

Э. А. Орлова

РЕКОМЕНДАЦИИ

по работе со средствами
массовой информации в рамках
Национальной программы
поддержки и развития чтения

ПОСОБИЕ ДЛЯ ОРГАНИЗАТОРОВ ПРОГРАММНЫХ
ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТОВ И МЕРОПРИЯТИЙ



НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ
ЧТЕНИЯ

Э. А. Орлова

РЕКОМЕНДАЦИИ

по работе со средствами массовой информации
в рамках Национальной программы
поддержки и развития чтения

*Пособие для организаторов программных
просветительских проектов и мероприятий*

Москва
2008

УДК 028.01(470+571)(083.13)
ББК 78.303(2Рос)я81
Р36

Рекомендации разработаны по заказу Межрегионального центра библиотечного сотрудничества (МЦБС) и Российского комитета Программы ЮНЕСКО «Информация для всех» при финансовой поддержке Министерства культуры Российской Федерации

Научные редакторы: Е. И. Кузьмин, А. В. Паршакова

Орлова Э. А.

Р36 Рекомендации по работе со средствами массовой информации в рамках Национальной программы поддержки и развития чтения. – М.: Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2008. – 72 с.

В Рекомендациях по работе со средствами массовой информации в рамках Национальной программы поддержки и развития чтения представлены два основных направления работы, связанной с повышением уровня читательской и общекультурной компетентности членов российского общества. Во-первых, предлагаются способы использования СМИ для продвижения Программы. Во-вторых, рассматриваются ее возможности с точки зрения приобщения широкой аудитории к чтению и пониманию текстов современной медиакультуры. Рекомендации предназначены для тех, кто разрабатывает и реализует соответствующие просветительские проекты в рамках Программы.

УДК 028.01(470+571)(083.13)
ББК 78.303(2Рос)я81

ISBN 978-5-91515-017-0

© Орлова Э. А., 2008
 © Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2008

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
Информационное пространство современного общества	5
Место и роль письменной культуры, чтения в пространстве СМИ	5
Проблемы реализации Программы, связанные со СМИ	7
1. Репрезентация Программы поддержки и развития чтения в средствах массовой информации	10
1.1. Обоснование значимости взаимодействия со СМИ	10
Книжная культура и СМИ	11
Репрезентация Программы в разных типах СМИ	13
1.2. Технологии репрезентации программных мероприятий	15
Принципы репрезентации	15
Избежание множественности интерпретаций	17
Репрезентация литературных произведений в электронных СМИ	18
Предотвращение ошибок в репрезентации программных мероприятий через СМИ	19
Опасность стремления к оригинальности	20
«Экспонирование»	21
1.3. Реклама Программы в СМИ	23
Размещение рекламы	24
Оценка качества рекламы	25
Реклама книжной продукции в печатных СМИ	27
Радиореклама	30
Телевизионная реклама	31
Оценка эффективности рекламы в СМИ	34
1.4. Интернет как средство продвижения Программы	38
Использование функций Интернета в программных целях	38
Построение сайтов Программы	39

2.Программа поддержки и развития чтения как средство просветительской помощи в освоении медиакультуры.....	42
Функции сообщений средств массовой информации	42
2.1. Необходимость просвещения, связанного с освоением медиапространства	45
Информационные характеристики медиапространства	45
Медиапространство как предмет просвещения в рамках Программы	50
Прочтение идеологического смысла медиасообщений	53
2.2. Возможности Программы в помощи освоению медиакультуры	54
Просвещение и медиаобразование	55
Адресаты программных действий	56
Основные направления обучения чтению медиатекстов.....	58
2.3. Социальная значимость просвещения в области чтения медиатекстов.....	61
Заключение	64
Мониторинг результативности программных действий.....	64
Приобщение к «высокой» культуре.....	67