебная литература**, адресованная на использование в профессиональной и образовательной средах;
- **«высокая» художественная литература**, ориентированная на людей, обладающих высоким уровнем читательской компетенции и выполняющая просветительские функции;
- **«популярная», «бульварная» беллетристика**, ориентированная на «массового» читателя и выполняющая развлекательные функции.

В библиотеках отбор информации, с одной стороны, регулируется нормативными документами, а с другой – специально подготовленными библиотечными работниками. Наличная печатная продукция организована в соответствии с общепринятыми нормативами. Соответственно компетентные читатели без труда находят и сами выбирают нужную им литературу.

Сравнение существующих в обществе форм представленности и каналов распространения социально значимой информации позволяет сделать следующий вывод.

Местом накопления (кумуляции) вербальной базовой (наиболее социально значимой с точки зрения сохранения культуры общества) культурной информации, в первую очередь, является печатная, главным образом, книжная продукция.

С точки зрения порождения трансляции и использования элементов вербальной и письменной культуры (разнообразие и богатство лексики, множественность ситуации ее использования), а также базового общекультурного и специализированного социально значимого знания (образование, просвещение, поиск и организация новой информации) **печатная продукция (в традиционном и электронном виде), книги остаются главным и ничем не заменимым источником культурного опыта прошлого и настоящего.**

Соответственно, **издательства и институциональные формы распространения их продукции – библиотеки (в том числе личные), книжные магазины – сохраняют в информационном пространстве общества ключевые позиции, а в переходные периоды их культурные функции становятся еще более важными.** Другие институциональные каналы информации с точки зрения приобретения и развития культурной компетенции в обществе выполняют вспомогательные функции: содержащиеся в них сведения составляют прежде всего своего рода «путеводитель» по «фундаментальному» пространству культуры, с

наибольшей полнотой зафиксированному в письменных источниках информации.

Таким образом, в трансформирующемся обществе адекватные распознавание, оценка и освоение текущих изменений, интеграция их в контекст уже существующего в обществе социокультурного пространства существенным образом зависят от уровня освоенности отечественной письменной культуры, зафиксированной в печатной продукции и сконцентрированной в специальных институциональных структурах. А это возможно только при таком уровне читательской компетентности, который обеспечивает эффективность поиска, отбора, организации и осознанность использования членами общества необходимой и значимой для них информации.

Вот почему сформулированную ранее проблему, связанную с усложнением информационного пространства в обществе переходного типа, необходимо конкретизировать применительно к освоению письменной культуры, т.е. к чтению.

**Проблемная ситуация, связанная с чтением, в трансформирующемся
российском обществе**

1. Из сказанного следует, что роль чтения в усложняющемся и быстро меняющемся обществе возрастает. Следует более подробно рассмотреть, что это означает для основных специализированных областей социокультурного пространства:

А) в экономической области чтение обеспечивает углубленное понимание социальных последствий экономических тенденций;

Б) в политической области оно обеспечивает:

- профессиональных политиков - профессиональными знаниями и навыками выработки и контроля над реализацией социально приемлемых решений;

- членов общества – средствами распознавания и избегания манипуляторских интенций политиков.

В) в правовой области чтение обеспечивает:

- на профессиональном уровне кумуляцию правового опыта, порождаемого в обществе;

- на обыденном уровне – массовый доступ к правовой информации.

Г) на уровне мировоззрения чтение обеспечивает:

- в профессиональной сфере – кумуляцию и упорядочение мировоззренческих позиций (философских, религиозных, научных, эстетических) прошлого и настоящего;

- в обыденной сфере – возможность систематического (благодаря способам упорядочения информации, принятым в библиотеках, книжных магазинах) доступа к фундаментальной упорядоченной информации мировоззренческого характера.

Д) на уровне трансляции социально значимого опыта:

- в области образования – получение общеобязательных социально значимых знаний;

- в области просвещения – возможности для повышения уровня собственной культурной компетентности;
- в области СМИ – получение сведений о текущих событиях.

2. В то же время в российском обществе **совершенно очевидно снижается культурный статус чтения**; об этом свидетельствуют:

- значительное увеличение количества россиян, вообще не читающих или читающих лишь от случая к случаю;
- невзыскательность вкуса и предпочтений в области чтения - выбор профессиональной, художественной, массовой литературы свидетельствует об их упрощении даже в среде тех, кто должен был бы быть интеллектуальной элитой в обществе переходного типа;
- возрастание сугубо развлекательной составляющей чтения; стремление людей – в особенности младших поколений – свести к минимуму затраты интеллектуальных усилий при чтении;
- смещение издательской политики в сторону выпуска литературы сниженной (с точки зрения сложности форм и содержания) информационной ценности; коммерческая ориентация на невзыскательного читателя;
- неостребованность значительных объемов книжных фондов большинства публичных библиотек; расхождение между читательским спросом и возможностями предложения библиотек среднего и малого масштаба, особенно в небольших городах и в сельской местности, и вследствие этого утрата ими привлекательности для членов общества в качестве предпочтительного источника информации.
- нарастание в обществе – даже на уровнях управления и «интеллектуальной элиты» - представлений и мнений о том, что роль

книги, библиотек в обществе уменьшается в сравнении с Интернетом и вообще сойдет на нет при полном развитии его возможностей.

Проблема, соответственно, состоит в том, что при очевидной незаменимости и социальной значимости чтения для

- принятия компетентных решений на уровне государства и муниципальных властей;

- развития интеллектуальной элиты в стране;

- повышения качества культурной активности граждан;

- повышения культурного статуса страны в мировом социокультурном пространстве

количество читающей публики уменьшается, а качество чтения снижается.

Это неизбежно ведет к быстрой культурной деградации членов общества, к снижению уровня их профессиональной и общекультурной компетентности, что чревато кумуляцией нерешенных проблем в обществе (некомпетентные люди не умеют адекватным образом ни определить, ни найти пути решения социально значимых проблем) и даже последующими социальными беспорядками и взрывами (договариваться между собой могут только образованные, культурно компетентные люди, хорошо владеющие элементами собственной культуры, выраженными в языке).

Гипотеза, связанная с возможностью выхода из проблемной ситуации

Определенное снижение интереса к чтению – это сегодня общемировая тенденция. Она обусловлена глобализацией (стандартизацией содержания сообщений и широтой их межкультурного распространения, массовым владением упрощенным языком) средств массовой информации (радио, TV, Интернет), которые вытесняют чтение как престижный источник социально значимой информации. Она обусловлена также интенсивным развитием индустрии развлечений (во многом компьютерных игр), которая теснит в культурном пространстве чтение как средство рекреации.

Однако в разных странах – модернизованных и активно модернизирующихся – представители культурных элит (из гуманистических соображений) и политической верхушки (по вынужденным прагматическим причинам) предпринимают активные попытки противодействовать этим тенденциям и ищут эффективные способы целенаправленных контрмер. В этих странах представители высокообразованных слоев общества уже полностью поняли и осознали пагубность угасания чтения для культурных и структурно-функциональных устоев общества, для социокультурной интеграции внутри него, для культурной коммуникации с другими странами. Опыт этих стран свидетельствует о том, что **изменить ситуацию к лучшему можно за счет построения целеориентированной государственной политики, национального плана действий, ориентированных на стимулирование различных социокультурных групп к чтению с учетом их реальных и потенциальных интересов, не реализуемых с помощью иных источников социально значимой информации.** Здесь общепризнанным является практикой подтвержденное представление о том, что повышение уровня профессиональной и общекультурной компетентности различных групп граждан способствует улучшению качества жизни людей внутри страны и возрастанию ее конкурентоспособности в глобальной политике и экономике.

В России социальная значимость проблемы чтения пока недостаточно осмыслена ни на уровне государства, ни в среде интеллигенции, даже гуманитарной. Соответственно, ее решение не входит в число приоритетов государственной культурной политики, а государственные и общественные просветительские организации только начали формироваться в переходных условиях и сами нуждаются в поддержке. Профессиональное книжное сообщество остается слабо интегрированным. Из отдельных инициативных групп исходили предложения, содержащие проекты концепций национальных программ поддержки чтения. Однако они не находили необходимой поддержки со стороны государственных структур на основании того, что они, якобы, выражали узко групповые интересы и позиции. Региональные акции и инициативы по продвижению чтения и книги, пропаганде читательской и книжной культуры построены так, что не получают заметного общественного резонанса.

Предполагается, что рациональная, научно обоснованная, социально ориентированная государственная национальная программа поддержки и развития чтения поможет существенным образом изменить отношение в обществе и в государственных структурах к книжной, читательской культуре и стать стартовой площадкой для планомерного и логически последовательного осуществления соответствующей эффективной государственной политики как способа решения приоритетной общенациональной задачи.

Такая программа должна представлять собой систему широкомасштабных мероприятий, последовательно реализуемых на каждом из этапов ее воплощения в жизнь на всей территории страны (в каждом из регионов).

Тематически такая программа должна быть дифференцирована:

- по типам читающей публики;

- по типам информации, представляемой печатными изданиями и Интернет (образовательная, просветительская, развлекательная);
- по типам каналов распространения сообщений, предназначенных для прочтения (специальная и художественная литература – книги, журналы; массовая печать; интернет-сообщения);
- по предпочтениям читателей в отношении типов культурной информации и печатных каналов ее распространения.

Системный характер программы обусловлен совокупностью исходных теоретических и мировоззренческих принципов, определяющих ее структуру и содержание.

Принципы построения программы

1. Чтение представляет собой важнейший способ освоения базовой культурной информации – профессионального и быденного знания, культурных ценностей прошлого и настоящего, представлений об исторически непреходящих и текущих событиях. Под базовой культурной информацией понимаются знания, нормативные и ценностные представления, социально значимые сведения, составляющие основу, системное ядро многонациональной и многослойной российской культуры. Чтение также является важнейшим механизмом поддержания этого ядра, имея в виду и профессиональную, и быденную его составляющие.

2. Письменные источники (книги, документы прошлого, рукописи, дневники, переписка – служебная, частная) содержат основную социально значимую информацию о культуре общества. Все остальные источники выполняют вспомогательную роль «путеводителей» по отечественной и мировой культуре (информация о том, где хранятся культурные ценности определенного характера, каково их общее культурное содержание, какое место они занимают в культурном контексте общества как целого), либо иллюстраций к событиям прошлого и настоящего. Кроме того, во всех носителях культурной информации используется ее фиксация в письменной форме (сценарии фильмов, радио- и телепередач, интернет-сообщения; всякого рода надписи и подписи), что предполагает высокий уровень грамотности и читательской компетентности (свободное владение и понимание в отношении письменных текстов разного качества – специальных, популярных, художественных, характерных для печатных СМИ).

3. Высокий уровень читательской компетентности не приобретается и не поддерживается автоматически, без помощи специально

существующих для этого организационных структур – образовательных и просветительских. Об этом свидетельствует быстрое падение уровня грамотности в России, обусловленное ухудшением функционирования такого рода структур по мере того, как из жизни уходили носители «высокой» российской культуры, представители российской интеллектуальной элиты. Их преемники ориентируются преимущественно на упрощенные формы культурной информации. Соответственно, поддержание высокого уровня письменной и устной культуры, необходимого для развития (модернизации) современного российского общества требует наличия институтов воспроизведения читательской (и писательской) культуры, соответствующей сложности и динамизму современных глобальных социокультурных процессов.

4. Высокий уровень читательской компетентности не распространяется равно на все социальные слои и группы. Всегда есть и будет «читательская элита» - знатоки книг и любители чтения; читатели со специфичными интересами; читатели популярной литературы; читатели газет; случайные читатели; люди, не читающие вообще. Их качественные характеристики неизменны и определяются мерой владения элементами сложной письменной культуры. Меняются их количественные соотношения, от которых зависят не только престиж и качество чтения, но и текущее состояние ядра национальной культуры.

5. Существует критический предел пренебрежения чтением, за которым начинается резкое падение уровня грамотности, культурной компетентности, возможностей освоения социокультурной реальности, что грозит социальной дезинтеграцией, нарастанием социальной напряженности в связи с неспособностью понять и принять другие культуры (в пределе – ксенофобия), но и незнакомые области собственной культуры. Иными словами, начинаются необратимые процессы разрушения ядра национальной культуры.

6. Политическое руководство страны ориентировано на поддержание ее культурного престижа в глобальном масштабе, ее конкурентоспособности на мировом рынке, собственной позиции в контексте международных отношений и внутри страны, поэтому необходимо повышение уровня культурной компетентности в обществе. Прежде всего, это относится к самим представителям правящих кругов; далее речь идет о ее экономических и интеллектуальных лидерских группах и, наконец, о так называемом среднем слое специалистов. Такое повышение в рамках письменной культуры самым существенным образом связано с интенсификацией процессов чтения и повышением его престижа в обществе, с повышением качества читаемого материала, с улучшением организации культурного пространства чтения (авторская, издательская, библиотечная, торговая, рекламная деятельность). А для этого необходима рационализация институциональных структур, ответственных за производство, пропаганду и распространение печатных и электронных публикаций, за интенсификацию и повышение престижа чтения в обществе.

Цели разработки и реализации программы

Цель разработки и реализации национальной программы поддержки и развития чтения может быть сформулирована как **создание активной, эффективно функционирующей институциональной инфраструктуры по продвижению, поддержке и развитию чтения.**

Эта общая цель может быть конкретизирована следующими позициями:

1. В отношении институтов, ответственных за политику в области чтения, - необходима модернизация их структуры и функций, приведение их в соответствие с требованиями эффективности в условиях перехода к информационному обществу и глобализации информационных процессов.
2. В отношении субъектов чтения необходимо повышение уровня их культурной компетентности, соответствующего адекватной адаптации в сложном, динамичном обществе переходного типа.
3. В отношении тех, кто осуществляет политику чтения на практике (работники образовательных учреждений и библиотек, СМИ, книжной торговли, рекламы и PR в целом) - необходимо придать им функции социокультурной мобилизации читательской аудитории, т. е. обеспечить знаниями и навыками, позволяющими им побуждать и поддерживать читательские интересы в рамках различных социокультурных слоев и групп.

Задачи, на решение которых направлена программа

1. Программа должна носить **адресный (а не усредненный) характер**. Дифференциацию адресатов следует осуществлять по следующим направлениям:
 - а. регионы: продвинутые; имеющие зоны роста; имеющие точки роста; депрессивные;
 - б. институты (по функциям в отношении чтения): издательства, библиотеки, каналы распространения печатной продукции, в т.ч. Интернет;
 - в. профессиональные субъекты, организующие условия для чтения: те, кто организует информационное читательское пространство (библиотеки, СМИ, Интернет); те, кто может мобилизовать различные группы читателей (работники библиотек, литературных музеев, клубов, средств массовой информации, книголюбцы);
 - г. читатели, которых следует дифференцировать по уровням читательской компетентности: знатоки, любители, проявляющие интерес, читающие от случая к случаю, не читающие.

2. По отношению к каждому из выделенных направлений необходимо конкретизировать проблемную ситуацию:
 - а. регионы: по каждому из типов выделить причины снижения и сохранения читательских интересов и возможностей. Определить факторы и механизмы, обуславливающие эти процессы.
 - б. институты: по каждому из типов внутри каждого типа регионов выявить причины успехов и неудач в их функционировании;
 - в. профессионалы: по каждому из типов профессий внутри каждого типа регионов выделить факторы, способствующие и препятствующие эффективной работе;

г. читатели: по каждой группе внутри каждого типа регионов выявить преимущественные интересы; место печатных изданий среди других источников информации; помехи удовлетворению читательских интересов.

3. По каждому из выделенных направлений дифференциации программы разработать совокупность мер, направленных на решение проблем институциональными средствами:

а. регионы: по каждому из типов разработать комплекс мер, ориентированных на нейтрализацию негативных и усиление позитивных тенденций в области чтения;

б. институты: по каждому из типов в рамках каждого из типов регионов определить необходимые направления структурной и функциональной модернизации;

в. профессионалы: по каждому из типов специалистов определить направления модернизации профессионального образования и функционирования на рабочем месте;

г. читатели: по каждой группе определить возможности мобилизации читательских интересов и определить соответствующие наборы адресных средств, обуславливающих расширение читательской аудитории и углубленное освоение информации из печатных изданий.

Предметная область программной деятельности:

- а. функции государственной политики в области чтения;
- б. функции каждого из типов институтов, участвующих в ее реализации;
- в. распределение читательской активности по регионам, типам поселений, социальным слоям и группам;
- г. распределение читательских интересов по типам печатных изданий и интернет-продукции.

Субъекты реализации программы

- а. работники государственных структур, участвующие в построении программы развития чтения в стране;
- б. представители общественности, участвующие в разработке и реализации программы;
- в. работники учреждений, связанных с распространением информации, участвующие в разработке и реализации программы;
- г. группы читателей, ранжированные по степени читательской активности и уровню читательской компетентности.

Методы реализации программы

- а. диагностика состояния социокультурного пространства чтения, под которым понимается совокупность существующих институциональных структур; наличная информация, которой могут располагать читатели (предложение); группы читателей и их дифференциальные интересы (спрос); диагноз осуществляется как соотнесение спроса и предложения и выявление причин расхождения между ними;
- б. социальный эксперимент, предполагающий целенаправленные контролируемые изменения работы соответствующих институтов, отобранных так, чтобы наиболее полно представлять каждое из ранее выделенных дифференциальных направлений;
- в. мониторинг результатов эксперимента и последующей расширенной реализации программы;
- г. оценка социальной и экономической эффективности реализации программы;
- д. социокультурное проектирование на базе существующих институциональных структур.

Предварительные условия реализации программы

1. Определение этапов реализации программы. В этом случае целесообразно выделить следующие этапы:

а. антикризисный, направленный на выявление возможностей улучшить ситуацию. На этом этапе предполагается осуществление социокультурного эксперимента – в форме серии пилотных проектов – по стимулированию деятельности субъектов разработки и реализации программы; выявление факторов, способствующих и препятствующих успешной реализации социокультурного эксперимента на специально отобранных репрезентативных объектах;

б. стабилизационный, направленный на определение возможностей усиления действия позитивных и нейтрализации негативных факторов, связанных с реализацией программы; на целенаправленное распространение позитивных результатов, полученных в ходе социокультурного эксперимента, в более широких масштабах средствами государственной политики;

в. нормирующий, направленный на разработку нормативных документов, обеспечивающих эффективную реализацию государственной политики в области чтения; закрепление полученных позитивных результатов; обеспечение воспроизведения и развития социокультурного пространства чтения в соответствии с вызовами глобализации и необходимостями, связанными с формированием в России информационного общества в переходный период.

2. Разработка программ диагностики состояния социокультурного пространства чтения и мониторинга эффективности реализации решений, принимаемых в сфере государственной политики в области чтения; построение соответствующих эмпирических показателей.

3. Разработка модели оценки социальной и экономической эффективности социокультурных проектов, составляющих программу; этапов реализации программы и осуществления программы в целом.
4. Разработка методов социокультурного проектирования в области чтения.

Средства реализации программы

1. В отношении читателей:

- а. изучение читательских интересов и уровня читательской компетентности различных социокультурных групп и слоев;
- б. работа с различными группами читателей на базе образовательных учреждений, библиотек, литературных музеев, книжных магазинов, клубов и др. при поддержке СМИ.

2. В отношении институтов, связанных с социокультурным пространством чтения:

- а. разработка рекомендаций по кругу чтения для разных социокультурных групп читателей;
- б. изменение учебных программ в школах и вузах с акцентом на активизацию чтения, на повышение уровня читательской компетентности;
- в. разработка специальных программ для образовательных и просветительских учреждений, ориентированных на повышение уровня читательской активности (школ, колледжей, библиотек, литературных музеев и т.д.)
- г. выявление успешных образцов работы с читателями в библиотеках и других типах просветительских учреждений и возможностей их распространения;
- д. организация государственных заказов на издание специальной, художественной, популярной литературы;
- е. создание и продвижение массового периодического издания типа «круг чтения», «литературные новинки» и т.п.

3. В отношении разработки и корректировки государственной программы:

- а. конкурсы на наиболее продуктивные идеи по активизации чтения;

- б. конкурсы на самые эффективные образцы реализации государственной программы;
- в. мониторинг, выявление и распространение эталонных образцов решения программных задач по каждому из выделенных направлений;
- г. поощрение лучших исполнителей программ.

4. Подготовка, переподготовка, повышение квалификации тех, кто несет ответственность за активизацию чтения:

- а. переподготовка воспитателей детских учреждений, преподавателей общеобразовательных школ, работников библиотек;
- б. подготовка и повышение квалификации преподавателей гуманитарных дисциплин не только в гуманитарных и социальнонаучных, но и в технических и естественнонаучных вузах и факультетах;
- в. организация специальных образовательных и просветительских курсов для родителей;
- г. работа с региональными и муниципальными администрациями, в первую очередь, с органами образования и культуры, направленная на расширение образовательных программ, связанных с чтением.

5. Пропаганда чтения:

- а. повышение престижа чтения с использованием PR-технологий в СМИ (TV, радио, пресса, Интернет, реклама);
- б. наружная (растяжки, билборды, плакаты) и наглядная (внутри учреждений) агитация (плакаты, листовки, закладки, посвященные чтению и книгам);
- в. широкая презентация в СМИ и Интернете книг и литературных событий;
- г. создание механизмов оперативного реагирования на изменение ситуации в области чтения;
- д. проведение специальных мероприятий (фестивали книги и чтения)

Реализация программы по этапам

Первый этап – антикризисный.

На этом этапе осуществляются пилотные проекты, прошедшие через механизм конкурсного отбора, на уровнях показательных (репрезентативных) объектов;

- регионов с разным уровнем модернизированности;
- учреждений образования и просвещения разной степени эффективности;
- общественных организаций (клубов любителей книги, объединений писателей, ассоциаций – библиотечных, издательских, книгораспространительских и т.п.) разной степени социальной активности.

Цели первого этапа реализации программы:

- разработка и реализация пилотных проектов;
- мониторинг и анализ результатов реализации пилотных проектов;
- выявление позитивных и негативных результатов и определение возможностей усиления первых и нейтрализации вторых;
- целенаправленное усиление наличных и формирование новых точек роста книжной и читательской культуры.

Отбором проектов, контролем над их реализацией, анализом результатов, выявлением и определением возможностей распространения позитивных образцов решения проблем, связанных с чтением, должна заниматься специально сформированная управленческая структура, выполняющая аналитические, экспертные и регулирующие функции.

Второй этап – стабилизационный.

На этом этапе происходит распространение полученных на первом этапе позитивных результатов в регионы и учреждения, подготовленные к этому за

счет широкого информирования членов общества о ходе и результатах реализации первой ступени программы.

Цели второго этапа реализации программы:

- внедрение инноваций в готовые к ним учреждения;
- мониторинг и анализ результатов целенаправленных нововведений;
- выявление позитивных и негативных последствий нововведений и определение возможностей усиления первых и нейтрализации вторых;
- увеличение количества точек роста книжной культуры;
- превращение точек роста в зоны роста социокультурного пространства чтения.

Мероприятия программы должны осуществляться дифференцированно в соответствии с выделенными ранее направлениями.

Для разработки и корректировки программы на первых двух этапах должна быть сформирована рабочая группа, в состав которой в обязательном порядке должны входить три типа субъектов выработки решений:

- специалисты в области социологии (чтения, культуры), социальной психологии и психологии чтения, образования, культурологи (культурной антропологии), политологии, экономики, права;
- представители общественности (писатели, журналисты, компетентные читатели и др.);
- представители заинтересованных министерств (культуры, образования, экономики, финансов, социального развития).

Третий этап – нормирующий.

На этом этапе происходит разработка нормативных документов в отношении издания, распространения, хранения печатной информации, обеспечения условий для активизации чтения в стране.

Цели третьего этапа реализации программы:

- правовое закрепление точек и зон роста социокультурного пространства чтения;
- создание механизмов воспроизведения и развития уровня книжной культуры, соответствующего современным внешним и внутренним сложным и динамичным социокультурным условиям.

Для реализации третьего этапа необходимо сформировать рабочую группу для разработки пакета правовых документов, закрепляющих благоприятные условия для развития чтения в стране. Необходимо также на полную мощность включить программы диагностики состояния книжной культуры и мониторинга реализации государственной политики в области чтения.

Ожидаемые результаты различных бенефициариев

Экономические:

Исполнители – материальное вознаграждение.

Книгоиздательства – расширение рынка, финансирование государственных заказов.

Книготорговцы – расширение рынка, помощь в реализации изданий, предусмотренных программой.

Библиотеки – пополнение фондов, в том числе изданиями, предусмотренными программой.

Журналисты – материальное вознаграждение за пропаганду программных мероприятий.

PR-службы – государственный заказ на продвижение идей и мероприятий, предусмотренных программой.

Социальные

Работники учреждений образования и просвещения – повышение квалификации, возрастание социального статуса и престижа.

Патроны программы – обретение высокого социального статуса, участие в построении государственной политики в области чтения.

Читатели – расширение возможностей повысить читательскую и шире – общекультурную компетентность, а, следовательно, активизировать собственные способности адаптации в сложных, динамичных социокультурных условиях, характерных для общества переходного типа.

Возможные затруднения при разработке и реализации программы

При разработке программы могут возникнуть затруднения, вызванные:

- взаимным непониманием специалистов из разных областей знания;
- различием языков, видения ситуации и способов ее решения представителями науки (проектировщиками), сферы управления и общественности;
- различиями в ориентациях на модернизационные изменения, с одной стороны, и сохранение существующего положения дел – с другой.

При реализации программы могут возникнуть затруднения, вызванные сопротивлением:

- субъектов управления, не заинтересованных в повышении культурной компетентности членов общества;
- работников министерств и ведомств, не обладающих достаточным уровнем профессионализма для реализации программы;
- работников учреждений образования и просвещения, не желающих менять привычные формы деятельности;
- представителей книгоиздания и книготорговли, опасющихся снижения доходов;
- представителей министерств экономического развития и финансов, считающих вложение средств в повышение культурной компетентности членов общества нерентабельным;
- членов общества, не желающих тратить время и энергию на повышение уровня читательской компетентности и на серьезное чтение вообще.

Заключение

В рамках предлагаемой концепции разработки и реализации национальной программы поддержки и развития чтения приведены аргументы в пользу необходимости ее построения в качестве одной из составляющих государственной культурной политики. Далее - самый общий анализ проблемной ситуации в области чтения свидетельствует о том, что ее сохранение, а тем более усугубление составляет угрозу безопасности национальной культуры, ибо чревато разрушением ее ядра.

Проблема была сформулирована как расхождение между необходимостью активно осваивать и использовать информацию, сконцентрированную в печатной продукции и необходимую для социокультурной адаптации в переходных условиях, с одной стороны, и низким уровнем читательской компетентности, низким статусом чтения в обществе – с другой. И это при условии, что нужная информация может быть получена только из письменных источников, прежде всего книг. Соответственно в обществе существует необходимость активизировать книжную культуру, существенным образом поднять уровень читательской компетентности.

Для решения этой задачи в обществе есть необходимые условия:

- существуют институциональные структуры, предназначенные для хранения и распространения печатной продукции и письменных документов (архивы, библиотеки, книготорговля);
- имеется в наличии огромный объем социально значимой информации, который в упорядоченном виде хранится в рамках этих структур;
- в стране активно работают профессиональные литераторы – журналисты, писатели, переводчики, литературные критики, литературоведы – и их общественные объединения;

- целый ряд государственных и частных издательств регулярно поставляют на рынок книги, журналы, газеты;
- специализированные магазины, отделы супермаркетов, киоски представляют читателям широкие возможности в приобретении нужной им печатной продукции;
- регулярно проводятся книжные ярмарки, выставки-продажи;
- в стране есть публика, ориентированная на чтение серьезной литературы - профессиональной и художественной; есть также общественные объединения книголюбов и самодеятельных литераторов.

Разработка и реализация Национальной программы поддержки и развития чтения поможет систематическим образом объединить все эти ныне слабо связанные между собой ресурсы в рамки единой государственной политики в области чтения.

Глоссарий

Значение терминов как они используются в тексте

Адаптация социокультурная – процессы освоения и использования социального и культурного опыта, результатом которого становятся навыки приспособления индивида к социальному и культурному окружению, с одной стороны, и приспособления его элементов к собственным нуждам – с другой.

Бенефициарий – субъект (организация), получающий выгоду от каких-либо социальных действий или социокультурных преобразований (изменений).

Глобализация – совокупность социальных и культурных процессов (изменений), распространяющихся в мировом масштабе.

Диагностика социокультурная – определение состояния социального (культурного) объекта в соответствии со специально выделенными и теоретически обоснованными эмпирическими показателями.

Институты информационные – организации общесоциального значения, работники которых профессионально занимаются организацией и регулированием информационных потоков в обществе в соответствии с установленными общеобязательными нормами.

Интерпретация (культурных феноменов) – исполнение значения и смысла культурных явлений и социальных событий применительно к конкретным ситуациям взаимодействия и коммуникации.

Информация культурная – сведения, суждения, мнения, оценки относительно культурных явлений и социальных событий, циркулирующие в обществе и хранящиеся в специальных хранилищах (архивах, библиотеках, фоно- и видеотеках).

Информация массовая – сообщения о культурных явлениях и социальных событиях, не имеющие четко определенного адресата (адресованные «всем»). Обычно распространяются средствами массовой информации.

Информация популярная – специализированные знания и сведения, упрощенные таким образом, чтобы быть понятными для непрофессионалов в данной области.

Информация специализированная – совокупность знаний и сведений, находящихся в обращении в кругу профессионалов.

Код культурный – способ упорядочения информации, соответствующий специализированным областям культуры (экономика, политика, право, философия, религия, наука, искусство) или специфичным субкультурам (молодежная, любительская, криминальная и т.п.). Определяется такими параметрами, как специфика направленности на определенную область социокультурной реальности; входной материал и результаты на выходе; программа и логика преобразования «входов» в «выходы»; специфичная символика.

Коммуникатор – лицо или организация, передающие сообщения, адресованные массовой аудитории или конкретным социокультурным группам.

Коммуникация культурная – обмен культурной информацией между лицами, организациями, субкультурами, странами.

Компетентность культурная – совокупность знаний, навыков, элементов культурного опыта, позволяющих индивиду свободно ориентироваться в социальном и культурном окружении и оперировать его элементами.

Компетентность читательская – совокупность знаний и навыков, позволяющих индивиду отбирать, понимать, организовывать информацию, представленную в печатной (письменной) форме и успешно использовать ее в личных или общественных целях.

Культура массовая – пласт культуры, содержащий информацию общедоступного качества. Характеризуется упрощенным языком и шаблонностью символической представленности.

Мобилизация социокультурная – целенаправленные действия, ориентированные на активизацию социального взаимодействия и

коммуникации для получения конкретного социально значимого результата. Обычно осуществляются социальными и культурными лидерами.

Мониторинг – периодическое отслеживание состояния социального (культурного) объекта или течения социокультурного процесса, осуществляемое в соответствии со специально разработанными теоретически обоснованными доступными наблюдению показателями.

Образование – освоение социально необходимых знаний и навыков – общекультурных и специализированных – поддерживающих социальное взаимодействие и коммуникацию в профессиональной среде и в обыденной жизни.

Общество переходного типа – применительно к современности – общество, движущееся от индустриализма к постиндустриализму, к состоянию информационного общества, где индустриальная доминанта сменяется акцентом на производство, организацию, поиск и использование социально значимой информации.

Показатели эмпирические – доступные наблюдению совокупности фактов и событий, характеризующих состояние социального объекта или течение социокультурного процесса. Они должны быть теоретически обоснованными, устойчивыми и надежными.

Проблема социально значимая – социокультурная проблема, характеризующаяся массовой распространенностью, устойчивостью во времени, угрозой социальной безопасности.

Проблема социокультурная – расхождение между реальным и желательным или социально необходимым положением дел в обществе и культуре, воспроизведение которого характеризуется нарастанием социальных напряжений и конфликтов и грозит разрушением социальной структуры или культурного ядра общества.

Проект пилотажный – пробное организованное и контролируемое социокультурное изменение, осуществляемое в рамках специально

отобранного социального объекта с целью проверить его последствия для улучшения состояния этого объекта.

Проектирование социокультурное – построение модели изменений в отношениях между людьми, осуществляемых в рамках определенной культурной области или конкретного социального объекта с целью решения существующих здесь проблем, связанных с эффективностью социальных взаимодействий и коммуникаций.

Просвещение – распространение и освоение знаний и навыков, дополнительных к получаемым в системе образования и значимых для личностного саморазвития, повышения уровня культурной компетентности, помощи в решении социально значимых проблем.

Пространство книжное (социокультурное) – часть социокультурного пространства, определяемая всеми процедурами, связанными с циркуляцией в обществе печатной продукции и содержащейся в ней информации, изданием, распространением, хранением и использованием печатных материалов и рукописей.

Пространство социокультурное – культурные объекты и процессы, разворачивающиеся вокруг них взаимодействия и коммуникации, организованные в соответствии с тремя фундаментальными социальными измерениями: институциональное (социальная структура), связанное с образом жизни людей (социальное расслоение, стратификация), территориальное (распределение социокультурного потенциала – общественное разделение труда, культурные ценности, учреждения культуры и т.п. по типам поселений).

Реципиент – индивид, принимающий сообщение от коммуникатора.

Эксперимент социокультурный – метод осуществления контролируемых изменений в рамках определенного социокультурного объекта, направленных на улучшение его состояния или на решение существующих здесь проблем. Предполагает сравнение со сходным объектом (контрольным), не претерпевающим соответствующих изменений.

Инструментом реализации такого эксперимента может быть серия пилотных проектов.