

**СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ
„СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
ФАКУЛТЕТ ПО НАУКИ ЗА
ОБРАЗОВАНИЕТО И ИЗКУСТВОТА**
България; София 1574
Бул. „Шипченски проход“ №69 А
тел.028720893, факс+359028722321

**SOFIA UNIVERSITY
ST. KLIMENT OHRIDSKI
FACULTY OF EDUCATION STUDIES
AND THE ARTS**
Sofia, Bulgaria 1574
Shipchenski prohod Bd. №69 A
tel. 02 872 08 93;
fax 00359 2/ 872 23 21

КАТЕДРА „ПРЕДУЧИЛИЩНА И МЕДИЙНА ПЕДАГОГИКА“

АВТОРЕФЕРАТ

НА ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД

**ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА НАУЧНАТА СТЕПЕН
ДОКТОР НА НАУКИТЕ
В ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ 1.2. ПЕДАГОГИКА
“МЕДИЙНА ПЕДАГОГИКА“**

**МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ: ГЕНЕЗИС, ПРЕОСМИСЛЯНЕ НА ОПИТА,
ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ПЕРСПЕКТИВИ**

ДАНАИЛ ДАНОВ

**София
2019**

СЪДЪРЖАНИЕ

УВОД.....	3
МЕТОДОЛОГИЧНА РАМКА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО	6
ТЕОРЕТИЧНИ ОСНОВИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО.....	9
ПРАКТИКО-ПРИЛОЖНИ АСПЕКТИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО.....	15
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	46
ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА	48
ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМАТА.....	49

УВОД

Медийната грамотност най-често се свързва с развиването на компетенции в областта на новите технологии и включва уменията правилно да се разбират медиите като среда, средства и съдържание. В така широко определения комплекс със сигурност влиза управлението на медийните средства - умения за работа с информационни и комуникационни технологии (ИКТ), умения за използване на медиите за най-различни цели и в най-разнообразни контексти, умения за търсене, верифициране и разпространение на информация. В него се включват и компетенциите, резултат на дигиталното образование и дигиталното гражданство, термини често употребявани като еквивалентни, макар и носещи немалко разлики. Въз основа на цялата сложност на дискутираната проблематика развиването на медийната грамотност като разбиране, усвояване и преподаване – при това на различни етапи и възрасти - е труден процес. Затова тази дисертация включва основните дефиниции, които изграждат същността на (дигитално) медийната компетентност, при това – проследени по пътя на естествената им еволюция. Наред с това, теоретичната част на труда представя многобройни добри практики на различни страни, събиращи и анализиращи богат опит, залегал в основата на представеното от нас практическото изследване – разработване на устойчив модел за прилагане на учебителна програма по медийна грамотност. Тази програма взема пред вид изискванията на Европейския съюз в областта на дигиталното образование и гражданство, като основни фактори за възходящо индивидуално развитие, и същевременно залог за ефективен разстег на страните-членки.

Акцентирането върху значимостта на медийната грамотност и произтичащите от нея компетенции и умения е предизвикано главно от липсата на достатъчна яснота върху самата ѝ същност и възможности, вървящи успоредно с постоянно нарастващия брой политически документи – международни и национални - призоваващи за включването на тази грамотност под различни форми и в различни предмети не само в задължителното съдържание на образованието във всичките му степени, но и в изискванията за заемането на длъжности във все повече и повече професии. И макар и да е безспорно, че използването на информационните и комуникационни технологии в глобален мащаб непрестанно разширява обхвата си и като посоки, и като

дълбочина, все още на много места по света, включително и в България, не е достатъчно видно (или поне не се разбира ясно) как именно новите технологии подпомагат хората да умеят да общуват по-добре и по-хуманно, да притежават съзнанието, че усвояването на тези технологии следва да бъде по-скоро средство, а не крайна цел. Богатството от информация, достъпна чрез медиите и технологиите, не дава гаранция за по-високата обществена информираност. Този - на пръв поглед парадокс - изправя демокрацията пред сериозна заплаха - не от насилствена атака, а от апатия, пасивност и привикване към разпространението и излагането на невярна информация. Иначе казано, технологичният прогрес, навлизането на медиите във все повече и повече аспекти на живота прави техните потребители все по-уязвими. Следователно гражданите следва да разполагат със способността да използват и да се възползват от медиите, а не да попадат в плен на фалшиви новини, манипулации и заблуда. Т.е. – нужно е хората да придобият нови компетенции, изграждащи естеството на медийната грамотност, умения и нагласи излизащи далеч извън рамките на традиционната грамотност.

Освен върху технологиите за информация и комуникация медийната грамотност се фокусира още и върху развитието на критичното мислене, и участието в обществения живот чрез медиите. За да използват медиите по подходящ начин хората се нуждаят не просто от различни технически умения (как да боравят с разнообразните медийни платформи), а по-скоро от способности, позволяващи им да оценяват и анализират едновременно множество източници на информация.

И тъй като медийната грамотност се реализира все повече и повече чрез цифровите технологии, в употреба навлиза и терминът дигитално-медийна грамотност. В този смисъл за дигитално грамотни приемаме онези, които освен че са технологично грамотни, могат чрез тези си умения да се ангажират и да участват на всяко ниво от обществения живот, от потреблението на социалните мрежи до използването на електронното правителство. Развитието на дигитално-медийна грамотност в социално-икономическата, културната и технологичната сфера със сигурност донася по-висока стратегическа стойност от културна, демократична и икономическа гледна точка, защото играе ключова роля за повишаване на колективната интелигентност на обществото, като

създава културно и образователно участие, позволява не само социално развитие, но и икономически прогрес и конкурентоспособност.

Настоящият труд анализира необходимостта от по-ясно разбиране на същността на медийната грамотност като цялостна концепция и образователна стратегия. Той е резултат на близо десетгодишна систематична работа, включваща проектно-базирана изследователска дейност; целенасочен преподавателски опит, както в сферата на академичното, така и в професионалното обучение; активно сътрудничество с организации на третия сектор в областта на приложните изследвания; участие в много и различни инициативи в България и чужбина (в над 20 страни от четири континента), популяризиращи и утвърждаващи ролята и значението на медийната грамотност. Проектно-базираната работа включи ангажираността ни по пет отделни проекта: “Разработване и прилагане на иновативни техники и модели в обучението по медийна и информационна грамотност в контекста на гражданското образование” (ДУНК, 1/22.12.2009-2013-2018), “Дигитално-медийната грамотност – част от образованието за всеки” (Научен фонд „Изследвания“, СУ, 2018), “Подобряване на състоянието на медийната грамотност в България” (Enhancing Digital Media Literacy in Bulgaria), проект, финансиран от Посолството на САЩ в София по програма на US State Department, 2018-2019, Европейска инициатива „Медиа Коуч“ (Media Coach European Initiative, European Commission, 2018-2020), и „Проект за развитие на Докторантско училище на СУ“ (Фонд „Научни изследвания“, 2017-2018). В резултат на активната ни преподавателска дейност в сферата на академичното и професионалното образование по отношение на теорията и практиката на медийната грамотност разработихме много и различни специализирани курсове: за бакалаври и магистри, „Медийна и информационна грамотност“ (специалност „Комуникационен мениджмънт, ФЖМК), „Използване на медии и технологии в приобщаващото образование“ (специалност „Методика на чуждоезиковото обучение“, ФКНФ) и „Психолого-педагогически перспективи и проблеми на работата в дигитална среда“, ОНИВ, ФНОИ), предлагани за първи път в България. В рамките на професионалното образование и квалификация разработихме редица курсове, насочени към учители от всички степени на образованието: „Урочно планиране в дигитална среда“, „Приложение на дигиталните технологии в чуждоезиковото обучение“ и „Медийна грамотност за

учители“ (РААБЕ Академия) и „Планиране на съвременния урок по чужд език“ и „Използване на медийните технологии в обучението“ (издателство „ПРОСВЕТА“). За разработването на тези курсове важна роля изиграха многобройните ни изследвания с деца и ученици, провеждани съвместно с фондация „ПИК-София“, български клон на организацията „Безопасен Интернет“ (SAFE INTERNET) и детска градина „Cassa dei Bambini“, София; както и изследователската ни работа със студенти и докторанти от специалностите „Медийна педагогика и художествена комуникация“ и „Интеркултурно образование“ (ФНОИ); „Език, литература, комуникация“ (ФКНФ) и „Журналистика“ (ФЖМК). От съществено значение бе и участието ни в кръгли маси и конференции: „Развитие на дигитално-медийната грамотност в България“ (ПИК, юни, 2017), „Децата и медиите“ (СУ, ДАЗД, ноември, 2017), „Media Coach“ (януари, 2018, European University, Cyprus), „Креативност в образованието“ (СУ, октомври, 2018), „Media Literacy“ (ноември 2018, EAVI, Belgium), както и European Media Coach Initiative (януари, Mediawijzer 2019, Netherlands) и др.

Целият този опит ни помогна да разберем, че медийната грамотност не е предмет, който следва да бъде част от учебното съдържание, поредната прибавена дисциплина със свои обект, цели и задачи, предлагана на различните нива на образованието. Нашето разбиране за медийната грамотност е да гледаме на нея като на *цялостен образователен подход, нуждаещ се от прилагане в обучението по всички предмети*; като на *средство, позволяващо използването на медии и дигитални технологии като инструмент на критическото мислене*. Иначе казано – като на методология за разбиране, усвояване и управление на света на познанието, в който медиите са наш пътеводител, методология за учене и преподаване, но и за възходящо личностно и професионално развитие.

Подобно дефиниране и разбиране на медийната грамотност ни помогна да се почувстваме по-сигурни в действията си относно цялостната ни концепция за нейното развитие: поставяне на конкретни цели, избор на средства, критерии за анализ на степента на постигане на целите и прогнозируем краен резултат.

1. ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКА РАМКА

Обект на нашия труд е медийната грамотност като цялостна концепция, а предмет – създаването на устойчив модел за формирането ѝ в България. И още

по-точно – разработване на цялостна обучителна програма по медийна грамотност, целяща да подобри състоянието на нейното развитие. Програма, използваща средствата на различни професионални направления - педагогика, психология, методика, медиазнание, етика, ИТ.

По наше мнение за постигането на тази цел е необходимо:

1. Създаване на гъвкава система за квалификация и преквалификация по медийна грамотност на действащите учители, които да са способни да интегрират подхода в преподаваните от тях дисциплини и по този начин пряко да подпомагат обучаемите от различни възрасти при развитието на медийната грамотност;
2. Включване на разнообразните аспекти на медийната грамотност – педагогически, психологически, журналистически, правни и етични – в обучението на студентите - бъдещи учители - разкриващи същността на подхода като алтернатива на традиционното учене и преподаване.
3. Активна разяснителна дейност, популяризираща същността и ролята на медийната грамотност като ключова компетенция на 21-ви век.

Хипотезата, която ни послужи за отправна точка в настоящото изследване, бе, че разработването на ефективна програма за формиране на медийна грамотност следва да се основава на:

- а) дълбочинен анализ на цялостното развитие на самата концепция в глобален мащаб като синтез на умения за критическо мислене и умения за използване на медии и медийни технологии;
- б) обстоен преглед на ключови инициативи и практики, предизвикали както промяна в посоките на развитие на медийната грамотност, така и доказани и устойчиви резултати при нейното формиране; и
- в) разбиране на конкретните особености на контекста на прилагане на медийната грамотност, в това число социални, икономически, политически, образователни и т.н.

Задачите, които си поставихме в настоящото изследване, включиха:

- Анализ на същността на медийната грамотност като концепция и образователен подход: генезис на идеята, посоки в развитието, изисквания на Европейския съюз;
- Идентифициране на основните фактори, позволили успешното прилагане на медийната грамотност в различни национални контексти;

- Критичен преглед на различните аспекти на медийната грамотност, изграждащи динамиката на медийната комуникация;
- Анализ на релацията усвояване на познание – комуникация – формиране на медийната грамотност;
- Анализ на прилагането на изискванията на Европейския съюз в областта на развитието на медийната грамотност в България;
- Преглед на водещ опит в развитието на медийната грамотност по отношение на факторите, съдействали за ефективността на прилаганите политики;
- Анализ на българския контекст за развитие на медийна грамотност относно състоянието на ключови фактори като медийна среда, социални-демографски и политически характеристики на обществото, състояние на обучението по медийна грамотност на всички нива на образованието;
- Идентифициране на основни играчи, съдействащи за формирането на медийната грамотност в България;
- Избор на модел за развитие на медийната грамотност в България;
- Съставяне на обучителна програма по медийна грамотност.

Етапите при провеждането на изследването бяха четири и се концентрираха върху:

1. Работа с източници за анализ на същността на медийната грамотност като концепция, въвеждаща цялостен образователен подход към обучението, съчетаващ критичното мислене с уменията за използване на дигиталните технологии и медийни средства. По време на изпълнението му се оформи работната ни хипотеза (формулирана по-горе) и се очертаха основните теми, които в подробен вид предлагаме за разглеждане в обучителната програма;
2. Проучване на добри практики и водещ опит. Той ни помогна както да идентифицираме факторите, съдействащи за формирането на медийната грамотност, така и да разпознаем онези, които пречат за нейното развитие и ефективно прилагане.
3. Избор на експериментален модел за прилагане на програмата, позволил конкретизиране на субектите на обучението, съобразяване на учебното съдържание с техните интереси и нужди, и избор на възможности за устойчиво развитие;

4. Съставяне на програмата като теми, цели, учебни дейности и доказани резултати, позволяващи ни се убедим в потенциала ѝ да отговори на нуждите на избраните целеви групи.

Методите, които използвахме в изследването си, включиха:

- теоретичен анализ на източници, концепции и практики, свързани с развитието на медийната грамотност;
- анкетно проучване сред преподаватели и обучаеми, разкриващи тенденциите в медийното им поведение по отношение на:
 - видове използвани медии
 - видове използвани дигитални средства
 - цели на използване на медии и медийни средства
 - нагласи по отношение на медии и дигитални средства
 - нагласи към използване на дигиталните средства в обучението
 - разбиране на същността на медийната грамотност;
- анализ на средата за идентифициране на силни и слаби страни, възможности и предизвикателства по отношение на развитието на медийната грамотност в България;
- дизайн на учебна програма за развитие на медийната грамотност в България

По наше мнение избраната изследователска рамка, обвързваща различните елементи на нашия труд, позволи изпълнението на поставените задачи, даващи възможност за проверката на избраната работна хипотеза и доведе до постигането на формулираната основна цел – предлагане на устойчив модел за подобряване на състоянието на медийната грамотност чрез съставяне на учебна програма, подкрепяща прилагането на подхода в образованието.

2. ТЕОРЕТИЧНА ОСНОВА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Идеята за развитие на медийната грамотност датира от началото на 70-те години на миналия век, когато тя - под термина „информационна грамотност“ - се появява в отговор на бързото развитие на компютърната индустрия, главно в страните на Западна Европа, Япония и САЩ. В доклад на Асоциацията за софтуерна и информационна индустрия на САЩ терминът „информационна грамотност“ се използва, за да опише "техниките и уменията", необходими за употребата на широката гама от информационни инструменти, както и на

първични източници за намирането на информационни решения на различни проблеми.

През септември, 2003 г. под егидата на ЮНЕСКО в Прага, се провежда международна конференция, с участието на представители от двадесет и три държави, събрали се да обсъдят важността на информационната грамотност в глобален контекст. В резултат на това е приета специална Декларация, дефинираща информационната грамотност като "ключ към социалното, културното и икономическо развитие на нациите и общностите, институциите и индивидите в 21-ви век". В нея, наред с многобройните препоръки към правителствата на държавите-членки на организацията, се подчертава, че информационната грамотност трябва да бъде неразделна част от образованието за всички, което може да допринесе за постигането на целите за развитие на ООН и зачитането на Всеобщата декларация за правата на човека. Като следствие ЮНЕСКО разработва девет стандарта, очертаващи обхвата на информационната грамотност. Според тези стандарти информационната грамотност е:

- Средство за осъществяване на ефективен и ефикасен достъп до информация;
- Начин за критично и компетентно оценяване на информацията;
- Умения за точно и творческо използване на информацията;
- Средство за намиране и анализ на информация, свързана с личните потребности на всеки индивид, спомагащо за възходящо развитие;
- Умение за правилно разбиране на всички творчески форми на информация;
- Нагласа към стремеж за съвършенство в търсенето на информация и генерирането на знания;
- Израз на признание на значението и важността на информацията за развитието на демократичното общество;
- Израз на етично поведение по отношение на информационните и комуникационните технологии;
- Желание за положителен личен принос и активно участие в създаването и разпространението на информация.

Приблизително през същия период - средата на 70-те години на 20-ти век и първото десетилетие на 21-ви век - се развива и концепцията за медийна грамотност. Тя цели повишаването на осведомеността на обществото като цяло относно медийното влияние, създаването – сред потребителите на медийно

съдържание - на активна позиция към всичко онова, което се публикува и излъчва в медиите. Споделя се мнението, че медийната грамотност предполага наличието на компетенции, помагачи на обучаемите от всички възрасти да могат да тълкуват вярно съдържанието на всеки вид медии – печатни, електронни и базирани в интернет. В този смисъл системното обучение по медийна грамотност предполага:

- Развитие на умения за критично мислене, които са от полза както във виртуалния, така и в реалния свят;
- Разбиране относно начина на създаване на различните медийни послания и техните цели;
- Разпознаване на дезинформация и лъжливи внушения;
- Използване на богатството от информация за нуждите на обучение, образование и възходящо развитие през целия си живот;
- Умения за предпазване от злоупотреби и посегателства онлайн;
- Пълноценна реализация в условията на съвременната информационно-медийна среда;
- Изразяване на активна позиция по различни въпроси като форма на гражданско участие.

В контекста на второто десетилетие на нашия век, на фона на бума на социалните мрежи и дигиталните платформи се наблюдава взаимно проникване на концепциите за медийна и информационна грамотност, и излизането на преден план на идеята за дигитално-медийна грамотност, като специфичен подход към образованието на 21-ви век. Става дума за концепция, според която правилното разбиране на медиите като среда, средства и съдържание, следва да става посредством включването на знания, умения и нагласи относно тях, в рамките на целия набор от дисциплини, включени в учебното съдържание, при това – чрез цифровите технологии и средства. По този начин на базата на опита, акумулиран чрез използване на медиите – се осъществява формирането на умения за работа с медийните технологии, а усвояването на динамиката на междупредметните връзки спомага за развиването на способностите за анализ и оценка на медийното съдържание – при това в най-разнообразни контексти.

Целият този комплекс води до развитие на дигитално-медийната грамотност. Иначе казано на предметите, символизиращи дигиталната ера – смартфони, таблети, преносими компютри, социални мрежи и т.н. – освен като на инструмент за достъп, създаване и разпространение на информация – започва да се гледа и като на средство за гражданско участие.

Развитието на дигиталните технологии и платформи за комуникация и информация, породило необходимостта от формиране на медийна грамотност, даде тласък на развитието на нова наука – *медийна педагогика* - изучаваща: а) възможностите за използване на медиите като средство за учене и преподаване; б) промените в медийното общество, следствие на въздействието на медиите върху представителите на различните възрастови групи; в) начините за най-сигурно, безвредно и ефективно използване на медиите и медийните средства.

Затова и основните задачи, които медийната педагогика си поставя като наука, включват:

1. Идентифициране на медийните средства, които потребителите в различна възраст използват;
2. Яснота относно потребителските навици (по възраст), свързани с използването на различните видове медии (електронни, цифрови, интернет, екранни носители на медийно съдържание);
3. Проследяване на поведението на потребителите (в различни възрасти) като функция на медийната им грамотност и употреба на медийни средства и технологии;
4. Анализ на способността на потребителите от различните възрастови групи да оценяват достоверността на медийната информация;
5. Анализ на педагогическото (родители, учители, възпитатели) отношение към медийните навици на децата (в различна възраст);
6. Проверка на наличието и прилагането на правила, свързани с употребата на медиите и медийните средства;
7. Идентифициране на възможности за възпитание, обучение, учене през целия живот – възходящо развитие – които цифровите технологии и медии предлагат.

Тук е мястото да отбележим, че медийната грамотност е естествено следствие и ключов резултат от прилагането на медийната педагогика. Това

следствие обаче е и едновременно предпоставка за непрестанно развитие на медийната педагогика, защото предизвиква нови и нови промени, както в цялостната медийна и образователна среда, така и в нейните елементи – цели, методи, субекти и отношения между тях. Медийната грамотност може да бъде дефинирана като основна компетенция, позволяваща на потребителите ефективно да използват медийните средства, наличие на знания за медиите, особеностите на медийното съдържание, неговите форми, ефекти и послания, умения за критичен анализ, за кодиране, но и за декодиране на текст, звук, образ, видео, на всички видове сигнали и съобщения, които медийните субекти постоянно обменят помежду си в ежедневно си общуване. Медийната грамотност може да бъде определена и като способност за правилно използване и прилагане на медиите (средства и среда) и като средство за комуникация и за възходящо личностно развитие. Именно това обстоятелство ни позволява да твърдим, че медийната грамотност е търсеният резултат на медийната педагогика, ключовото следствие на усвояването на познание в дигиталната ера.

Динамичното развитие на медийната педагогика се случи през последното десетилетие, когато медийната и дигитално-медийната грамотност се превърнаха в основен приоритет във всички най-развити страни по света, особено в САЩ, Канада, Австралия и Европейския съюз. По тази причина Европейската комисия непрестанно се старее да формулира конкретни форми на обвързващи политики, чрез които държавите-членки да прилагат уеднаквени стратегии за развитие в тази област.

Според документите на Европейската комисия, „Целта на медийната грамотност е да повиши осведомеността сред всички негови граждани за многото форми на медийни послания, срещани в ежедневието; средството, което може да помогне за разбирането на това как медиите филтрират възприятия и вярвания, оформят популярната култура и оказват влияние върху личния избор. Медийната грамотност позволява развитието на критично мислене и творческите умения“.

Независимо че е пълноправна страна-членка на Европейския съюз от 01.01.2007 година, към момента България все още е далеч от средните стандарти за развитие на медийна грамотност в съюза (класирана на 27-мо сред 28-страни), обстоятелство, позволяващо да се твърди, че препоръките и

директивите на ЕС в тази насока не намират ефективно приложение в страната. През учебната 2018/2019, МОН за първи път предвиди часове по медийна грамотност в училище, но това е факт за малка част от училищата в страната. Все още няма публикувана цялостна Стратегия за развитие на медийната грамотност, въпреки че някои отделни посоки от тази област могат да се открият в Стратегията за ефективно прилагане на информационни и комуникационни технологии в образованието и науката на Република България (2014-2020 г.), приета през 2014 г. Като цяло обаче системата за образование в България все още не е в състояние да предложи целенасочени и взаимнообвързани политики, част от единна стратегия за развитие на медийната грамотност в страната, а инициативите в тази насока, макар и вече немалко на брой, са израз на недокрай и недобре координирани действия на академичните среди и/или на третия сектор. Тези факти станаха и основната причина да разработим устойчив модел за прилагане на обучителна програма по медийна грамотност – цел на нашия дисертационен труд.

3. ПРАКТИКО-ПРИЛОЖНИ АСПЕКТИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

За създаването и прилагането на ефективен модел за обучение по медийна грамотност в България ни бе необходим детайлен анализ на цялостния контекст, включващ редица фактори, като:

- 1) Анализ на състоянието на медийния пазар;
- 2) Анализ на социалните и демографски характеристики, определящи избора на основни цели за обучението;
- 3) Анализ на състоянието на обучението по медийна грамотност;
- 4) Анализ на политическите фактори, влияещи върху процеса на формиране на медийна грамотност;
- 5) Идентифициране на заинтересовани страни и възможни партньорства;
- 6) Анализ на бизнес-аспектите на прилагането на модела и създаване на условия за устойчиво развитие.

Недостигът на официална и достоверна информация е сериозна пречка пред опитите за качествен анализ на българския медиен пазар, за който е характерно твърде непрозрачно функциониране. Неясни са както отпечатаните тиражи, така и реализираните продажби. Като цяло българският медиен пейзаж впечатлява със свръхизобилие и формално разнообразие от медии. По

официална информация към края на 2017 година в страната функционират 85 лицензирани радиостанции докато броят на телевизионните оператори е 117 (данни на НСИ от 22.05.2018, вж. <http://www.nsi.bg/>). Същевременно броят на излизащите печатни издания е 245, сред които 11 национални ежедневници <http://www.evestnik.com/>, <http://www.nsi.bg/>). Основните сектори на пазара функционират в режим на силна концентрация, обстоятелство, което влиза в сериозен конфликт с описаното по-горе „многообразие“. Тази концентрация важи както за аудиторните дялове в телевизионния сектор, така и при печатните издания. Нещо повече, достъпните официални данни не винаги са синхронизирани - различни официални институции като НСИ, СЕМ, агенции за пийпълметрия и т.н., сочат различни цифри. Определянето на конкретния брой на медиите в страната силно се затруднява поради факта, че по отношение на електронните медии данните, предлагани от Националния статистически институт (НСИ) и Съвета за електронни медии (СЕМ) се разминават; не съвпадат и цифрите, посочвани от медийна агенция „Пиеро 97“, свързани с броя на всекидневниците, и тези – публикувани от НСИ. Секторът с най-широка аудитория, телевизионният, се доминира от две медийни групи. Техният общ пазарен дял отчита внушителните над 80%, а сумарният им аудиторен дял е над 60%. В сравнение с лидерите bTV Media Group и Nova/MTG, останалите конкуренти в сектора заемат маргинални позиции – с индивидуален пазарен дял под 7%.

Радиосекторът също функционира в режим на недостатъчна яснота. Публични данни за дяловете от рекламния пазар по медии и медийни групи не се поддържат. Подобна е ситуацията и при онлайн медиите, където индивидуалните пазарни дялове на отделните компании не се публикуват. Дори достъпната информация за пазарните дялове на медийните групи е частична. Тя се основава само на един показател – приходи от реклама. Пазарните дялове на медийните компании на база общи приходи (не само от реклама, но и от абонамент, продажба на съдържание и приходи от друга дейност) не се калкулират в публичен регистър.

Голям проблем представлява въпросът за реалната собственост и произхода на капиталите в българските медии. През 2014 г. СЕМ стартира регистър на собствеността на търговските доставчици на радио- и на

аудио-визуални медийни услуги. Българският медиен съюз също обяви свой регистър на собствеността на членуващите в организацията медии и издатели. Реални данни обаче трудно могат да се коментират поради дефицитите на прозрачност - не всички издатели на печатни произведения спазват законовото изискване да декларират действителните си собственици, а електронните медии продължават да се възползват от офшорните възможности за фирмена регистрация, правеща невъзможна всякаква реална идентификация.

Проблематичен остава и пазарът на онлайн медиите, които все повече губят от своята независимост и алтернативност спрямо традиционните медии. Сред тях все по-осезаемо е присъствието на големите телевизионни и издателски компании - Икономедиа, bTV Media Group, СББ Медиа, Медийна група България, Nova Broadcasting Group и Bulgaria on Air. Процесите на концентрация и окрупняване в онлайн пазарът вървят успоредно с постоянна поява на квазиновинарски сайтове, както и чрез представяне на „граждански мнения“ чрез платени и контролирани читателски коментари.

Оценката за състоянието на медийната свобода в България на редица авторитетни медийни централи, като Freedom House, IREX, Reporters Without Borders и др. през последните десет години сочи постоянен спад, от 70 към 120 място сред общо 190 изследвани страни. Както се посочва в годишния доклад на IREX за 2018 (<https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2018-bulgaria.pdf>), „съществуващото в страната широко разнообразие от информационни източници – печатни, електронни, базирани в интернет- не успява да представи пред медийните потребители широка гама от гледни точки и перспективи. Плурализмът на мнения е по-скоро привиден, било поради концентрация на медийната собственост, било заради наличието на корпоративни интереси, изкривяващи и манипулиращи информацията чрез смесването на факти и мнения“- твърдение, описващо медийната ситуация за последното десетилетие. В същия дух са и заключенията, налични в годишния доклад на Freedom House, относно независимостта на медиите и свободата на словото, където е записано (<https://freedomhouse.org/report/nations-transit/2018/bulgaria>), че: „влошаващото се състояние на медиите в България отслабва способностите на обществото като цяло да противостои на фалшивите новини и на разширяващия се обхват на речта на омразата, чиито проявления

са сериозна заплаха не само за уязвимите групи - бежанци, малцинствени групи и хора с увреждания -, но и за всички граждани на страната; това е тенденция, която се задълбочава през последните години“.

Тези оценки дават основание в “Бялата книга за свободата на словото в България“, да бъде отбелязано като извод, че „независимите медии и журналисти в България са подложени на безпрецедентен натиск“, както и че „ако различните групи проблеми, свързани с медиите не бъдат адресирани своевременно, свободните медии в България ще изчезнат напълно“ (https://clubz.bg/62731bqla_kniga_za_svobodata_na_mediite_v_bg).

Всичко това ни кара да четем под условие предложената по-долу видима част на българската медийна картина, според която „Понастоящем в България, преминала от аналогов към цифров режим на излъчване през септември 2013, са налице повече от двеста електронни (радио и телевизионни) оператори“. В този контекст е важно да отбележим и продължаващите деформирани отношения между власт и медии. Независимо, че основните закони, регулиращи медийното развитие на България - Конституцията, Законът за радиото и телевизията, Законът за електронните съобщения, Законът за защита на потребителите и.н. - са в голяма степен съгласувани със законодателството на Европейския съюз, механизмите им на прилагане не успяват да гарантират възходящо медийно развитие. Приетият през 2004 г. Етичен кодекс на българските медии, макар и предлагащ текстове, даващи гаранции за свободата на словото, показва практика на доста проблематично спазване и прилагане.

Като обобщение можем да заключим, че за изминалите 30 години българският медийен пазар се е променил из основи и тези трансформации могат да бъдат класифицирани в три основни групи:

а) Технологични: радикални промени в практиките за създаване, разпространение и потребление на медийното съдържание. Днес това съдържание е достъпно чрез различни платформи, а огромният брой на мобилните устройства, притежавани от потребителите, постоянно катализира разработването на различни хибридни форми. Технологичното развитие обаче се оказва недостатъчно, а нерядко дори катализира негативните тенденции, свързани с медийния плурализъм и независимост.

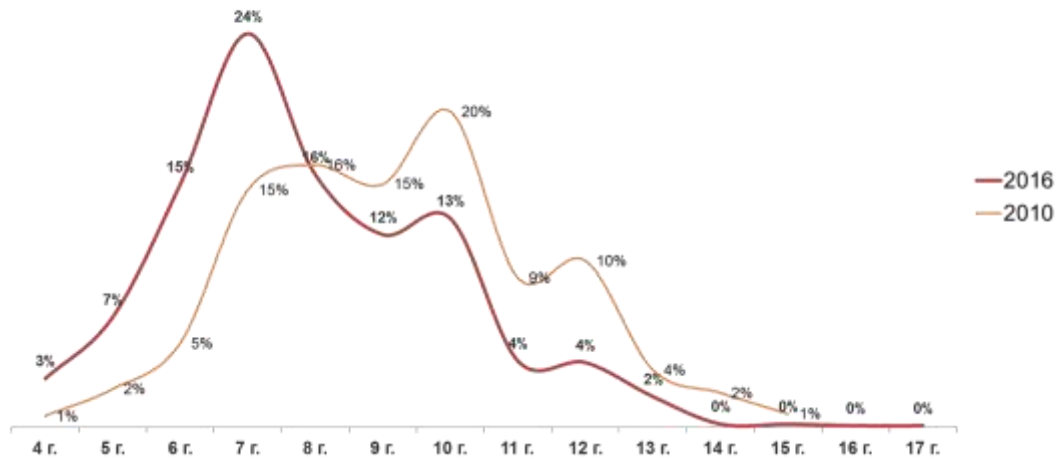
б) Икономически: Чрез продължаващата вертикална, хоризонтална и кръстосана медийна конвергенция, медиите днес са нов бизнес, в който сближаването на производството и разпространението на медийно съдържание води до преливането на медийни средства, среда и съдържание и оттам - в непрекъсната поява на модели за достъп, създаване и разпространение на медийно съдържание, които – при отсъствие на добро разбиране – водят до манипулация и дезинформираност.

в) Социални: Новите медийни модели разширяват достъпа до информация, либерализират възможността за изразяване, увеличават разнообразието от информационни източници, но водят и до бум в нарушенията на личните данни, създаване на фалшиви новини и размиване на границата между виртуално и реално.

Анализът на медийната среда показва все по-нарастваща необходимост от повишаване на нивото на медийна грамотност в българското общество, както като начин за успешно противодействие на описаните по-горе негативни тенденции, така и като възможност за използване на преимуществата, които съвременната дигитална медийна среда и средства предлагат за личностно и професионално развитие. Обстоятелство, което изисква подробен анализ на някои основни социални и демографски характеристики, съществени при избора и дизайна на модела за обучение по медийна грамотност. В този анализ се фокусираме върху:

- брой на представителите на избраната целева група (както ще стане ясно по-нататък - главно - ученици в началните училища);
- брой на използвани цифрови медийни инструменти (смартфони; таблети; преносими компютри; персонални компютри);
- брой на учителите в началните училища; наличие или отсъствие на желание сред заинтересованите страни за подпомагане на изпълнението на подобен тип обучение, т.е. яснота върху нагласите на ученици, родители, учители, директори на учебни заведения;
- възможностите и предизвикателствата на цялостната образователна среда; и не на последно място
- възможните източници на финансова подкрепа за провеждането на подобна мащабна инициатива.

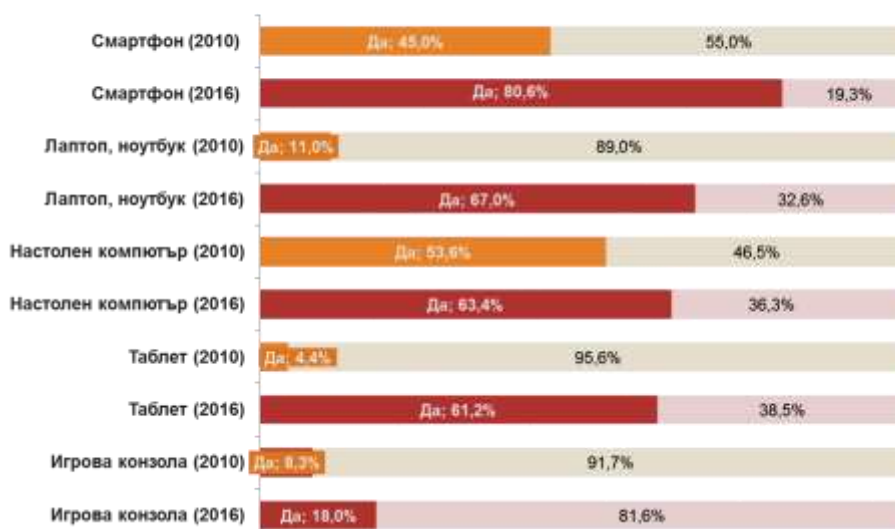
Статистиката за България показва, че 50% от децата получават достъп до интернет, т.е. до медийните средства, среда и съдържание на възраст до 7 години, т.е. преди да са започнали да ходят на училище, преди да са се научили да пишат и да четат.



Изследване на Фондация „ПИК“, януари-март, 2017: Първи достъп до Интернет

Същото изследване показва и сериозно нарастване в посочения шест-годишен период при използването от страна на децата на дигитални средства – смартфони, таблети и т.н.

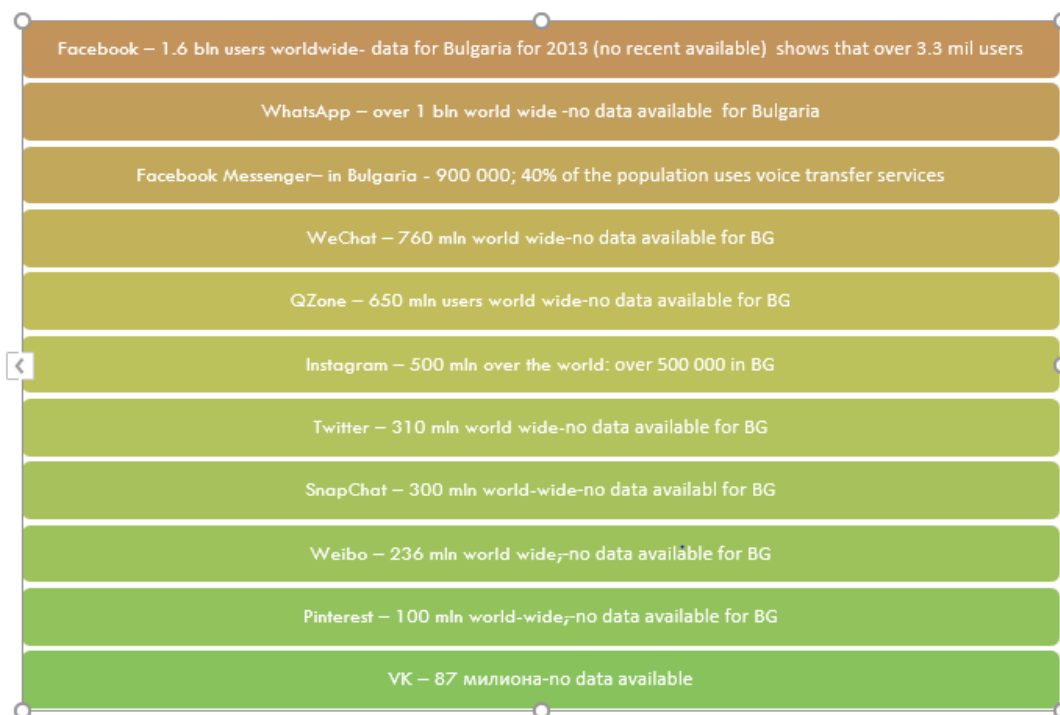
Използване на дигитални устройства



Тези цифри не са ни най-малко необясними, като се вземе под внимание картината на потребление на дигитални средства в страната. По данни на НСИ за 2017 г. 63% от домакинствата в България разполагат с компютър, лаптоп и / или таблет. Броят на хората, които редовно използват интернет чрез смартфоните, е 85,3%. Само 20% обаче използват глобалната мрежа за взаимодействие с държавната администрация (за получаване на услуги). 58,8% от населението на възраст 16 - 74 години използва компютър поне веднъж седмично. 97,4% от тези потребители споделят, че използват интернет чрез смартфоните си за комуникация, видео-разговори, обмен и споделяне на данни.

Що се отнася до мястото на децата сред тези потребители, то според съвместно проучване, проведено през 2016 година от УНИЦЕФ - България и Държавната агенция за закрила на детето, 93% от българските деца използват интернет ежедневно, 20% от децата са в контакт с хора, които познават единствено чрез интернет.

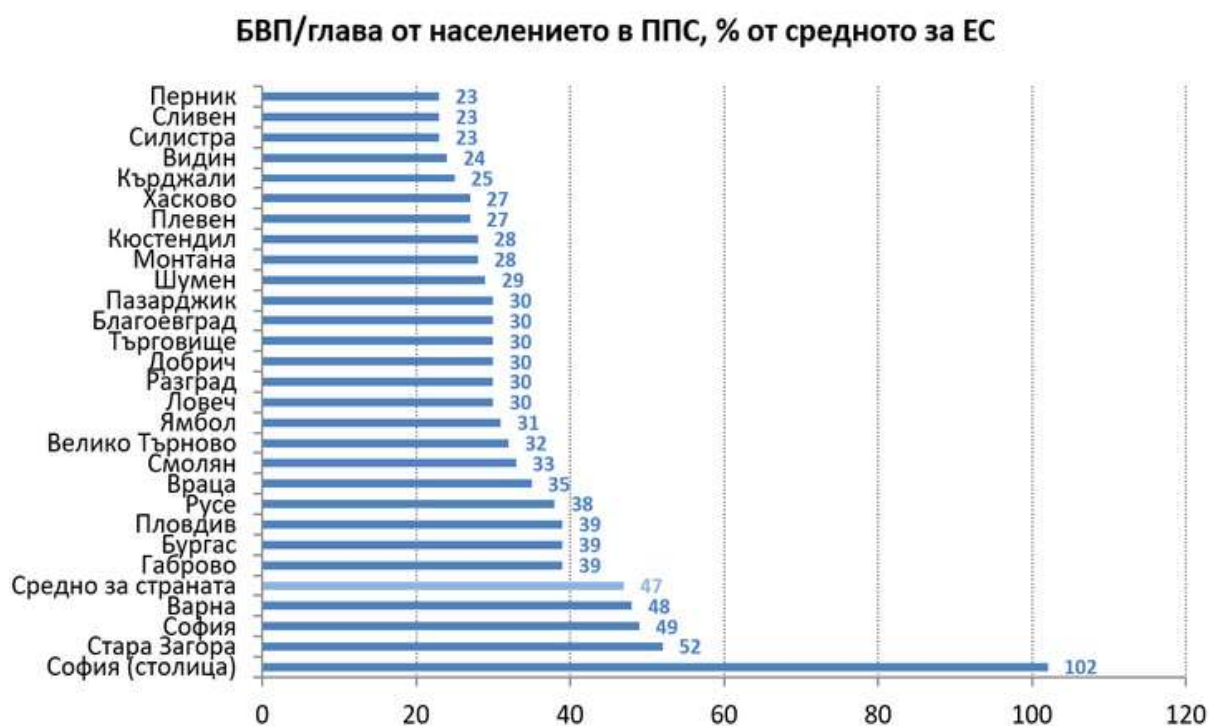
От таблицата по-долу става ясно, че навиците на българските потребители относно използването на най-употребяваните социални мрежи или се покриват с тенденциите, характерни за потребителите в световен мащаб, или нерядко – просто отсъстват данни за България.



Най-използвани дигитални платформи в света и в България

Изводите са валидни и по отношение на най-използваните в България компютърни оперативни системи- Windows 7 (35%) & Android (30%), Windows 10 (12%), Windows XP (9%) & iOS (5%).

Статистиката сочи, също така, изключително висока степен на несъответствие в качеството на живот (икономика, образование, възможности за развитие, лично удовлетворение), наблюдавана в столицата София и останалата част от страната. Ако нивото на безработица в София години наред остава стабилно (под 2%), за Северозападния район то е над 20%. Разликите между минималните и средните заплати са над 50%. Графиката по-долу показва нагледно различията в икономическото положение в България по райони за 2016 год. според данните на Евростат.



Стандарт в качеството на живот в България

Както се вижда само в столицата София, той е над средния за ЕС. Според качеството на живот България заема 31-во място в Европа, а според възможностите за бизнес - 36-то. Национално проучване, проведено през ноември 2017 г. от Агенция „ TREND“ показва, че 54% от домакинствата в страната не са доволни от стандарта си на живот. Това недоволство се отнася и до качеството на образованието, което – според данни на МОН - намалява през последното десетилетие. Негативният връх в това отношение са 2016-2017, когато броят на неуспелите при годишния тест за завършване на средно

образование по български език е най-високият измерван досега. Проблемите в образованието са особено значими извън столицата София и по-големите градове. Тези цифри говорят в подкрепа на обстоятелството, че старт и център за провеждане на мащабна инициатива за развитие на медийна грамотност следва да бъде именно София. В този град живее повече от 25% от населението на страната, вътрешната миграция към него продължава. Данните от НСИ (http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/Education2017_854DBUN.pdf) показват, че в страната към 2017 година има 1969 училища, около 10% (190) от които са разположени в столицата. Общият брой на учениците в страната е 587 800, от които около 19% (близо 112 000) учат в София. Почти 40 000 от тях посещават началните училища, което - съпоставено с данните за първи достъп до интернет - подсказва, че именно те са мястото, където следва да се осъществи планираната намеса за развитие на медийна грамотност. В подкрепа на този избор говори и още едно обстоятелство, това, че всички училища в София са снабдени с интернет, а квалификацията на учителите там е и най-висока. Същевременно над 2100 от учителите в страната нямат висше образование, а 2500 учители имат такова, но не притежават учителска квалификация (Данни на МОН, изнесени по БТВ, вж. <https://btvnovinite.bg/bulgaria/nad-2000-uchiteli-imat-samo-sredno-obrazovanie.html>). Особено критично е положението в страната по отношение на учителите по чужди езици, математика и информатика. Проблем е високата средна възраст на учителите – през миналата 2018 година 9000 от тях са се пенсионирали, но поради липса на заместници, 3000 продължават да работят. (Данни на МОН, изнесени по БТВ, вж. <https://btvnovinite.bg/bulgaria/nad-2000-uchiteli-imat-samo-sredno-obrazovanie.html>).

Посочените от нас данни, илюстриращи широкото навлизане на дигиталните технологии и средства в българското общество, включително и сред децата, не отбелязват тенденции към развитие на способности за критично мислене, за разбиране, анализ и оценка на медийното съдържание. Нещо повече, приведените статистически данни относно капацитета в областта на медийна грамотност показват недостатъчност (и дори отсъствие) сред мнозинството педагози, родители и учители. Тези данни се потвърждават както от нашите анкети, направени сред над 300 учители и над 100 студенти по време на едно/дву-дневни обучителни курсове, организирани през периода 2017-2018

от Академия „РААБЕ“, България и издателство „Просвета“, по теми като „Планиране на съвременния урок в дигитална среда“, „Нови методи в чуждоезиковото обучение“ и „Използване на ИКТ в обучението“, така и от проучванията на водещи нестопански организации - асоциация „Родители“ и фондация ПИК и др., - работещи в областта на дигитално-медийната грамотност. Всичко това затвърждава убеждението ни, че именно сред учителите, и то началните – настоящи и бъдещи – следва да насочим усилията си в разгръщането на инициативата за развитие на медийната грамотност.

Наред с анализа на данни, отнасящи се до подготовката на педагогическите кадри по медийна грамотност, като важен за изследването определихме и анализа на дисциплините, свързани с развитието на тази грамотност, които се изучават на всички етапи на образованието – начално, прогимназиално, средно и висше. По наше мнение такъв анализ ни помага да бъдем по наясно относно възможностите и предизвикателствата, пред които настоящото учебно съдържание, свързано с развитието на медийната грамотност, изправя учителите.

Състояние на развитието на обучението по медийна грамотност на ниво средно образование

Според данни от Министерството на образованието, представянето на различни аспекти на (дигитално) медийна грамотност в училище се свързва с различни дисциплини. Ето как изглеждат те на ниво начално училище:

От втора до четвърта година в училище обучението на децата задължително включва 32 учебни часа годишно (по един час на седмица) по информационни технологии. Това обучение е насочено към усвояването на основни знания, умения и позитивни нагласи към цифровите технологии. Учебните програми включват “Компютърни системи”, „Информация и информационни дейности“, „Електронни комуникации“ и „Информационна култура“. Наред с това учебната програма се стреми да интегрира свързаните с информационните технологии знания и умения във всички дисциплини, преподавани в училище, в съответствие с държавните образователни стандарти. Идеята е децата да бъдат едновременно обучавани както по традиционна грамотност (да четат и да пишат), така и на дигитално(медийна) грамотност, в аспекта ѝ използване на инструменти, характерни за цифровите медии.

Във втори учебен клас децата започват да изучават дисциплините „Компютърни системи“ и „Информационни дейности“. Тук ключовите цели на обучението са:

1. Придобиване на основни умения за използване на цифрови инструменти (персонални компютри, таблети, смартфони, преносими компютри);
2. Получаване на основни познания за информационните дейности и функционалностите на цифровите инструменти;
3. Възприемане на основни умения за използване на приложения;
4. Запознаване с основните принципи за етичното използване на цифровите инструменти;
5. Развитие на позитивни нагласи към цифровите технологии и създаване на желание сред децата те да ги използват в ежедневието.

Анализът ни показва, че постигането на тези цели е доста проблематично. Първо - защото във втори клас децата вече притежават основни умения за работа с цифрови средства – наличието на смартфони, таблети и лаптопи в по-голямата част на домакинствата в страната ясно илюстрира този факт. Второ - защото техническите средства, налични в училищата и определяни от учителите като „морално-остарели“, „бавно-работещи“ и „несъответстващи като функционални възможности на онези, лично притежание на потребителите“, правят проблематично постигането на цели 2. Получаване на основни познания за информационните дейности и функционалностите на цифровите инструменти и 5. Развитие на позитивни нагласи към цифровите технологии и създаване на желание сред децата те да ги използват в ежедневието. Поне що се отнася до начина, по които те са заложили в плановете на МОН. Негативно въздействие относно програмата играят и придружаващите подобна картина нагласи – „че училището не е в състояние да посрещне предизвикателствата на съвременния живот“, споделяни масово от учителите. Именно тази нагласа се явява като блокиращ елемент по отношение на цел 4. Запознаване с основните принципи за етичното използване на цифровите инструменти, защото остарялата техника формира и допълнителни нагласи, относно „цялостната пригодност“ на училището за нуждите на деня, включително и по отношение на ред етични проблеми - неефективност на системи и структури, бюрократизираност в отношенията, адекватност към миналото, но не и към настоящето и бъдещето. Липсата в училището на повечето модерни дигитални приложения, най-

използвани от децата в условията на дома пък, се оказват пречка пред осъществяването на цел 3. Възприемане на основни умения за използване на приложения, и същевременно засилват вече отбелязаните отрицателни нагласи.

През третата година в началното училище, заедно с въведените във втори клас два предмета, децата започват да учат и дисциплината „Електронна комуникация. Поставените от нея цели, които ще анализираме успоредно с дефинирането им, включват:

1. Прилагане на инструменти за дигитални медии в различни ситуации и контексти: както вече бе упоменато, повечето такива не са част от учебната среда, а от контексти, различни от нея. По този начин интересът на децата към социалните мрежи, например, остава неизползван от началното образование; за него обучението в училище изгражда по-скоро „табу“-та, вместо да търси възможности за впрягане на генерираната от този интерес колосална енергия за целите на учене, преподаване и развитие.

2. Познаване на различните информационни дейности и тяхното използване: децата вече познават възможностите на технологиите за търсене на информация, за комуникация и за създаване на интерактивно медийно съдържание. Спорадичното им прилагане в училище, негативният етос, който учебната среда създава около тях, нерядко водят до ефекта на „забранения плод“. Децата прилагат тези дейности без наличието на целенасочена педагогическа подкрепа, подобрявайки основно уменията си на база „проба-грешка“ или с помощта на съветите на свои „по-умели“ приятели. По този начин негативното отношение към училището като цяло, и в частност, по отношение на развитие на (дигитално)медийната грамотност, още по-силно се изостря.

3. Подобрени практически умения за използване на приложенията: такива със сигурност се наблюдават, друг е въпросът, че те не са резултат от преподаването в училище, за което причините са най-вече в отсъствие на капацитет – липса на подготвени учители, неналичие на компютърна база, съпоставима с мобилните устройства, с които разполагат децата, липса на адекватни дидактически материали, способни да развиват тези умения.

4. Запознаване и спазване на правилата за безопасност и етичните стандарти, свързани с използването на цифрови медийни инструменти: по отношение на тази цел са налице желание и положителен опит – учителите се стараят да

запознаят децата с редица опасности, които крие комуникацията в интернет. Проблеми, като онлайн-агресия, кибер-тормоз и т.н. обаче, остават недостатъчно засегнати, което се вижда от реалните им проявления - нередко, следствие на онлайн поведението на децата.

5. Стимулиране на любознателността и желанието на учениците да работят с инструменти за цифрови медии: тази цел изглежда трудно осъществима като се има предвид, че училищните ръководства рядко допускат учениците да използват в час личните си мобилни устройства, а онези – които са налични в училищата, са морални остарели и децата не са мотивирани да работят с тях. По отношение на немалко региони на страната – с учители в пред или в пенсионна възраст, избоените до тук цели изобщо не се изпълняват, поради негативните нагласи към технологиите, които притежават част от този тип учители.

Учебната програма по (дигитално)медийна грамотност през четвъртата година в училище има за цел да подобри наученото през предходните две години, като основно работи по посока на формиране на позитивни нагласи.

Заложените цели предвиждат:

1. Осъзнаване на значимостта на цифровите медийни технологии и инструменти и тяхната роля за индивидуалното развитие;
2. Използване на инструменти за цифрови медии за училищни цели;
3. Подобряване на придобитата техническа грамотност;
4. Разбиране на ролята на правилата за безопасност и етиката на цифровите медии;
5. Готовност за използване на цифрови технологии за образование.

Първата цел се постига в значителна степен, но не заради, а въпреки учебните програми, тъй като децата с желание използват дигиталните средства. Колкото до втората обаче – тя трудно се постига, поради липсата на достатъчно възможности за колаборативно използване на технологиите – използването на презентации, от рода пауър поинт, дори и когато се практикува, не превръща дигитално-обусловената комуникация в двуканална – тя остава само по посока учител-ученици и не съдейства за използване на медийните средства от страна на учениците, нито за подобряване на техническите им умения (цел 3). Постигането на четвъртата цел остава повече от проблематично, по причините, поради която тя не се постига в предходната година, а и броят на часовете –

обикновено 1-2 за годината, отделени за нея, са крайно недостатъчни. Положението с петата цел изглежда донякъде по-добро, тъй като техническите умения на децата вече им позволяват да използват дигиталните средства за търсене и достъп на информация, друг е въпросът доколко това умение те използват за нуждите на учене и образование.

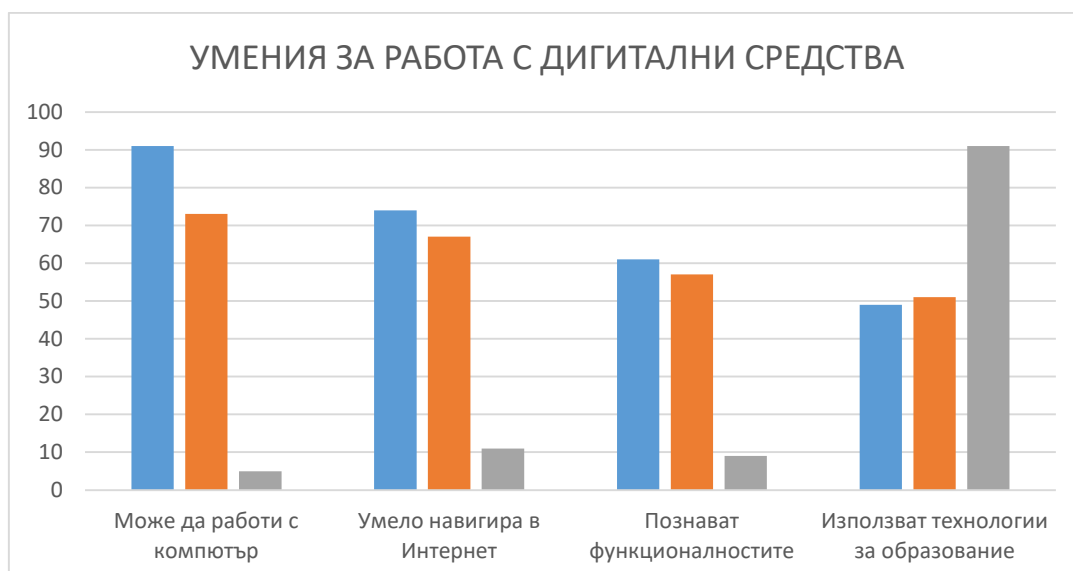
От казаното дотук може да се направи изводът, че заложеното в учебните програми е с правилна посока, но реалностите в много голяма част от училищата – остаряла технологична база, отсъствие на адекватен педагогически потенциал, липса на помагала и дидактически инструменти – не позволяват ефективното им приложение, и от там – не се постигат желаните резултати. Това най-вече се отнася до формирането на правилни нагласи относно *нетикета* (правилата за етично поведение в интернет) и възприемането на цялостната идея, че дигиталните технологии са неотделима част от училището и образованието, и са ефективно средство за личностно - и оттам - и за професионално развитие. Тези дефицити, както ще обясним по-нататък, съпътстват обучението по (дигитално)медийна грамотност и на следващия етап – на прогимназиално ниво.

Този етап от започва в 5-ти клас и продължава 4 години. Дисциплината се нарича “Информационни технологии” и броят на годишните занятия е 34 (веднъж седмично). Основната цел е да се овладеят и най-важното – да се подобрят - вече придобитите умения за (дигитална) медийна грамотност. Ключовите области на обучение са „Компютърни системи“, „Информационни технологии и информационни дейности“, „Електронна комуникация“ и „Информационна култура“. Децата трябва да могат да създават, обработват и разпространяват документи с текст, графики, снимки и видео, както и да работят свободно с цифрови приложения. Те също така трябва да могат да интерпретират различните формати и да превеждат текст в графики, да го обясняват с картина, аудио и видео и обратното. Децата също имат занятия по работа с интернет, свързани с умения за търсене и проверка на информация. Т.е. – на този етап към чисто техническите умения за работа в дигитална среда и средства, се добавят и развиването на умения за анализ и за оценка на съдържанието, които следва да бъдат съпроводени и от правилно отношение към възможностите на цифровите технологии. Иначе казано, търси се по-висока

степен на обвързаност между основните елементи, изграждащи същността на медийната грамотност - достъп, анализ, оценка и създаване и разпространение на медийно съдържание - на фона на формирането на умения за критично мислене. Конкретните цели, определени в учебната програма за пети клас, включват:

1. Възможност за работа с компютър;
2. Възможност за навигация в интернет на различни дигитални медийни инструменти;
3. Разширени знания за функционалностите на компютърната система, обработка и представяне на информацията;
4. Умения за проектиране на информация чрез текстове, графичен и видео формат;
5. Умения за проектиране на документи с графики по различни теми;
6. Умения за проектиране, архивиране и възпроизвеждане на компютърни документи.

Нашето проучване, базирано на анкети, попълнени от над 100 учители на ниво прогимназия (Приложение, №Б от дисертационния труд) показва, че тези цели се постигат в различна степен и по различни причини. Така например, според учителите над 95% от децата могат да работят на компютър, като всички те познават функционалностите на компютъра, над 80% успешно навигират чрез дигитални устройства-таблети, смартфони, компютри, но под 50% използват ИКТ за целите на учене, процент, до голяма степен обезсмислящ заложеното в цели 4,5 и 6.



Умения за използване на дигитални средства

Високият процент на учителите, демонстриращи непознаване на същността на (дигитално)медийната грамотност е показател за високата степен на самоцел при изучаваното в часовете по „Информационни технологии“ и липсата на практическа обвързаност с учебния материал, преподаван по останалите предмети – роден и чужд език, математика, природни и хуманитарни науки.

Причина за това, според нас, е именно неразбирането на медийната грамотност като образователен подход, тип култура, част от компетенциите на 21-ви век.

Целите, определени в учебния план за 6-ти клас, включват учениците:

1. Да разбират ролята на компютърната операционна система;
2. Да могат да използват текстообработващи програми;
3. Да притежават умения да четат и анализират графики, таблици и да трансформират един формат в друг;
4. Да разбират възможностите, предлагани от електронната комуникация;
5. Да притежават умения за проектиране на интегрирани документи, съдържащи текст, графики, таблици и др. по широк кръг от теми, като обработват информацията, придобита онлайн;
6. Да имат умения за съхраняване и възпроизвеждане на електронни файлове.

Анализът на начина, по който са формулирани целите, според нас задълбочава самоцелността на използването на дигиталните средства и откъснатостта им, както от възможностите им за приложение в реалния живот

като цяло, така и по-конкретно – относно смисъла им за възходящо индивидуално развитие. Основен проблем е липсата на подходящо подбрани междупреметни връзки и обвързване на материала с цялостната учебна програма като средство за придобиване на основните осем компетенции, включени в Общоевропейската квалификационна рамка.

Описаните до тук дефицити се появяват отново и в преподаването на дисциплината „Информационни технологии“ и през следващите две години на прогимназиалния етап на обучението.

Така например, ако от учениците през седмата година на обучението в училище се очаква:

1. Да са запознати с всички ключови параметри на компютърната система и работа с компютри;
2. Да могат да работят в екипи, използвайки електронна комуникация;
3. Да могат да проектират интегрирани документи, съдържащи текст, графики, таблици и др.
4. Да архивират и обработват електронни данни,

цел 1, неподвиждаща практическо приложение в същата, или в другите преподавани предмети, не позволява превръщането на теоретичните знания в практически умения (цели 3, 4). И по-лошо, оставайки в сферата на неясно защо необходимото познание, изучаването ѝ предизвиква редица негативни нагласи, които не позволяват на училището да изпълнява качествено развитието на (дигитално)медийната грамотност, предполагаща не само познаване на техническите аспекти на дигиталната среда, но и предпоставяща използването им за решаване на проблеми, сътрудничество, критическа оценка на заобикалящата среда, изграждащите я елементи, и съществуващите между тях отношения (цел 2).

Последният извод буквално минара постигането на целите, поставени пред учениците през осмата година в училище. Основните очаквания тук са заедно с повишаването на описаните по-горе умения, „децата да се обучават да използват умения за дигитални медии, свързани с техните специфични интереси и бъдещи професии“. Целите включват:

1. Увереност в работата с цифрови медийни средства и електронна информация;
2. Умения за създаване на електронни документи и разпространяването им по интернет;

3. Умения за работа в екипи, активно прилагащи цифрови медийни инструменти и приложения.

Оставяйки настрана обстоятелството, че хоризонтът към бъдещите професии започва да се откроява в повечето случаи към края на обучението в горните класове на средното образование -11-12 клас (Приложение Б: Анкета със студенти, 1-ви курс от специалности „Медийна педагогика и художествена комуникация, ФНОИ, Африканистика, ФКНФ, „Комуникационен мениджмънт, ФЖМК), и трите цели ни изглеждат неподходящи: 1 и 2 - защото увереността, като специфична положителна нагласа, в случая е резултат от умения, по-голямата част от които – според учници и студенти – не са получени в училище; обучаемите не притежават умения за работа в екип, при това – не само по отношение на работата с дигитални средства, а като цяло - считайки последното като сериозен дефицит на обучението в училище.

На последния етап от училищното образование някои аспекти на дигитално-медийната грамотност се предлагат в 9-ти и 10-ти клас. Тогава учениците изучават „Информационни технологии“ за 36 часа през година, като се фокусират върху:

1. Информационни технологии и компютърни системи;
2. Обработка на текст;
3. Графичен дизайн;
4. Създаване на интегрирани файлове.

На този етап основните цели на образованието в областта на медийната грамотност са:

1. Разбиране на ролята и функционалността на дигиталните медийни средства;
2. Умения за използване на технологии за решаване на проблеми;
3. Спазване на технологичната дисциплина и етика.

Анализът ни на така формулираните цели показва, че учениците в преобладаващото си мнозинство познават функционалностите на дигиталните средства, но ги използват предимно за забавление, комуникация и търсене на информация. Верификацията на тази информация е твърде проблематична, тъй като въпросът не се засяга по време на обучението, а решаването на проблеми, като способност, формираща се въз основа на практически опит, включващ работа по конкретни казуси, не намира своите конкретни измерения, защото учебната програма не предлага използването на междупредметни връзки и не

обвързва приложението на дигиталните средства за намирането на решения, а ги оставя като обект на общо теоретизиране.

Завършвайки прегледа на същността и целите на обучението по информационни технологии, следва да заявим, че часове, свързани с тези технологии в 11 и 12 клас на горния курс на обучението в училище, не са предвидени. Вероятно логиката на авторите на концепцията за образователен дизайн в средното образование приема за дадено, че на този етап учениците вече са получили необходимите компетенции, отнасящи се до използването на дигиталните средства и не се нуждаят от допълнителна подготовка.

Състояние на обучението по медийна грамотност на ниво висше образование

Има няколко университета в България, които преподават специалности и/или дисциплини, свързани със систематичното развитие на медийната грамотност и прилагането ѝ за целите на образованието. По-долу е представен кратък преглед на курсовете, които различни висши учебни заведения предлагат по темата:

СУ“ Св. Климент Охридски“ (СУ)

Факултетът по журналистика и масова комуникация (ФЖМК) на Софийския университет предлага бакалавърски, магистърски и докторски програми по журналистика, PR, книгоиздаване и комуникационен мениджмънт. Той е главният център за подготовка и квалификация на експерти в областта на медиите и журналистиката в страната. Там обаче основно се занимават с въпроси, свързани с различни аспекти на медиите – както чисто теоретични, така и практико-приложни – а развитието на медийната грамотност до края на 2018 година не бе включено нито като образователна цел, нито като средство. В известна степен ФЖМК изследва въпроси, отнасящи се до журналистическата етика, в това число и тази, свързана с използването на дигиталните медии. От началото на летния семестър на 2018/2019 год. (м. февруари) дисциплината „Информационна и медийна грамотност“ е включена като задължителна в обучението на студентите-бакалаври по „Комуникационен мениджмънт“, специалност, приемът за която стартира през лятото на 2018 г. Учебната програма от 90 академични часа, е съставена по модела за обучение по медийна грамотност, за който специално говорим в представения дисертационен труд.

Факултетът по науки за образованието и изкуствата (ФНОИ) на Софийския университет вече 10 години обучава студенти, бакалаври, магистри и докторанти по специалността „Медийна педагогика и художествена комуникация“ (до преди две години с името „Педагогика на художествената и масовата комуникация“). Програмата е силно фокусирана върху обучението на бъдещите учители за използване и прилагане на (дигитално)медийната грамотност в детската градина и началното училище. Всяка година между 10-15 студенти завършват четиригодишния курс на обучение и сред различните дидактически и педагогически дисциплини, които изучават, са дисциплини като медиазнание, художествена комуникация, графичен дизайн, цифрови медии, мултимедия, медийна педагогика, особености на детската аудитория, детска психология, развитие на критичното мислене и др.

Нов български университет (НБУ)

Университетът предлага бакалавърска програма по журналистика, където обаче не се предлага обучение по (дигитално)медийна грамотност или свързани с нея предмети. Студентите, завършили програмата, придобиват знания по теория на комуникацията, медиазнание и практическа журналистика практика. Те са квалифицирани да работят в електронни, печатни и онлайн медии, но не и като специалисти, развиващи обучение по медийна грамотност.

Американски университет в Благоевград (АУБг)

Наред с различните курсове, свързани с журналистиката, комуникациите и медиите, университетът предлага специализиран курс за развитие на визуалната и медийната грамотност като източници на творчество. Курсът обаче е силно ориентиран към технологиите, т.е. как да се използват инструменти за създаване на съдържание за дигиталните медии, а педагогическите аспекти на медиите (медиите като образователен инструмент) не фигурират в програмата.

Университетът за национално и световно стопанство (УНСС)

Университетът предлага две програми, отнасящи се до медиите. Първата е по „Икономика на медиите“ и обхваща изследователски полета като медиен мениджмънт, медийно планиране, медиен маркетинг, PR и бизнес комуникации. Втората - наречена „Медии и журналистика“, е ориентирана към

обучението на журналисти за електронните, печатни и онлайн медиите. Не се предлагат курсове, свързани с педагогическите аспекти на (дигитално)медийната грамотност

Университет по библиотекознание и информационни технологии (УниБИТ)

Университетът предлага бакалавърски програми за обучение на библиотекари и експерти, работещи с администриране на информация. Предлагат се множество курсове, свързани с компютърните технологии, компютърните мрежи, информационните системи, разработката на софтуер, интелектуалната собственост, прилагането на информационни технологии в бизнеса и администрацията. Не съществува курс за развитие на дигитално-медийна грамотност, тъй като педагогическите й аспекти остават извън обхвата на провежданите изследвания и обучение. Една от бакалавърските програми, озаглавена „Комуникации и информация“, насочена към подготовката на експерти в областта на дигиталните медии за нуждите на държавната администрация, неправителствения сектор и културните организации, е силно ориентирана към дигиталната комуникация и косвено се отнася до дигиталната медийна грамотност, но отново не засяга педагогическите и дидактическите аспекти.

В страната има още няколко университети, в които се води обучение по педагогика (Университет „Епископ Константин Преславски“ в Шумен, Югозападен университет в Благоевград, Пловдивски университет, Великотърновски университет и др.). Те предлагат обучение по различни педагогически дисциплини - педагогика, предучилищна и / или начална педагогика, но нито един от тях не се специализира в обучението по медийна грамотност.

Разработване на модел за развитие на медийна грамотност в България

На 03.05.2018год. Европейският парламент гласува Резолюция относно плурализма и свободата на медиите в Европейския съюз. Като отбелязва значението на медиите за развитието на демокрацията и посочва необходимостта ЕС да бъде пример за прилагане на най-високите стандарти в медийната сфера, Резолюцията изтъква необходимостта държавите членки да

активизират усилията си за развитие и укрепване на медийната грамотност като основна компетенция на всички свои граждани, и да насърчават инициативите за обучение и образование в тази област. Резолюцията подчертава обстоятелството, че „медийната грамотност е основно демократично умение, което овластява гражданите, като развива у тях чувство за критична оценка и анализ по отношение на използването и създаването на медийно съдържание. Резолюцията на Европейския парламент призовава Комисията и държавите членки да разработят конкретни мерки с цел насърчаване и подкрепа на проектите в областта на медийната грамотност и да разработят цялостна политика за медийна грамотност, насочена към гражданите от всички възрастови групи и всички видове медии като неразделна част от политиката на Европейския съюз в областта на образованието, която да бъде целесъобразно подпомогната чрез съответните възможности за финансиране от ЕС, например европейските структурни и инвестиционни фондове, и програмата „Хоризонт 2020“ [...] Вж. Резолюция на ЕП, достъпна на български език на адрес <https://nellyo.wordpress.com/2018/05/03/freedom-3/>

С оглед на обстоятелството, че България е сред най-изоставащите страни на Европейския съюз, както по отношение на медийните свобода и независимост, така и относно нивото на развитие на медийна грамотност, и в отговор на по-горе упоменатата Резолюция, СУ „Св. Климент Охридски“ предприе инициатива за създаване на модел и програма за обучение по медийна грамотност. Следва да уточним, че от 2007 във Факултета по науки за образованието и изкуствата (ФНОИ) се води обучение по медийна грамотност в специалността „Медийна педагогика и художествена комуникация“; обучението по дигитални медии е включено в програмите на Факултета по журналистика и масови комуникации (ФЖМК); работата с дигитално-медийни платформи присъства в обучението по методика на чуждоезиковото обучение на студентите от Факултета по класически и нови филологии (ФКНФ). През последните две години СУ организира две мащабни международни събития, свързани с развитието и популяризирането на медийната грамотност: конференцията „Деца и медиите“ (вж. Деца и медиите, <https://www.bnt.bg/.../konferentsiya>), съпътстваща срещата на фондация Азия-Европа, ноември 2017 и форума „Креативно образование“, октомври 2018, вж.

https://www.dnevnik.bg/pr_sfera/2018/10/02/ . От края на 2017 г. СУ, представяван от ФНОИ, ФЖМК и ФКНФ се включи и в международен проект „European Media Coach Initiative”, изпълняван от още шест организации от Кипър, Гърция, Португалия, Румъния, Белгия и Нидерландия. Пряк резултат от дейността ни в посочените по-горе инициативи и участието в проекта European Initiative Media Coach е предлаганата програма за придобиване на квалификация по медийната грамотност, насочена към студенти-педагози, студенти по журналистика, начални учители и учители по чужд език, журналисти-редактори и продуценти, както и към други специалисти, желаещи да се реализират като обучители по медийна грамотност.

Цели на програмата

Програмата цели повишаване на нивото на медийна грамотност в България чрез прилагането ѝ - като цялостен образователен подход, насочен към създаване на критическо мислене и чрез по-ефективно обучение с активното използване на медийните средства, съдържание и среда - на ниво предучилищно, начално, средно и висше образование. Тази цел се постига по два основни начина:

а) Подготовката на специалисти със следдипломна квалификация „Медийна грамотност“

Разглежданата програма за следдипломна квалификация се предлага във ФНОИ, където на базата на утвърдено и проверено в практиката учебно съдържание, обучаемите могат както да повишат собствените си познания в областта на дигиталните медии, така и да ги прилагат в конкретната си работна практика за цели, пряко отговарящи на техните конкретни нужди. Медийната грамотност се предлага като специализиран модул, в който тя се формира като компетенция, съчетаваща знания, умения и положителни нагласи, позволяващи на участниците да умеят съзнателно, критично и активно да усвояват, управляват и променят съвременния изключително високо медиатизиран свят.

Програмата е насочена към завършили бакалавърска степен на висшето образование специалисти - педагози, журналисти, както и към учители в предучилищна степен на образованието, начални учители и учители по чужд език в системата на средното училище. Подходяща е за практикуващи журналисти, занимаващи се с продуцентството на образователни програми. Тя

е отлична възможност за развитие и повишаване на квалификацията на всички специалисти с висше образование, проявяващи интерес към педагогиката, интерактивното обучение и образователната журналистика. Програмата е изключително подходяща и за специалисти, работещи в библиотечни или медийни организации (или издателства), активно използващи медийни продукти, читалища, библиотеки, медийни центрове или в други организации, занимаващи се с подпомагането на подрастващите, защото дава възможност както за допълнителна професионална квалификация, така и за подготовка към ново кариерно развитие. Програмата е с широка социална насоченост и се фокусира върху сътрудничеството между всички заинтересовани страни. Такова сътрудничество вече се осъществява в много държави, в които се прилагат подобни програми, а участниците в тях идват от различни области. Учебната програма позволява адаптиране на разглежданите теми по педагогически и дидактичен начин към пряката собствена практика на участниците. Подходът се отнася и до дипломния проект, с който обучаемите приключват обучението си, включващ съставянето на план и работна програма, прилагани от завършилите в бъдещата им практика по местата, където те самите ще работят с обучаеми или ще подпомагат свои колеги да развиват собствената си дигитално-медийна грамотност.

Обучението по програмата е два семестъра, с общ хорариум от 120 часа и се състои в самостоятелна работа (офлайн, онлайн и интерактивно) с поредица от фиксирани и променливи файлове (60 часа) и 60 часа присъствени, провеждани от преподаватели от СУ „Св. Кл. Охридски“, специалисти по медийна педагогика, медийна грамотност и методика на технологично-базираното чуждоезиково обучение. Провежда се основно съобразно метода „*обърната класна стая*“ (*flipped classroom*), предполагащ активна предварителна работа за проучване и запознаване на студентите със същността на предвидените за усвояване по време на присъственото обучение проблеми. Всяка учебна тема се разглежда в рамките на предварително подготвен пакет, работата по който е отчасти писмено, но и интерактивно в режим онлайн. Това позволява (а и улеснява) трансфера на ключови теоретични знания в режим онлайн, преди сесията за присъствено обучение. По този начин, по време на срещите в час, обучаемите могат да работят заедно и по-ефективно при изпълнението на различните практически задачи. Това насърчава мотивацията на участниците,

позволява им по-активно да усвояват знания, умения и положителни нагласи, свързани с разглежданите теми, както и се отразява положително на критичното осмисляне на материала и на неговата интернализация. Съществен принос за това представлява и предвиденото изготвяне на индивидуален план-програма за прилагане на медийната грамотност в конкретната професионална практика. Присъственото обучение (60 часа) е организирано в 10 шест-часови модула и през двата семестъра на следдипломната квалификация, с акцент върху десетте основни теми, предвидени по програмата.

Завършилите програмата получават широк спектър от компетенции, базирани на усвоените знания, различни (медийни) умения, по-ясна визия и положителни нагласи относно съчетаването на критичното мислене с употребата на дигиталните средства за целите на образование и възходящо развитие. По време на курса акцентът е върху превръщането на тези компетенции в измерими педагогически и дидактически умения, позволяващи на всеки учител по медийна грамотност да постигне очевиден успех в собствената си работна среда.

Следдипломната квалификация по медийна грамотност приключва с успешното полагане на изпит, проверяващ усвоените теоретични аспекти, включени в учебното съдържание и формираните положителни нагласи и умения за планиране на собственото развитие чрез използване на критичното мислене и дигиталните медии. Съществена част представлява съставянето и защитата на индивидуален план-програма за прилагане на наученото в бъдещата конкретна професионална практика на обучаемите, съобразно характеристиките на професията и работното им място. Успешно-завършилите обучението в следдипломната квалификация по медийна грамотност получават кредити, съобразно образователните стандарти, валидни в България и страните на Европейския съюз, както и сертификат за учители, издаден от СУ „Св. Кл. Охридски“.

Бързото развитие на медиите и цялостната динамика на контекстите на използване на медийната грамотност изисква възможности за актуализиране на получените компетенции в рамките на следдипломната квалификация по медийна грамотност. За тази цел ФНОИ предлага на завършилите я обучаеми възможности за опресняване на знанията и уменията. Това става чрез записване и успешно завършване на кратък курс, на тема „Надграждане на уменията по

медийна грамотност“. Програмата се организира постоянно – за всеки зимен и летен семестър при наличието на поне десет курсисти, притежаващи сертификат издаден от СУ за „Дигитална и медийна грамотност“ и получен, съгласно по-горе описаните изисквания. Курсът включва присъствено обучение – 8 учебни часа и кратко задание – онлайн – с необходима подготовка от още 8 часа. За това участниците в програмата получават допълнителен кредит и подновен сертификат за обучители с валидност – нови три години.

б) Подготовка на студенти-бакалаври, обучавани във ФНОИ, специалност „Медийна педагогика и художествена комуникация“ (МПХК), студенти по „Комуникационен мениджмънт“ във ФЖМК, както и на студенти-магистри по „Предучилищна и начална училищна педагогия“ (ПНУП), ФНОИ, и на студенти-магистри от специалността „Методика на чуждоезиковото обучение“, ФКНФ.

Обучителната програма е в съответствие с националните образователни изисквания, прилагани в системата на СУ, както и съгласно стандартите на Националната академия за медии и общество на кралство Нидерландия, одобрени от проекта European MediaCoach Initiative. Студентите придобиват задълбочени дигитално-медийни компетенции, чрез обучение по различни дисциплини, както следва:

- за обучаваните по МПХК-бакалаври (ФНОИ) - „Медиазнание“ (30 часа), „Журналистически жанрове и формати“ (60 часа), „Мултимедия“ (45 часа), „Нови медии“ (30 часа) и „Медийна педагогика“ (60 часа).

- за обучаваните-бакалаври по „Комуникационен мениджмънт“ (ФЖМК): - Дигитално-медийна грамотност – (90 часа)

- за обучаваните във ФНОИ студенти-магистри (ПУП) с учителска правоспособност, „Информационни и комуникационни технологии в обучението и работа в дигитална среда“ (75 часа), за тези, които не притежават учителска правоспособност – същата дисциплина, но с хорариум от 150 часа;

- за обучаваните студенти-магистри от ФКНФ в програми „Методика на чуждоезиковото обучение“, „Приобщаващо образование чрез средствата на дигитално-медийната грамотност“ и „Комуникация, език, литература, медии“ (ФКНФ) - 60 учебни часа.

По отношение на дизайна на съдържанието сме се постарали да се придържаме към следните общи принципи:

1. Учебното съдържание да се представя на целевите групи по положителен и конструктивен начин. Съдържанието следва да се съсредоточава не само върху опасностите и рисковете на медиите и технологиите, а също така да подчертава предимствата и възможностите, които използването им предлага.

2. Фокусът не е толкова върху предпазването на потребителите от предполагаеми вредни влияния, а по-скоро върху повишаване на осведомеността им за същността, възможностите и рисковете, с които е свързано използването на дигиталните медии

Освен вече отбелязания метод на „обърнатата класна стая“, обучението по медийна грамотност включва още саморефлексия и анализ, учене от опита, учене от другите, учене от грешката, както и активен обмен на обратна връзка, основно средство за развитие на критичното мислене. Предвидени са интерактивни презентации по всяка тема, подготвяни и от преподаватели, и от студенти.

Моделът за обучение по медийна грамотност, прилаган както в рамките на посочените по-рано в тази глава бакалавърски и магистърски програми, така и в програмата на следдипломната квалификация, се основава на философия – резултат на сериозни теоретични изследвания и проучването на водещи добри практики – разбираща медийната грамотност като комплекс от компетенции, изграждани на четири нива: а) Медийна осведоменост (media awareness): знания относно различните средства за представяне и разпространение на информация чрез печатни, електронни и интернет-базирани медии, за възможностите за тяхното използване, както и за свързаните с това предизвикателства; б) Разбиране на медиите (media understanding) - знания и умения, необходими за критичното анализиране на медиите и тяхното съдържание; в) Отношение към медиите (media attitude) – подходящи нагласи, свързани с медиите, дигиталните технологии и възможностите, които те предоставят; г) Медийно поведение (media behavior) - осъзнато използване на медиите и дигиталните технологии за нуждите на личностно и професионално развитие).

Тези четири нива са залегнали като част от учебното съдържание на програмата. Предвидените в програмата компетенции обхващат следните:

1. Знания: Завършилите програмата по медийна грамотност получават необходимите знания за използването на цифровите технологии и медиите като

средство за личностно развитие на базата на успешен и доказан в практиката български и чуждестранен опит. Те усвояват задълбочени познания относно важните медийни теми, често явяващи се основен обект на обществения дебат, които могат да използват творчески в своето професионално поле, при това – по отношение на различни целеви групи. В края на обучението участниците ще:

Познават същността и целите на (дигитално)медийната грамотност

- 1.1. Разбират връзката между медии, медийни технологии, комуникация, обучение и образование;
- 1.2. Познават същността на приобщаващата образователна среда, нейните, елементи, аспекти и динамика на взаимодействия, както и ефекта, който тази среда оказва върху процеса на обучението;
- 1.3. Разбират същността и целите на планирането при обучението;
- 1.4. Разбират същността на новините и технологията на тяхното създаване
- 1.5. Познават особеностите на основните социални мрежи и дигитални платформи;
- 1.6. Познават плюсовете и минусите на работата в дигитална среда;
- 1.7. Разбират технологията на създаване на медийно съдържание;
- 1.8. Оценяват критично медиите от гледна точка на качество и съдържание

2. Умения: Завършилите обучението по дигитално-медийна грамотност притежават редица основни умения, спомагащи за ефективната им професионална реализация в условията на 21-ви век. Съдържанието на курса застъпва широко и в дълбочина формирането на педагогически и дидактически умения, свързани с подготвянето, прилагането и оценяването на степента на полезност и практическа приложимост на учебните материали и дейности. Сериозно внимание се отделя и на работата с дигиталните и медийни средства, платформи и технологии. Това позволява и използването им както за нуждите на настоящата програма, така и за специализирани професионални цели, участие в проекти и др. В края на курса участниците ще могат да:

- 2.1. Работят фокусирано и аналитично, използвайки критичното мислене;
- 2.2. Формулират учебни цели и постигат учебни цели;
- 2.3. Комуникират успешно с различни целеви групи;

- 2.4. Изготвят фокусирани дидактични презентации;
- 2.5. Използват дигитални медии и платформи за лични и професионални нужди;
- 2.6. Работят безопасно с новите дигитални технологии;
- 2.7. Формулират ясни медийни послания, отговарящи на общоприетите етични медийни стандарти.

3. Нагласи: Програмата по дигитално-медийна грамотност обръща голямо внимание на развитието на положителни нагласи, собствена визия и манталитет, свързани с употребата на цифровите медии. С оглед на цялостната динамика на развитието на медиите и информационните и комуникационни технологии, важно е завършилите обучението да са в състояние да предвиждат бъдещето и да могат да управляват активно собственото си развитие. Това им дава възможност да преодоляват по-лесно някои от дефицитите на академичното образование, често оставящи го извън нуждите на професионалната практика. В края на обучението участниците ще притежават ясни положителни нагласи относно:

- 3.1. Същността на дигиталните медии, платформи и програми;
- 3.2. Използването им за нуждите на обучение, образование и личностно развитие;
- 3.3. Връзката между медии, технологии и образование;
- 3.4. Нуждата от постоянно развитие, свързано с актуализиране на познанията по (дигитално)медийна грамотност;
- 3.5. Необходимостта от познаването на медиите и технологиите, свързани с тяхното съдържание;
- 3.6. Ролята на критичното мислене за успешната лична и обществена реализация и връзката му с развитието на медийната грамотност.

Структурата на учебното съдържание се състои от десет теми, които – поради особеностите на метода „обърната класна стая“ - се разработват съвместно от преподаватели и студентите, и са насочени към усвояване на знания, формиране на умения и създаването на подходящи нагласи. Участниците в обучението работят писмено, онлайн и интерактивно, както при самостоятелната си подготовка, така и по време на присъствените сесии. Потърсен е точен и правилен баланс между теория и практика, между

работата онлайн и офлайн. В допълнение към задължителния списък за четене участниците получават достъп до обучителен сайт (платформа Мудъл), на който могат да работят заедно и в затворена група по конкретни части от учебната програма. Съдържанието на курса включват разглеждането и работа с файлове по следните теми:

1. Комуникация, познание, обучение. Медии и образование. Информационна, медийна, дигитално-медийна грамотност, медийна педагогика

Темата е от ключово значение тъй като показва взаимнообвързаността на концепциите, свързани със същността на комуникацията, познанието и обучението. Наред с това тя разкрива начините, по които медиите се вписват в рамките на образователния контекст и представя критичен анализ на динамиката на техните взаимоотношения.

2. Полета на познанието. Цели, средства, индикатори. Цикли на учене и на преподаване

Целта на предлаганата тема е да запознае участниците в програмата със същността на познанието и особеностите на процеса на трансферирането му от източник до потребители (реципиенти) – съществени елементи на самото усвояване. Темата разглежда както основите на когнитивната теория, така и анализа ѝ - през перспективите на преподавател и обучаеми – като израз на желанието ни да обясним по-ясно връзката комуникация-обучение-формиране на медийна грамотност.

Тема 3: Създаване на перцептивна комуникационна среда за обучение

Темата е съществена за процеса на формиране на медийна грамотност, тъй като се спира в подробности на необходимите условия, превръщащи обучението в съвременно и евристично – в процес, позволяващ свободния обмен на гледни точки и перспективи, стимулиращ любопитството и изразяването на собствени идеи, липсата от притеснение при допускане на грешки, търсене на постоянно осъвършенстване – все предпоставки за формиране на умения за анализ и критично мислене.

Тема 4: Планиране на обучението

Темата е избрана като самостоятелен модул за включване в програмата по медийна грамотност, защото поставя цялостната рамка на процеса на планиране, съществен както за ефективността на всяко обучение, така и за тази – по

медийна грамотност. Успоредно с това тя засяга редица въпроси, свързани с развиването на критично мислене.

Тема 5: Критичното мислене като път за формиране на медийната грамотност. Стиллове на комуникация

В темата разглеждаме критичното мислене като способност да се събират и анализират алтернативни гледни точки както по отношение на медийното съдържание и мотивиращите фактори, които стоят зад него, така и относно коректността на всяка идея и твърдение, заложиени в дадено медийно съдържание. Разглеждаме още и въпросът за различните стиллове на комуникация, които са от съществено значение за начините, по които преподавател и обучаеми участват в учебния процес – както с оглед на взаимно общуване, така и по отношение на избора на медийни средства.

Тема 6: Медии и журналистика. Новините като теми, съдържание и форма. Етика и стандарти в новините

Темата разглежда същността на медиите - средство на медийната грамотност – и на журналистиката - филтър на медийното съдържание, прилагащ с различни цели разнообразие от медийни жанрове, чрез които потребителите на медийно съдържание се информират. Заедно с това в нея се спираме в подробности на етиката в медиите, без съобразяването с която, формирането на медийна грамотност е невъзможно.

Тема 7: Как да преподаваме медийна грамотност: ключови проблеми и въпроси

Темата се спира на медийната грамотност, като израз на *медийната мъдрост* (разбиране, анализ, оценка). В нея предоставяме инструментите на критичното мислене по отношение на медиите - средствата за дешифриране на медийното съдържание, еднакво полезни и необходими както за процеса на критичното мислене, така и за разбирането на медиите и отношенията на потребителите с тях.

Тема 8: Медийни ефекти и техните следствия. Информационни разстройства: същност, видове и форми на проявление

Разглежданата тема се спира в подробности на цялостното влияние и отделните ефекти, които използването на медиите предизвиква в потребителите като обръща особено внимание на различните видове разстройства, които

съзнателни и/или несъзнателни изкривявания на медийното съдържание могат да предизвикат.

Тема 9: Работа с дигитално-медийни платформи за търсене и верификация на информация, за комуникация и за обучение

В темата представяме възможностите на някои от често използваните медийни средства, позволяващи комуникация, търсене и верификация на информация. Спираме се и на основните компоненти на понятието „дигитално грамотен“, включени в Европейската рамка за дигитална компетентност (DIGCOMP), отнасящи се до *обработка на информация, комуникация, създаване на съдържание, безопасност и разрешаване на проблеми*.

Тема 10: Справяне с информационните разстройства чрез средствата на медийната грамотност

Темата представя начини и средства, доказващи, че доброто познаване на дигиталните медии, може да се превърне в сериозно средство за противодействие срещу различните форми на „информационно разстройство“. В нея предлагаме и различни подходящи практически упражнения за използване на дигиталните умения като средство за разкриване на некоректна и злонамерена информация.

Подбраните десет теми, включени в учебната програма по медийна грамотност, са логически подредени и са пряко свързани помежду си. По наше мнение в своята цялост те представят адекватно същността на медийната грамотност като съвременен образователен подход, едновременно позволяващ усвояване на познанието, не само като комплекс от факти и твърдения, а и като начин за подлагането им на критичен анализ, за творческо прилагане в практиката, при това съобразено с нуждите и интересите на обучаемите. Към всяка тема сме се постарали да представим както знанията, уменията и нагласите, които ще развиваме чрез съдържанието, така и поставените към нея цели, и критериите, чрез които ще оценяваме степента на постигането на целите.

Включили сме и предвидените дейности, свързани с постигането на целите (заедно с критичен анализ на тяхната ефективност - преимущества, недостатъци и т.н.), очакваните резултатите и препоръчаната по всяка тема литература. Едновременно с усвояването на предложеното учебно съдържание, гръбнак за формиране на медийната грамотност, програмата предвижда и изготвяне на финален проект, индивидуален план-програма, за прилагане на

медийната грамотност за нуждите на индивидуално и професионално развитие на обучаемите, свързан с конкретните им интереси и бъдещи перспективи.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

С нашето изследване се постаряхме както да разкрием същността на медийната грамотност като цялостен образователен подход, отговарящ на изискванията на дигиталния 21-ви век, така и да предложим устойчив модел за развитие на медийната грамотност в България чрез конкретна програма за обучение. По наше мнение медийната грамотност следва да се изгражда върху основите на познанието и да предоставя рамка за достъп, анализ, оценка, създаване и участие чрез нови медийни форми. Тя е тази, която дава възможност на хората да разберат ролята на медиите и да развият критично мислене, да станат ефективни комуникатори и активни граждани. Дигиталната грамотност позволява разбирането и използването на високо технологичните медии и медийни средства за успешното прилагане на медийната грамотност по отношение на света, който ни заобикаля. А дигитално-медийната грамотност добавя към това и компонентите критична оценка на комуникацията, комуникация и сътрудничество, творческо мислене и безопасност при работата с дигитални технологии и средства.

ПРИНОСИ

1. Настоящият труд представи комплексна обучителна програма по медийна грамотност, насочена към цялостно подобряване на състоянието ѝ в България. Тази програма, замислена като квалификация по медийна грамотност, използва капацитета и опита на Софийския университет, и интересът, който обучението в него предлага сред специалисти с висше образование, избрали да се посветят на учителската професия. В този си аспект програмата позволява възможности за ново кариерно развитие не само за педагози, но и за представители на други области на хуманитаристиката и точните науки – филолози, историци, географи, психолози, биолози, математици, химици, физици. По наше мнение програмата е изключително подходяща и за журналисти, и хора, занимаващи с медии и комуникация, тъй като им дава ясни насоки относно възможностите за прилагане на потенциала им при производството на образователни предавания и продукти, още повече като се има предвид сериозният дефицит от такива в българската практика.

2. Включването на различни модули от предложената програма в обучението на настоящите студенти – бакалаври, магистри и докторанти – от различни факултети на СУ (ФНОИ: „Медийна педагогика и художествена комуникация“, ФЖМК: „Комуникационен мениджмънт“ ФКНФ: „Методика на чуждоезиковото обучение“), позволява разбирането и прилагането на различните аспекти на медийната грамотност като цялостен образователен подход, алтернатива на все още практикуваните традиционни методи на преподаване. Многобройните изследователски и практически задачи, включени в темите на програмата, по наше мнение представляват адекватно средство за обучение, отговарящо на нуждите и интересите на обучаемите. Нещо повече, активното прилагане на метода „обърнат клас“ дава възможност за сериозна рефлексия по всяка тема и по тази причина работи по посока на развитие на критичното мислене, както и позволява много по-висока степен на колаборативност при обучението.
3. Резултатите от проведените от нас анкети, разкриващи различни страни от медийното поведение на студенти, ученици и учители, показват ясни тенденции относно техните нагласи да бъдат включени медиите и медийните средства при подготовката на интернет-базирани образователни продукти и дигитални ресурси.
4. Предлаганият от нас анализ на водещ чуждестранен опит и практики, доказали ефективността си по отношение на развитието на медийната грамотност, могат да послужат за ориентир както на управленско ниво - за изготвяне на образователни стратегии и политики, така и на ниво приложни изследвания – като отправни идеи при подготовката на обучителни курсове. Това важи и относно анализа ни на различните социални, демографски, политически и др. фактори на медийната и образователната среда, подпомагащи и/или затрудняващи формирането на медийната грамотност.
5. Моделът, за прилагане на програмата като следдипломна квалификация, както и планираните – на всеки три години – модули за актуализиране на компетенциите по медийна грамотност дават възможност за устойчиво развитие на обучението и за постоянно надграждане на съдържанието,

свързано с непрекъснатите възможности и предизвикателства, които технологичното развитие предполага.

Казаното по-горе ни кара да смятаме за коректен избор си на работна хипотеза и по-точно, че „за разработването на ефективна програма за формиране на медийна грамотност са необходими дълбочинен *анализ на цялостното развитие на самата концепция* в глобален мащаб, обстоен *преглед на ключови инициативи и практики*, довели до съществени промени в разбирането на същността ѝ, и *разбиране на особеностите на контекста на прилагане*. Вярваме, че чрез настоящия труд даваме своя принос за качествено образование като цяло, и в частност, по отношение на развитието на медийната педагогика като наука.

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

1. “Бялата книга за свободата на словото в България“, (<https://clubz.bg/62731bqla-kniga-za-svobodata-na-mediite-v-bylgari>);
2. Данов, Д., (2011), *Педагогика на ефективната комуникация*, ПОЛИС, София;
3. Данов, Д., (2016), *Педагогика на медийната комуникация*, ИСУ, София;
4. Данов, Д., (2018), *Деца и медиите*, ИСУ, София;
5. Данов, Д., (2002), *Медийна регулация във Великобритания, Медиите във Великобритания и САЩ*, (ред. М. Данова), ПОЛИС, София;
6. Данни на МОН, изнесени по БТВ, <https://btvnovinite.bg/bulgaria/nad-2000-uchiteli-imat-samo-sredno-obrazovanie.html>;
7. Данни на НСИ от 22.05.2018, вж. <http://www.nsi.bg/>;
8. Данни на НСИ, <http://www.evestnik.com/>;
9. Декларация, приета на Конференцията на ЮНЕСКО относно развитието на медийната грамотност, Прага, 2003, <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/PragueDeclaration.pdf>
10. Доклад на Европейска комисия относно резултатите от обществената консултация относно медийната грамотност, 2007 г.; http://europa.eu/rapid/press-release_IP-07-1970_en.htm?locale=en;
11. Доклад на Институт за отворено общество относно състояние на образованието в България, София, ИОО, София;

12. Доклад на IREX за 2018 (<https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2018-bulgaria.pdf>);
13. Доклад на Freedom House: <https://freedomhouse.org/report/nations-transit/2018/bulgaria>);
14. Етичен кодекс на медиите в България, <https://www.economedia.bg/news.php?guid=802558>;
15. Кънчев, П., *„Децата на България онлайн, 2016“*, Издание на фондация ПИК;
16. Резолюция на ЕП, достъпна на български език на адрес, <https://nellyo.wordpress.com/2018/05/03/freedom-3>;

ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМАТА

1. Данов, Д. , Медийната регулация във Великобритания, в *«Медиите във Великобритания и САЩ»*, ред. Данова, М., , ПОЛИС, София; 2002;
2. Данов, Д., (2005), *Информационното радио: поглед отвътре*, С., ПОЛИС;
3. Danov, D., Dragomir, M., Thopson, M., Reed, Q; Relic, D. (ed.) *Television in Europe*, Budapest, Brussels, OSI, 2005;
4. Данов., Д., Media Self-regulation в *«Practices and Decriminalization of Defamation in the Countries in South-East Europe»* P. Bozomi (ed.), Budapest, 2006;
5. Danov, D., Digitization in Bulgaria: Tengible Development Trends ot Lots of Hot Air in I. Abadani (ed.) *Digitization in SouthEast Europe*, Bucarset, OSI, 2006;
6. Данов, Д., (2007) Indicators for Public Broadcasting, in, in M. Sucost (ed.) *Regional Study on Public TV in Digital Age in South-East Europe*, Budapest;
7. Данов, Д. (2008), Bulgaria: The Impact of Regulating EU On Demand/Non Linear Services (AVMS), в (B. Kontic ed.), *“EU Directive on Freedom of Speech in Post-Communist Democracies of Central and South-Eastern Europe”*, BiH;
8. Данов, Д. (2008), Labor Relations in the Bulgarian Media, in (E. Nahtical ed.), *Media in Southeast Europe*, Media Institute, Kishinau, Moldova, 2008;
9. Данов, Д., (2010), Using New Media for Training and Education; in Shopov T. and Traute (ed.) *Proceedings of First International Conference on New Media and Education*;

10. Данов, Д., Новите информационни и комуникационни технологии като основно средство в обучението, в ред. Т. Георгиева, *Висшето образование в България, МВБУ*;
11. Danov, D., Web-based Communication and Technologies in T. Shopov (ed.) *Proceedings from the 17th International Conference on Teaching, Learning and Quality of Education*, IBS Press, 2011;
12. Данов, Д., (2011), *Педагогика на ефективната комуникация*, ПОЛИС, София;
13. Данов, Д., Приложение на технологиите в обучението, в „*Иновации в обучението и познавателно развитие*», (ред. М. Стефанова», Бургас, ИБСУ, 2015;
14. Данов, Д., (2016), *Педагогика на медийната комуникация*, ИСУ, София;
15. Данов, Д., Дигитализация и социални трансформации, в «*Чуждоезиково обучение*», (ред. Д. Веселинов), София, ИСУ, бр. 1. 2017;
16. Данов, Д., (2018), *Деца и медиите*, ИСУ, София;
17. Данов, Д. «Психология на медийната комуникация» в «*Медийната среда, публична и стратегическа комуникация*», ред. Стела Ангова, УНСС, София, 2018;
18. Данов. Д., Социализация и медийна култура, в *Смесеното обучение-модернизиране на образованието чрез технологиите*, ред. Д. Данов, Н. Цанев, издателство Junior Achievements, С. 2018
19. Данов, Д., *Формиране и развитие на медийната грамотност при децата от детската градина*», във «*Views of Contemporary Preschool and Primary Education in Bulgaria and Slovakia*», (ред, Р. Енгелс, Б. Ангелов), Братислава, 2018
20. Данов, Д., (2019), «Планиране на съвременното обучение», в „*Педагогика на добрите възможности: Смесеното обучение-модернизиране на образованието чрез технологиите*“, (ред. Д. Веселинов), София, ИСУ, 2019
21. Данов, Д., (2019) Модел за прилагане на обучение по медийна грамотност в България, *Сборник с материали от Конференцията на СЕЕСОМ*, 2019, ИСУ, студия, приета за публикуване.