



СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
ФАКУЛТЕТ ПО НАУКИ ЗА ОБРАЗОВАНИЕТО И
ИЗКУСТВАТА
КАТЕДРА „ПРЕДУЧИЛИЩНА И МЕДИЙНА ПЕДАГОГИКА“

Автореферат

на дисертационен труд

на тема:

**„ДИГИТАЛНАТА МЕДИЙНА
ГРАМОТНОСТ КАТО СВЪРЗВАЩО
ЗВЕНО МЕЖДУ КУЛТУРАТА И
КЛАСНАТА СТАЯ“**

за присъждане на образователна и научна степен

„Доктор“ в професионално направление

1.2 Педагогика (мултимедийна)

Докторант:
Герасимос Каламбаликис

Научен ръководител:
проф. дн Божидар Ангелов

София, 2023

Думата "грамотност" обикновено описва способността за четене и писане. Четивната грамотност и медийната грамотност имат много общо. Медийната грамотност е способността да се идентифицират различни видове медии и да се разбират съобщенията, които изпращат. Децата приемат огромно количество информация от широк спектър от източници, далеч отвъд традиционните медии (телевизия, радио, вестници и списания). Такъв тип обучение включва както предимства, така и недостатъци. Създадени са много форми и модели на преподаване с медийна грамотност, които засягат както учениците, така и учителите. Дигиталната ера улеснява всеки да създава медии. Не винаги знаем кой е създал определено нещо, защо го е направил и дали е достоверно. Това прави медийната грамотност трудна за научаване и преподаване. В днешно време, по време на пандемията от Covid-19, медийната грамотност в образованието стана по-необходима от всякога. Предстои да анализираме различните типове, кои от тях могат да работят и какво предлагат на училищното образование.

ВЪВЕДЕНИЕ

Обект и цел на дисертацията

Обектът на настоящия дисертационен труд е необходимостта от използване на дигиталната медийна грамотност в класната стая, за да се утвърдят медиите като средство за обучение и преподаване.

Целта на настоящия дисертационен труд е да се изследва и проучи до каква степен хората са запознати с медийната грамотност, необходимостта от възприемането на модели за дигитална медийна грамотност и доколко учениците и учителите са подготвени за такава въздействаща промяна.

Първите глави въвеждат и разясняват основни ключови понятия за медийната грамотност, преглед на историческата еволюция и теоретичната терминология. Разгледани са определени модели на преподаване в различните части на света. Дисертационният труд продължава с преглед на предимствата и недостатъците на медийната грамотност. Осъществен е анализ на най-известните модели на преподаване, актуални в момента. Авторът сравнява и обяснява в подробности за това как се различават определените модели по отношение на основните принципи на всеки един от тях и как тези разлики могат да повлияят на начина, по който тези модели се внедряват в класа. Следващата глава предлага една уникална гледна точка по темата на дисертационния труд. Пример за модел на преподаване в Калифорния, който идва в последствие от пандемията през 2019 г., когато Covid-19 принуди училищата и университетите да търсят алтернативни начини на преподаване. Това е мястото, където дигиталната медийна грамотност внезапно се превръща в незаменимо умение и следователно преподавателите трябва да започнат да я включват към вече съществуващи предмети от учебната програма. Обсъжда се и начинът, по който цифровите средства и дигиталната медийна грамотност могат да подобрят разбирането и представянето на учениците по определени теми и въпроси. Друг проучен момент е значението на медийната грамотност като умение за „създаване“ на по-активни социални членове в дадена общност и следователно се поставят въпроси дали в училище трябва да се подготвят нови предмети, които се фокусират изключително върху тази тема. Нещо повече, ние проучваме как медиите могат да действат като мост между преподавателите и учениците, като ги сближават и им помагат да се свържат по-добре по време на класните часове. Това обаче изисква от преподавателите да са запознати с технологиите и самите те да притежават медийни умения, преди да се опитат да ги внедрят в часовете и да ги внушат на учениците. Следователно в тази глава са предложени действия, които трябва да бъдат предприети от преподавателите, за да станат по-ефективни в работата си.

Следващата глава е относно въпросника, в който се обърнахме към участниците, относно тяхното мнение за преподаването в ерата на пандемията. Децата са запитани дали са се сблъскали с дистанционно обучение преди, колко удобно е било за тях и колко вероятно смятат, че дистанционното обучение и дигиталното медийно обучение ще превземат традиционния начин на преподаване в бъдеще. Техните отговори заедно с отговорите на въпросите за това как са прекарвали свободното си време по време на ковид са показани в следваща глава.

В последната глава изследователят излага заключенията и прави дискусия относно това колко е необходимо да се преподава дигитална медийна грамотност в училищата и по какви начини тази промяна ще бъде от полза не само за учениците, но и за цялата

общност. Освен това тук се анализира проблемът с дезинформацията, който действа като постоянна пречка в преподаването на медийна грамотност и какви мерки могат да бъдат предприети за справяне с него.

Задачи на дисертационния труд:

Според теоретичната рамка, произтичаща от прегледа на разглежданата тема, следните въпроси могат да ни помогнат да се справим с настоящото изследване:

1. Каква е ролята на медийната грамотност в образованието и как се е променила ролята ѝ през годините?
2. Какви техники и методи на преподаване са били използвани в миналото при изследване на концепцията за медийна грамотност и дигитална медийна грамотност и до каква степен са били успешни?
3. Къде медийната грамотност може да бъде включена в учебната програма на училището и какви форми може да приеме, за да бъде от реална помощ?
4. Каква е ролята на преподавателите в тази „транзакция“ между ученици и учители и как могат да извлекат най-доброто от нея?
5. Какви стъпки трябва да предприеме правителството, за да осигури най-доброто преподаване за учениците и учителите?
6. Как избухналата пандемия се отрази на учебния процес и какви мерки са били предприети за преодоляване на възникналите пречки?
7. Какви концепции са въведени в цифровата медийна грамотност, за да помогнат за интегрирането на цифровите медии и какви предизвикателства трябваше да бъдат преодоляни?

Цели на изследването:

Вземайки предвид темата на дисертацията, както и проведените изследвания, можем да стигнем до извода за целите на изследването:

1. Да предостави общи познания по темите за медийна грамотност и дигитална медийна грамотност, както и за напредъка, постигнат от тези термини.
2. Да се отговори на необходимостта от установяване на обучение по цифрови медии в училищата, тъй като кризи, каквато беше пандемията от Ковид, могат да окажат огромно въздействие върху качеството на образованието, което децата получават, и необходимостта дистанционното обучение да стане част от образователната система.
3. Да обсъдим колко важни са цифровите медийни умения в тази ера и как училищата трябва да действат като средство за предоставяне на младежите с необходимите инструменти, за да станат по-активни членове на обществото.
4. Да помогне в борбата с дезинформацията, като установи ценности на децата и ги направи способни да потвърдят достоверността на фактите, на които се натъкват.

Хипотези на изследването:

Въз основа на целите и изследователските въпроси, бяха формирани следните хипотези на изследването:

Хипотеза 1. Ролята на медийната грамотност е не само да образова учениците относно използването на технологиите и как да имат достъп до тях, но и да им внуши определени ценности и умения, които ще им помогнат да взаимодействат с тях.

Хипотеза 2. Приведени са в действие много различни модели на преподаване и повечето от тях се диференцират върху основни концепции при процеса на преподаване, с изместване на фокуса от урок, ориентиран към учителя, към урок, ориентиран към ученика. Никой от тези модели не се смяташе за по-добър от другите

и изборът кой метод да бъде въведен изглежда по-скоро като географски индикатор за това къде се намира училището. Например училищата в САЩ възприемат модели на обучение, различни от тези в Германия.

Хипотеза 3. От резултатите от изследването можем да заключим, че медийната грамотност може както да бъде въведена като отделен предмет в училищата, така и да бъде интегрирана във вече съществуващи такива. Много преподаватели вече са направили предложения за това, тъй като цифровите средства ще се окажат ценен актив за преподавателите, за да привличат вниманието на децата, докато са в клас.

Хипотеза 4. Виждайки резултатите от изследването, можем да заключим, че ролята на преподавателите в часовете е не само да учат децата за предимствата и недостатъците на медийната грамотност, но също така сами да се превърнат в „мост“ между тях и инструментите на медийните технологии, които използват. Следователно от тях се изисква и необходимостта да се помогне на учениците да овладеят технологиите.

Хипотези 5. От резултатите от изследването можем да видим, че ролята на правителството е да осигури необходимото оборудване не само за класовете, но и за учениците, за да се въведат концепции като дистанционно обучение. Освен това трябва да се включат семинари и учебни програми за преподаватели, така че преподавателите да са запознати с технологията, която използват в часовете, и следователно да се чувстват комфортно, когато се опитват да споделят знанията си с учениците.

Хипотези 6. Резултатите от изследването разкриват, че никой не е бил подготвен за такава драстична промяна в ежедневието ни, когато Covid -19 настъпи. Правителството бързо въведе нови мерки като дистанционно обучение за ученици и онлайн платформи за провеждане на изпити. Те обаче се оказаха ефективни само до определен момент, тъй като много от децата нямаша достъп до интернет или до необходимото оборудване, за да участват в дистанционно обучение. По същия начин много преподаватели не могат да се справят с предоставените инструменти, за да вършат работата си поради липса на опит.

Хипотези 7. Според изследването проблеми като кибертормоз и медийна дезинформация изглежда представляват голяма заплаха за успеха на цифровото медийно образование. Като обучават малки деца и им помагат да развият критично мислене и накрая въвеждат интерактивни методи на преподаване, преподавателите са длъжни да подобрят опита на преподаване в часовете.

Приноси на дисертационния труд:

Децата могат да бъдат от полза, като станат по-отговорни с това, което произвеждат и какво получават от такава информация.

Освен това критичното им мислене ще се подобри и ще им помогне да разпознават по-бързо „фалшивите новини“ и ще се окаже ценен инструмент по пътя им. Защото целта на учителите е да подобрят процесните умения на учениците, а не само знанията за съдържанието. В края на краищата изследванията разкриват, че новите и абстрактни концепции се възприемат по-лесно, когато са показани във визуална форма, но също така са подкрепени с вербални аргументи. Медиите в класната стая ангажират учениците в ученето и осигуряват по-богато преживяване.

Медиите са полезни инструменти за илюстриране на урок, позволяващи на учениците да видят примери за това, което учат.

Медийната грамотност е от съществено значение, защото помага на учениците да разберат посланията, които им се съобщават. С толкова много източници на

информация днес, научаването на умението как критично да анализират медиите, предоставя на учениците умения, от които се нуждаят, когато започват обучението си в университет или когато започват своите професионални кариери.

Медийната грамотност може да се използва и за научаване на нови идеи, култури и перспективи, които може да не са били взети предвид преди това. Може също така да помогне на учениците да решат какво искат да научат повече, за да попълнят празнините в знанията, които традиционните медии може да са пропуснали.

По време на тежки времена на пандемия, медийната грамотност става по-необходима от всякога. Училищното образование не би могло да се осъществи, освен ако медийната грамотност не беше толкова напреднала. Въпреки че има много възможности и методи, които трябва да бъдат обработени. С този дисертационен труд ние сме на път да открием начини и „способности“ за учене в бъдещето на образователните системи.

ГЛАВА 1: ДЕФИНИЦИЯ НА МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ, НЕЙНАТА РОЛЯ И ИСТОРИЧЕСКИ ПРЕГЛЕД

1.1.1 Какво е медийно образование?

Медийното образование е процесът, чрез който хората стават медийно грамотни – способни да разберат критично естеството, техниките и въздействието на медийните съобщения и продукции.

Медийното образование признава и се основава на положителните, творчески и приятни измерения на популярната култура. Включва производство на медийни текстове и критично мислене за медиите, за да ни помогне да се ориентираме през все по-сложен медиен пейзаж. Учителите не трябва да са медийни експерти, за да включат медийното образование в класната стая.

Тъй като медийните проблеми са сложни и често противоречиви, ролята на преподавателя не е да предава знания, а да улеснява процеса на учене. Днес основните предизвикателства са намирането и оценката на правилната информация за нечии нужди и синтезирането на това, което намира в полезно знание и комуникация. Медийната грамотност с критично мислене, размисъл и етично поведение в основата си – е ключова част от това, което означава да бъдеш образован в днешния свят.

1.2 Защо е нужно да се преподава медийна грамотност?

1. Медийната грамотност насърчава младите хора да задават въпроси, оценяват, разбират и ценят своята мултимедийна култура. Тя ги учи да станат активни, ангажирани медийни потребители и ползватели.

2. Медийното образование пренася света в класната стая, дава непосредственост и уместност на традиционните предмети като история, английски език, здравеопазване, граждански науки и творчески изкуства. Служи като перфектен мост за интеграция на предмети и интердисциплинарни изследвания.

3. Медийното образование въплъщава и насърчава актуалната педагогика, която набляга на ученето, насочено към ученика, разпознаването на множество интелигентности и анализа и управлението, а не простото съхранение на информация.

4. Медийното образование се основава на педагогическия подход за започване на учене там, където са децата. Медиите като музика, комикси, телевизия, видеоигри, интернет и дори реклами са част от живота, на които всички деца се радват. Медиите създават споделена среда и следователно са катализатор на ученето.

5. В общество, загрижено за нарастващата апатия на младите към политическия процес, медийното образование ангажира младите хора с „реалните“ проблеми. Помага на младите хора да се видят като активни граждани и потенциални сътрудници в публичния дебат.

6. В едно разнообразно и плуралистично общество, изучаването на медиите помага на младите хора да разберат как медийните изображения могат да повлияят на това как те виждат различни групи в обществото: това задълбочава разбирането на младите хора за разнообразието, идентичността и различията.

7. Медийната грамотност помага за личния растеж и социалното развитие на хората, като изследва връзките между популярната култура (музика, мода, телевизионни програми, филми и реклама) и техните нагласи, избор на начин на живот и представа за себе си.

1.3 Ролята на медийната грамотност в образованието

Каква е (или би трябвало да бъде) ролята на медийната грамотност в образованието? Много е написано по тази тема както от европейски, така и от американски учени.

Що се отнася до европейската традиция, Alvarado et al. (1993) редактират антология от 20 есета, първоначално публикувани в списанието *Screen Education* през 70-те и началото на 1980-те. Тези есета, написани предимно от европейски учени хуманисти, критични към телевизията и филма, предоставят ценна историческа гледна точка за това как културните изследвания са повлияли на мисленето за образователната теория и практика. Също така Buckingham, D. 2003, *Media education: Literacy, learning, and contemporary culture* Cambridge, UK: Polity Press, предоставя добро проучване относно областта на медийното образование, предимно в Европа, и съсредоточава вниманието си върху ключови дебати и противоречия, като дефиниции за тази област, видове грамотности и ролята на критиката, насочваща вниманието към бъдещето на медийно образование.

Що се отнася до американската традиция, противопоставя липсата на напредък в интегрирането на образованието по медийна грамотност в общественото образование в Съединените щати, с успеха на това в други страни. Kubeu представя убедително обяснение на тази разлика с политически, икономически, исторически и културни фактори. Hobbs and Jensen (2009) актуализират работата на Kubeu, като изтъкват централните характеристики на програмите за медийна грамотност. Те предоставят изследване относно бъдещето на медийната грамотност по два въпроса: (1) връзката на медийната грамотност с интегрирането на образователните технологии в учебната програма и (2) връзката между медийната литература и науката, изкуството и литературата.

1.4 Основни принципи в обучението по медийна грамотност

Организации като UNESCO, Европейска комисия, Европейски парламент и много медийни организации като AML, CML и NAMLE имат много силни изявления за това от какво трябва да се състои способността за медийна грамотност. Организацията има обща цел за медийно образование в училища, които осигуряват медийна грамотност, което е едно от най-важните условия за активно и пълноценно гражданство. Медийното образование е част от основните права на всеки гражданин по света и преподаването му ще бъде насочено към децата за по-добро разбиране на света и участие в демократичния и културен живот. Медийното образование трябва да има за цел да развива информирани, рефлексивни и ангажирани граждани, които са необходими в едно

демократично общество. Медийното образование ще има за цел да даде на децата способност да използват ефективно медиите в контекста на демократичните права и гражданската отговорност. Подчертава се и комуникативната способност, което означава всичко от създаването на медийни продукции, използващи творчески, технически, семиотични и социални умения и участие във виртуални общности.

Медийното образование е поставено в контекста на ученето през целия живот на всички етапи и трябва да се използва за създаване на обмен на мрежа и организация и видимост на международния обмен. Все още няма абсолютни общи критерии за това какво трябва да включва доброто медийно образование, но организациите подчертават значението на глобалното развитие на общата дефиниция между медийното образование и зачитането на медийното образование за укрепване на културното образование. Pérez Tornero подчертава, че е важно да се работи, за да се постигне общо разбиране за медийното образование и медийната грамотност. В Европа, съществува проект за описване и дефиниране на Медийното образование / Медийната грамотност и се провежда от Съвета на Европа, Европейската комисия и Европейския парламент, с подкрепата на експертни групи и различни европейски медии и се състои от различни области, свързани с медийната грамотност. Тези области също се вписват добре с основните принципи на организацията NAMLE. Тези основни принципи са разработени от групов медийен изследовател, включително Elizabeth Thoman, подкрепена от множество предишни медийни изследователи. NAMLE подчертава, че само защото медиите се използват в класната стая, това не означава, че децата получават медийно образование.

ИСТОРИЧЕСКА ПЕРСПЕКТИВА НА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ

Тъй като областта на медийната грамотност се е променила много с течение на времето, има нужда от исторически преглед, за да се гарантира разбирането на концепцията. Този раздел е преглед на развитието на медийното образование в Европа. Читателят трябва да е наясно, че периодите от време се припокриват един с друг. До 60-те години на миналия век: класическата грамотност (четене - писане - разбиране) доминира от векове и играе основна роля в преподаването. От 60-те години на миналия век: Аудио-визуалната грамотност доминира и е свързана с електронни медии като филми, като се фокусира върху изображенията и последователностите от изображения. Филмовите клубове започват в училищата и големите европейски страни, в този контекст са Франция, Великобритания, Италия, Германия и Полша.

През 1970-те и началото на 1980-те: интересът е фокусиран върху телевизията: Медийното образование става по-критично и прави голямо впечатление от френската семиотика и критичните експерименти, направени от Barthes и Journal Communications. Изследователи като Hoggart, Williams и Stuart Hall се споменават като примери за важни имена в изследванията на британската култура.

От средата на 90-те години на миналия век: Дигиталната грамотност преобладава и е свързана с цифровите медии и особено с интернет и мрежата. Ще е необходимо да се придобият нови умения. Сега концепцията се измества на фокуса от съдържанието да се използва като синоним на техническите умения, необходими за управление на съвременните цифрови инструменти.

От 2000-те: Медийната грамотност е концепцията за това, което се случва при сливането на дигиталната грамотност и традицията на аудиовизуалната грамотност. Новите комуникационни платформи, мултимедия и новите мобилни комуникационни

технологии, започват да изтриват разликата между цифрови и електронни медии. Това се случва в напреднал стадий на развитие в информационното общество.

Обучение по медийна грамотност – сравнение на различни модели на медийна грамотност

Почти всяка страна вече е признала, че медийното образование е важно. Разработени са образователни концепции и модели на компетентност за медийна грамотност. Ако погледнете от метаниво, забелязвате определен вид национална граница. Много от тези национални концепции и модели често са известни и приемани само в съответните страни. С този дисертационен труд ще направим първата стъпка към преминаването на границата. Ще представим и сравним два изтъкнати модела на медийна грамотност от Германия, един известен модел на медийна грамотност от Обединеното кралство и един известен модел на медийна грамотност от САЩ. Тези модели отразяват различни времена, цели и произход, които предоставят различни контексти за тяхното развитие. Ще анализираме и сравним четирите представени модела на медийна грамотност според миоглед, съдействие, структури и цели. Чрез сравняване и контрастиране, искаме да покажем прилики и разлики, както и възможни взаимни разширения и допълнения. Освен това се надяваме, че поне тези четири модела ще постигнат по-висока степен на международно признание, обогатявайки както националния дискурс, така и международния дискурс за насърчване на медийната грамотност.

ГЛАВА 2: ПРЕДИМСТВА И НЕДОСТАТЪЦИ НА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ, ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКА МЕТОДОЛОГИЯ

2.1 Предимства

1. Обучава хората. Чрез телевизионните и радиопрограмите хората могат да се осведомят относно здравни въпроси, опазване на околната среда и много повече.
2. Хората получават последните новини за много кратко време. Разстоянието не е бариера. Хората получават новини всеки ден чрез медиите и това ги държи в течение за събитията по света.
3. Хората могат да разкрият своите скрити таланти. Чрез медиите демонстрират своите таланти като комедия, актьорско майсторство и пеене.
4. Знанията на децата се увеличават. Децата могат да се учат от програми за викторини, програми за животни и други.
5. Радиото е удобно, тъй като хората получават кратки новини и чрез мобилен телефон се осъществява достъп до него.
6. Осъществява се промотиране на масови потребителски продукти. Това от своя страна може да увеличи продажбите на продукта.
7. Служи като добър източник на забавление. Хората се забавляват чрез музика и телевизионни програми.
8. Телевизията позволява електронно дублиране на информация. Това намалява производствените разходи, което прави възможно масовото образование.
9. Медиите водят до разпространение на различни култури. Медиите представят различни културни практики.
10. Помага на хората по света да се разбират и да приемат различията си.

2.2 Недостатъци

1. Води до индивидуализъм. Хората прекарват твърде много време в интернет и гледат телевизия. В резултат на това социализацията с приятели, семейство и съседи е засегната.
2. Някои медийни съдържания не са подходящи за деца. Ограничаването на достъпа на децата до такова съдържание може да бъде трудно.
3. Вестникът е географско избирателен.
4. Увеличаването на рекламите по телевизията и радиото ги прави по-малко привлекателни.
5. Интернет като форма на медия разкрива възможности за измамници, измами и хакване.
6. Медиите могат да предизвикат пристрастяване, напр. някои телевизионни програми и интернет. Това може да доведе до намаляване на производителността на хората.
7. Здравни проблеми. Продължителното гледане на телевизия може да доведе до проблеми със зрението, а слушането на радио със слушалки излага човек на възможни слухови дефекти.
8. Наркотиците и алкохола могат да изглеждат заплениващи. Някои програми карат използването на тези неща да изглежда „готино“.
9. Може да доведе до наранявания. Някои хора могат да се опитат да повторят каскади, които са показани в медиите.

Моделите за медийна грамотност

Нашата извадка се състои от два изтъкнати модела на медийна грамотност от Германия (четирите измерения на медийната грамотност от Baacke, 1999 и Magedburger модел на медийно образование от Jörissen/Marotzki, 2009), един известен модел от Обединеното кралство (18 принципа от Masterman, 1989) и един виден модел от САЩ (Q/Tips and the Empowerment Spiral от Thoman, 1993; Jolls/Wilson, 2014). Моделите се различават по отношение на времето, целите и произхода, в които са разработени. Ще представим контексти за всеки от четирите модела и след това ще обобщим основните твърдения на съответните модели.

2.3 Four Dimensions of Media Literacy (Baacke, 1996) - Четири измерения на медийната грамотност (Baacke, 1996)

Моделът на „компетентност, свързана с медиите“ е концептуално подготвен от Dieter Baacke през 1973г., относно комуникационната компетентност. Според Baacke медийната грамотност е изискване за адекватно разбиране на средствата за медийна комуникация и за самостоятелното им използване. Медийната грамотност дава възможност на потребителя да се справя уверено с новите възможности за обработка на информация, да участва в напредъка и да се ориентира в него. През 90-те години неговият модел се възприема все повече в науката, в (медийната) педагогическа практика и в политиката и става особено известен. В модела на Baacke се откриват четири измерения: Медийна критика, Медийно знание, Използване на медии и Медийно производство.

1. Медийната критика означава да се разграничат и идентифицират съществуващите знания и опит по рефлексен начин. Измерението на медийната критика се състои от подизмеренията а) аналитика (основни знания за поставяне под въпрос развитието на медиите), б) рефлексия (свързване и прилагане на тези „аналитични и други знания за себе си и личните си действия и в) етика (координати и определя аналитичното мислене и рефлексивната референция като социално отговорни).

2. Медийно познание означава чисто познание за днешните медии и медийни системи, включително двете под-измерения: а) информативно (класически запаси от знания: журналистска етика, жанрове) и б) инструментално (способност за работа с новите устройства).
3. Измерението използване на медиите се състои от а) приемащо-прилагане (компетентност за използване на програма, гледането на филми изисква умения за приемане) и б) интерактивно действие (използване на днешното множество възможности за действие и взаимодействие).
4. Медийната продукция се основава на факта, че медиите непрекъснато се променят. За Вааске медийното производство може да бъде иновативно (по-нататъшно развитие на медийната система в рамките на приложната логика) и/или креативно (преминаване на граници на комуникационни рутинни, нови измерения на дизайна и тематиката).

2.4 Eighteen basic principles - 18 принципа от Masterman (Masterman, 1989)

Masterman е името на първият човек, който предлага сериозното изучаване на масмедията в училищата. Той разработва определен набор от ключови идеи и концепции, които осигуряват начин за изучаване по строг и дисциплиниран начин на разнообразната гама от медийно съдържание (Morgenthaler, 2010, p.pag.). Акценти от осемнадесетте принципа на Masterman, включват някои от следните твърдения.

Съдържанието в медийното образование е средство за постигане на цел. Тази цел е разработването на преносими аналитични инструменти, а не алтернативно съдържание. В идеалния случай оценяването в медийното образование означава самооценка на учениците, както формираща, така и обобщаваща.

- Наистина, медийното образование се опитва да промени връзката между учител и ученик, като предлага и двата обекта за размисъл и диалог.
- Медийното образование по същество е активно и енергично
- Медийното образование включва съвместно обучение. То е групово фокусирано. Предполага се, че индивидуалното обучение се подобрява не чрез конкуренция, а чрез достъп до прозренията и ресурсите на цялата група.
- Медийното образование е холистичен процес. В идеалния случай това означава изграждане на взаимоотношения с родители, медийни специалисти и колеги учители.
- Медийното образование се ангажира с принципа на непрекъснатата промяна. Тя трябва да се развива в тандем с непрекъснатата променящата се реалност.
- Основното медийно образование е отличителна епистемология. Съществуващите знания не се предават просто от учители или се „откриват“ от учениците. Това не е край, а начало.

2.5 Q/TIPS (Thoman, 1993 and Jolls/Wilson, 2014)

Основните концепции за медийна грамотност първоначално са разработени в Канада през 80-те години на миналия век от водещи практики, включително Barry Duncan и John Puengente, чиято работа е основана на подхода на Masterman към образованието по медийна грамотност. Канадците представят осем основни концепции; по-късно те са адаптирани в САЩ, за да включват пет основни концепции (Thoman, 1993), които описват как функционират глобалните медийни символни системи: Всички медийни съобщения са конструирани (Авторство); Медийните съобщения се изграждат с помощта на творчески език със собствен набор от правила (техники/формат); Различните хора възприемат едно и също медийно послание по различен начин (аудитория); Медиите

имат вградени стойности и гледни точки (рамкиране/съдържание); и повечето медийни съобщения са организирани за печалба и/или власт (Цел).

Моделът на Jolls'/Willson се основава на представените по-рано концепции и ги обобщава в пет деконструктивни ключови въпроса за потребителите на медии, наречени Въпроси/СЪВЕТИ (Q/TIPS):

- Авторство: Кой създаде това съобщение и защо го изпраща?
- Техники: Какви техники се използват, за да привлече вниманието ми
- Аудитория: Какви начини на живот, ценности и гледни точки са представени в съобщението?
- Рамкиране: Как различните хора могат да разберат това съобщение по различен начин от мен?
- Цел: Какво е пропуснато в това съобщение?

Тези пет въпроса за деконструкция не могат да се използват само за деконструкция и анализ на медиите, но също така се прилагат при производството на собствени медийни продукти.

2.6 Magdebupger model of media education - Модел на медийно образование на Magdebupger (Jörissen/Marotzki, 2009)

Германските университетски преподаватели Winfried Marotzki и Benjamin Jörissen публикуват концепцията си за медийно образование през 2009 г. Преди това германската научна общност води оживена и продължителна дискусия относно термините за медийна грамотност (Medienkompetenz) и медийно образование (Medienbildung). Както бе отбелязано по-горе, знанията за диспозиция са необходимо, но все още не достатъчно условие за медийното образование. Не е достатъчно да разберем как да използваме самата технология; критичната рефлексия трябва да бъде част от процеса, който потребителите предприемат. Критично обмисляне е особено необходимо, когато става въпрос за рискови структури и културни последици от съвременните технологии и когато се разглеждат въпросите за възможните последици.

1. Медийното образование е образование в медийно-медиатизиран свят.
2. Медийното образование следователно не е просто образование чрез медиите (медийна грамотност) и не просто образование с медиите (електронно обучение).
3. „Образование“ означава промени в начина, по който хората виждат и възприемат света (и себе си) по такъв начин, че във все по-сложен свят те се справят с все по-малко предвидими биографии и кариери и придобиват ориентация и се държат в критично-участнически път към този свят.
4. Медиите по същество определят структурите на миогледите, както на културно, така и на индивидуално ниво: устните култури, свещените и книжните култури, визуалните култури и дигитално свързаните в мрежа култури, всяка носи различни възможности за артикулация (на мислене, на изразяване, на комуникация, на науки, изкуства).
5. Медийното образование следователно е името на факта, че светът и самоотношенията на хората с медиални (или конституирани) културни светове се появяват, че те се променят с тях – и най-вече, че образователните процеси могат да произвеждат нови неща: нови форми на артикулация, нови културни/индивидуални гледни точки и не на последно място нови медийни структури.

2.7 Сравняване и противопоставяне на моделите за медийна грамотност

Следващият раздел анализира и сравнява четирите представени модела на медийна грамотност според Мироглед, Съдействие, Структури и Цели. Впоследствие ще бъдат обобщени повтарящите се ключови компетенции на моделите.

Всеки от четирите модела разглежда медийната грамотност като основен елемент в това, което Friedrich Krotz описва като медиатизирана култура (2001). Докато моделът на Вааске съдържа по-прагматичен поглед, който се фокусира върху уменията, необходими за използване на разнообразието от медии, Masterman, Thoman/Jolls/Wilson и Jörisen/Marotzki насочват вниманието си повече към индивидуалното учене през целия живот. Всеки индивид се нуждае от компетенции, за да се ориентира в живота си като активен и участващ гражданин в един медиатизиран свят. Познавайки се на Masterman, тези необходими компетенции ще бъдат придобити чрез формално обучение на учители в училищата. Образованието и медийното образование се разглеждат като неразривно свързани с овластяването на индивида в днешния медиатизиран свят.

СЪДЕЙСТВИЕ

Всеки от четирите модела има за цел да насърчи хората да поемат (повече) отговорност и контрол върху собствения си процес на учене през целия живот (в медиатизирани общества). Да бъдеш образован в този случай означава промяна в начина, по който хората възприемат света и себе си. Това означава да бъдете овластени, да сте придобили модели на ориентация и поведение – устойчивост – да можете да се справяте с все по-малко предсказуема среда (т.е. технологии, биографии). Следователно съдържанието в обучението по медийна (грамотност) е средство за постигане на цел. Тази цел е по-скоро разработването на преносими аналитични инструменти, отколкото алтернативно съдържание.

СТРУКТУРИ

Въпреки гореспоменатите прилики, понятията ясно се различават по своята елементарна структура, но също така се надграждат върху елементите на другия. Моделът на Masterman, както и моделът на Jörisen/Marotzki, виждат медиите като посредници. Медиите не отразяват света, а го представят отново. Следователно медиите по същество определят структурата на мирогледите, както на културно, така и на индивидуално ниво. След Jörisen/Marotzki, всяка технология носи различни възможности за артикулация, което, следвайки Masterman, прави необходимо да се научите да декодирате системи за медийни знаци. Вааске и Thoman/Jolls/Wilson идентифицират няколко елемента за изследване на глобалната символна медийна система. Според Thoman/Jolls, изследването трябва да постави под въпрос медийното съдържание по отношение на авторството; техники, формат и технология; публика; рамкиране и съдържание; и цел. В модела на Вааске тези елементи могат да бъдат обобщени в измерението на медийното знание в комбинация с измерението на медийните критики, което взема предвид рефлексията върху последствията. Прагматичният модел на Вааске е единственият, в който се разглежда начинът за придобиване на медийна грамотност (измерение на Media Production).

ЦЕЛИ

Крайната цел и на четирите модела на медийна грамотност е да направят възможен мъдър избор. Но възникват нови технологии и се появяват медиатизирани културни

светове. Поради тази причина съществуващите знания вече не могат да бъдат просто предавани и конвенционално преподавани. Необходимо е стабилно личностно развитие и затова хората се нуждаят от умения на по-абстрактно и преносимо ниво. Според моделите на Вааске, както и модела на Thoman/Jolls/Wilson, това трябва да бъде систематичен подход, който помага на всички граждани да оценят по-добре своите рискове и ползи, индивидуално и в общността.

2.8 Съвети за интегриране на медийната грамотност в класната стая

Въпреки че медийната грамотност вече е част от официалните учебни програми на всяка провинция и територия, всичко това твърде често се оставя настрана или се третира бегло в класните стаи. Това е резултат от различни фактори, като ограничен достъп до оборудване, липсата на доверие на учителите с материала. Ето няколко съвета как да превърнем медийното образование в смислена и интегрирана част от практиката в класната стая:

- Използване на „моменти, подлежащи на обучение“
- Даване на учениците шанс да създават медии, а не просто да ги анализират
- Започване и завършване с ключовите концепции
- Признание, че децата – и възрастните – се радват на медиите
- Учене за медиите, не само с медиите
- Осъществяване на медийно образование относно задаването на въпроси, а не научаването на отговори
- Противопоставяне на възприятието, че „няма значение“
- Оценяване на работата по медийна грамотност
- Позволяване на учениците да донесат своите собствени медии
- В крак с медийните тенденции и разработки

2.9 Оценяване и оценка на работата по медийна грамотност

Както при всеки предмет, важно е учениците да развиват своята медийна грамотност и тя да бъде оценена. Учениците се нуждаят от редовна обратна връзка, за да могат да разсъждават върху своя напредък и да развият майсторство, а това също им показва, че работата, която вършат, е важна част от курса. Въпреки това учителите понякога намират за по-трудно да създават инструменти за оценка и оценяване на медийното образование, отколкото за други предмети. Това може да се дължи на факта, че смятат, че им липсват техническите познания, за да оценят работата във въпросната среда; възможно е също така, понеже медийното образование е свързано с намирането на правилните въпроси, които трябва да се зададат, вместо да се научат предварително определени отговори. Има две важни стъпки за създаване на обективни, изчерпателни и смислени инструменти за оценка за работата по медийна грамотност. Първият е да се използва инструмент за оценка, която позволява да се оцени работата по повече от един начин и която прави очакванията ясни на учениците. Вторият е да се очертаят очакванията по отношение на ключовите концепции за медийна грамотност. Като цяло работата по медийна грамотност може да бъде оценена по три начина:

1. Въз основа на това колко добре ученикът разбира ключовите концепции за медийна грамотност и специфичните концепции и идеи, които се изследват в урока или заданието.
2. Въз основа на дълбочината и качеството на запитването и анализа на ученика по въпросите, повдигнати в урока или заданието, както и на внимателността на ученика при идентифициране на проблеми и въпроси, които да разгледа.

3. Въз основа на това колко добре ученикът прилага специфични технически умения, свързани или с изучаваната среда (филми, телевизия, видео игри и т.н.), носителя, използван в инструмента за оценка, или и с двете.

2.10 Начини за критично мислене с помощта на социалните медии

1. Мислете за цел, а не за платформа. Свързвайте учениците чрез функция и цел, а не чрез технологии
2. Използвайте социалните медии, за да установите контекст. Използвайте социалните медии, за да помогнете на учениците да установят контекст за себе си.
3. Модел на интелектуална толерантност. Модел за учениците как да се свързват с други, които са различни – които мислят, гледат и действат различно от това, с което са свикнали.
4. Осветете взаимозависимостта. Помогнете на учениците да изяснят сами кои и с какво са свързани – очевидното и по-малко очевидното.
5. Разширете концептуалните комфортни зони. Използвайте базирано на място образование и обучение, базирано на проекти, за да помогнете на учениците да установят нови връзки с хора, места и идеи извън картата на учебната програма
6. Изяснете категориите знания. Помогнете на учениците да видят знанията в категории – академични срещу развлекателни; креативен срещу индустриален, флуиден срещу фиксиран и т.н.
7. Анализирайте и сравнете гражданството и цифровото гражданство. Помогнете на учениците да видят ефектите от тяхното в другите и поведението на другите в тях.
8. Разширете познанието. Имате ли нова идея? Споделете го с други, които се интересуват от тези видове идеи.
9. Анализирайте как формата влияе на съобщението. Ако учениците могат да видят как формата на съобщението влияе на самото съобщение, те могат да мислят „около“ и чрез платформата и да видят идеите и техните корени.
10. Търсете автентичност. Помогнете на учениците да идентифицират автентични роли в общност, за която се грижат.

Ето някои от най-големите рискове на социалните медии

1. Интернет е нова среда за тормоз

Социалните медии улесняват учениците да тормозят или малтретират своите връстници или дори учителите си. Центърът за изследване на кибертормоза съобщава, че през 2010 г. 20 процента от учениците са съобщили, че са жертви на кибертормоз, и точно толкова са признали, че са осъществявали кибертормоз. Центърът отбелязва, че други проучвания поставят тези оценки до 40 процента. За щастие, центърът предлага и ресурси за учители, които искат да предотвратят онлайн тормоза сред своите ученици, включително списъци с предупредителни знаци, учебни материали за уроци по интернет безопасност и дори скриптове за родители и учители, които искат да се доближат до темата със своите ученици.

2. Социалните медии могат да консумират време

Всеки с акаунт във Facebook знае, че това, което е трябвало да бъде бърз поглед към дейността на приятелите, може да се превърне в едночасова дейност. Учителите могат да попречат на социалните медии да се превърнат в разсейване или губене на време в техните класни стаи, като определят ясни правила за това как и кога трябва да се използват тези технологии и като подбират широко одобрени от класната стая инструменти.

3. Интернет е опасно място

Интернет е пълен с неподходящи изображения и език, вируси и измами. За щастие, отбелязва Mashable, Законът за защита на децата в интернет помага да се предпазят учениците от голяма част от тези опасности, като блокира сайтове на социални медии като Facebook и MySpace в обществените училища. Налични са инструменти, които помагат на учителите да блокират нежелано съдържание в класната стая.

Медийна грамотност в учебната програма

Медийното образование има място в почти всеки курс и предмет. Можете да видите нашите таблици с учебни програми, за да получите конкретна информация за това как всеки от нашите уроци и ресурси отговаря на учебната програма на различни курсове във вашата провинция или територия. Ето няколко идеи как може да се започне:

Социални науки: В часовете по история учениците могат да видят как техните възгледи за историята и историческите събития са били оформени от медиите. Изучаването на филми, вестници и дори техните собствени учебници може да помогне на учениците да видят как естеството на всяка среда оформя начина, по който се разказва историята. В часовете по география и световни проблеми, учениците могат да анализират как отразяването на новините влияе върху начина, по който разглеждаме различни части на света и хората, които живеят там.

Наука: Какви са възгледите на учениците за науката и какво правят учените и как са оформени от медиите? Откъде идва идеята за „луд учен“ и къде виждаме този израз днес? Как търговските изисквания на вестниците и телевизионните новини влияят на отчитането на научни истории?

Семейни науки: Как са изобразени семействата в различни медии? Как се е променило това с времето? Дали медийните изображения на семейството следват тенденциите в обществото, или ги влияят (или и двете)? Какво казват различни медийни продукти, популярни сред младежта, за ролята на половете и как младежите тълкуват тези послания?

Здраве и физическо възпитание: Какво влияние оказват медиите върху това, което ядем? Как това се отразява на нашите решения относно тютюнопушенето, пиенето и употребата на наркотици? Какви видове взаимоотношения виждаме да моделират в медийните продукти, популярни сред младите хора, и какви послания вземат младите от тях? Как цифровите медии като мобилни телефони и интернет влияят на отношенията ни с другите и как можем да поддържаме здрави взаимоотношения, използвайки тези медии?

Музика: Как търговският натиск на музикалната индустрия влияе върху създаването на музика? Как неща като пол, класа, взаимоотношения или употреба на алкохол и наркотици са представени в музиката (и музикалните видеоклипове) и как младежите тълкуват тези послания? Как различните музикални жанрове и стилове (поп, рок, хип-хоп, R&B и др.) влияят върху съдържанието на музиката и музикалните видеоклипове? Как музикантите се представят в медиите и как това влияе върху начина, по който младежите ги виждат?

Право: Как медийните продукти, популярни сред младежта, представят престъпността и системата на наказателното правосъдие? Как тези изображения са повлияни от ценностите или предположенията на медийните създатели, от търговски съображения или от влиянието на различни жанрове (полицайски предавания, екшън игри и т.н.)? Как

цифровите медии влияят на възгледите ни по въпроси като интелектуална собственост, реч на омразата, тормоз и клеветата на характера?

Визуални и изящни изкуства: Как художниците използват, подхождат и разграждат медийни продукти, за да създават ново изкуство? Какви права и отговорности имат художниците спрямо създателите или собствениците на оригиналните медии?

2.11 Образование по медийна грамотност в учебната програма: примери в цяла Европа

През 2014 г. проектът EMEDUS установи, че има „някакъв вид медийно образование в 70% от държавите-членки на ЕС на начално ниво, в 75% на прогимназиално ниво и в 80% на гимназиално ниво“ (Hartai, 2014 г., стр. 58). В страните от ЕС медийната грамотност е била основно свързана с четири други предметни области на начално ниво: образование по майчин език (в 54 % от страните в ЕС), визуални изкуства (50 %), гражданско обучение (8% от страните в ЕС). На прогимназиално ниво медийната грамотност е свързана предимно с образованието на майчиния език (в 75% от страните в ЕС), (63%), гражданско образование (63%), образование по изкуства (58 %) и история (42 %). По същия начин, на ниво гимназия, медийната грамотност е била свързана с образованието на майчиния език (в 75 % от страните на ЕС), гражданското образование (54 %), визуалните изкуства, (50%), история (46 %) и социални науки (42 %). Медийното образование не се преподава като отделен и независим предмет от задължителното училище във всяка европейска държава. Към 2014 г. повечето държави-членки на ЕС все още не са приели учебна програма за медийно образование.

По-долу са дадени предложения за извеждане на медийната грамотност на преден план и подкрепа на усилията на преподавателите за пълно интегриране на медийното образование в учебната програма:

- Свързване на грамотността – артикулация на общи процеси и критични грамотности, участващи в достъпа, анализа, тълкуването, разбирането и създаването на съобщения в мултимедийната ера. Тази стратегия насърчава интердисциплинарния фокус върху грамотността, като общите умения се засилват в учебната програма.
- Обучение на учителите - Предварително обучение и семинари са необходими, ако учителите искат да възприемат медийната грамотност в своите предметни области. Идентифицираните модели на управление, използвани от институции, които са интегрирали медийната грамотност в обучението на учители. Работене с CESA (Кооперативни агенции за образователни услуги) и RESA (Регионални агенции за образователни услуги) за разработване на местно и държавно обучение, в което медийната грамотност е в съответствие с държавните стандарти и рамки.
- Осигуряване на ресурси – това е една от най-последователните искания от учителите, а именно - подходящи ресурси, които могат да използват в класните си стаи. Идентифициране и разпространение на подходящи ресурси в подкрепа на учителите в класната стая.
- Насърчаване на доказателства и оценка. Осигуряване на преподавателите средства за документиране, чрез оценка на портфолиото и други инструменти, доказателства за резултатите, които демонстрират въздействието на медийната грамотност върху начина, по който учениците концептуализират информацията. Една полезна област за документиране е способността на медийната грамотност да ангажира неохотните читатели и учениците в риск, което потенциално ограничава процента на отпадане.

- Поддържане на партньорства с медийната индустрия. Опитът на Канада и Австралия показва, че медийната грамотност може да расте чрез взаимноизгодни партньорства с индустрията. Частното/публичното партньорство в Мериленд, където Държавният департамент на образованието си партнира с Discovery Communications, за да произведе задание за медийна грамотност, е един пример за това, което може да се постигне.
- Подкрепа на родителски партньорства - Националната асоциация на средните училища признава, че училищата са по-успешни, когато работят заедно със семействата. Медийната грамотност не може просто да се практикува в класната стая, а трябва да бъде засилена във всекидневието, където родителите и децата участват.

2.12 Примери за европейски държави, в които медийната грамотност е включена на ниво учебна програма.

Във Финландия, Унгария и Чешката република националните рамкови учебни програми или стратегии определят предметите, които трябва да се преподават във връзка с медийното образование, с известна степен на гъвкавост за училищата (Hartai, 2014; Jolls & Wols). Въпреки това, тези рамкови учебни програми изглежда позволяват важно ниво на хетерогенност в степента, до която тези рамки действително са били разбрани и приложени на училищно ниво (McDougall et al., 2014). В Германия понятието „медийна компетентност“ (Medienkompetenz) се разбира главно като техническа медийна компетентност в необразователни контексти. В рамките на образователния контекст той се отнася до „способността и желанието да се работи с медиите по адекватен, автономен, креативен и социално отговорен начин“ (Tulodziecki, 1998, в Tulodziecki & Grafe, 2049). На национално ниво съществуват стандарти за медийна компетентност в основното и средното образование и няколко препоръки за медийна грамотност са публикувани от 90-те години на миналия век (Tulodziecki & Grafe, 2012). На ниво федерални провинции, образованието по медийна грамотност е част от учебната програма и стандартите за различни академични предмети и области на учебната програма, предимно чрез незадължителни курсове. Въпреки това, ситуацията е хетерогенна в различните провинции, където медийната грамотност все още не е систематично интегрирана.

По същия начин в Холандия броят на медийните образователни програми се развива стабилно, но бавно и разчитат главно на инициативата на няколко ентузиастични на училищно ниво (Küter-Luks et al., 2011). Admiral (2015) препоръчва образованието по медийна грамотност в страната да интегрира развитието на интернет умения, включително критическо разбиране, рефлексивни и компетентности за участие. В Турция, въпреки дебата за необходимостта от интегриране на предмета в училищната програма, обучението по медийна грамотност започва като избираем курс в средните училища, въпреки че може да се преподава и на други езици и изкуства. 2015 г.). В Обединеното кралство предметът за медийни изследвания в средното и висшето образование е добре дефинирана и добре развита област. Специализираните курсове по медийно образование са достъпни за повечето ученици на възраст от 13 години, докато медийното образование също е измерение на преподаването на английски език в средното училище (Buckingham, 2015b). Целите на оценката за общото свидетелство за средно образование (GCSE) по медийни изследвания гласи, че учениците трябва да могат да развиват различни умения, включително: критично мислене, вземане на решения и анализ; познания и разбиране на редица важни медийни проблеми; оценяване и критично разбиране на медиите и тяхната роля; и практически умения за творческа медийна продукция (Department of Education, 2016). Образованието по медийна грамотност обаче

е минимално на начално ниво, където липсват доказателства за това как учениците всъщност се обучават да учат, четат и разбират медиите (Parry, 2016).

ГЛАВА 3: COVID - 19 И МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ

3.1 COVID - 19 и цифрова грамотност: възможност за медийна грамотност (пример от Калифорния)

Никой не знае как образованието ще се промени в резултат на COVID 19, но промяната е сигурна, тъй като родителите, поради крайна необходимост, са научили, че настоящият образователен модел не е единственият достъпен за тях и че настоящият модел може да не е най-доброто за децата им. Да, пандемията беше трагедия за много семейства и разрушителна за нацията. Хората осъзнават повече от всякога, че медиите имат пристрастия и че не могат автоматично да се доверяват на мощните образи, думи и звуци, които съставляват медиите. За щастие или за съжаление, това е истински „момент“ за извеждане на медийната грамотност на преден план като много необходима част от социалната тъкан, особено по отношение на образованието, общественото здраве и самите медии. Както е споменато по-горе, има нарастващо съгласие, че има „разлика между висшето образование и уменията на 21-ви век“ и че образователните институции трябва да адаптират своята методология, насърчавайки ясни и умишлено обосновани стратегии за цифрова грамотност, които съчетават оптимизирането на компетенциите, които и учениците и учителите притежават като потребители, с генерирането на нови компетенции. Съответно, въпреки че дигиталната грамотност „е едно от онези ключови концепции, чиято уместност и тежест като ключов елемент за цифровото гражданство се изместват от препоръчителна към съществена“, самата концепция за цифрова грамотност не е стандартизирана, нейният обхват е широк и е изследван от различни области. Най-често срещаните подходи досега са били тези на медийните изследвания, образователните изследвания, компютърните науки, информационните науки и библиотекарството. Поради това разбирането за тази компетентност може да бъде разнообразно. От една страна, различното разбиране на цифровата грамотност отговаря на интересите и обхвата на всяка ера на грамотността.

Откакто Glister дефинира дигиталната грамотност през 1997 г., концепцията е общоприета и нейното развитие по своята същност се слива с образователното развитие. В тази връзка от началото на този век промените и предизвикателствата в образователната среда като нови компетенции, нови дигитални медии, отворени цифрови източници, дигитална комуникация и критично мислене са свързани, развивайки се заедно в многоизмерната концепция за цифрова грамотност. Вече две десетилетия, откакто не само международната общност се стреми да развива тази цифрова грамотност чрез образование, но и всички страни и правителства по света, образованието трябва да гарантира цифрова грамотност, независимо от модалността, която придобива. **Целта** на това изследване е да представи сравнително-описателно проучване, анализиращо как висшето образование в три различни страни се е сблъскало със ситуацията на глобалната изолация по отношение на гарантирането на развитието на цифровата грамотност. Като се има предвид необичайната ситуация, причинена от COVID-19, изглежда като смущение в образованието, което ще задължи държавите и правителствата да преосмислят образователните системи, наистина има смисъл да се

анализира какво се е случило по време на ситуацията на „изолация“, за да се изправят пред бъдещи решения с емпирична информация. В тази връзка може да се каже, че едно от ограниченията на това проучване е, че то анализира само три държави, бъдещите пътища биха могли да разширят изследователската област, за да проучат въздействието на тази ситуация в по-широка перспектива. В съответствие с предишни и скорошни изследвания, това проучване представя преглед на развитието на дигиталната грамотност в три различни контекста: Испания, Италия и Еквадор. Новото в случая е, че изследванията са в рамката на глобалното изолиране, причинено от COVID-19, което ни позволява да направим интересни заключения за близкото бъдеще, в което ситуацията с пандемията все още засяга образованието и глобалното здраве. Дефинираните и анализирани измерения подкрепят констатациите и резултатите в съответствие с основните рамки, определящи дигиталната грамотност. В тази връзка бихме могли да подчертаем следните изводи от получените резултати: На първо място – измерение едно - професионалната ангажираност и сътрудничество на учителя, свързани със способността за интегриране на организационна комуникация, професионално сътрудничество и ефективна практика и развитие, от резултатите заключаваме, че съществуват значителни разлики между трите изследвани страни. За испанските и италианските ученици, учителите не са били добре координирани в тази ситуация, те смятат, че не са правилно информирани и декларират, че получават противоречива информация. Независимо от това, всички от извадката, испански, италиански и еквадорски ученици, смятат, че не са достатъчно подкрепени със статистически значими разлики между Испания и Италия, и Испания и Еквадор. Испанските ученици са най-разочаровани в това отношение. Това доказателство трябва да се тълкува, като се има предвид, че през март 2020 г. италианското правителство обяви, че ще оборудва училищата с цифрови платформи и инструменти за дистанционно обучение, ще предоставя цифрови устройства на по-малко заможни ученици и ще обучи училищния персонал на методологии и техники за дистанционно обучение. Показани са и значителни разлики между страните в случай на получаване на противоречива информация, испански и италиански ученици декларират 24 точки и 32 точки над еквадорските ученици. Относно второто измерение, Анализирано дигитално обучение и източници, може да се заключи, че дигиталните източници, използвани по време на изолацията от учителите, главно текстове и документи, не са тези, които учениците биха предпочели като дигитални източници за учене. Разликите между страните са интересни в това отношение, което показва, че Испания е мястото, в което учителите са използвали най-много документи и текстове и по-малко видео и аудиовизуални материали. Това може да е една от причините за високото ниво на недоволство сред учениците от всички страни и от начина, по който учителите и университетите се справят със ситуацията. Тези резултати са в съответствие с доклада на Организацията за икономическо сътрудничество и развитие, в който се подчертава, че няколко университета „се борят и им липсва опит и време, необходими, за да измислят нови начини за предоставяне на обучение и задачи“. Третото анализирано измерение, напътствията и уменията на учителя, дава доказателство, че учениците възприемат положително проблема след часовете си в режим на дистанционно обучение, но те възприемат твърде много негативни аспекти, като например онлайн уроци, които са твърде подобни на уроците лице в лице, не се адаптира правилно към онлайн философията. В случая с Испания тези резултати са подсилени от факта, че учениците смятат, че учителите нямат подходящи

умения за управление на дистанционното онлайн обучение. Обобщавайки възприятията на учениците, ситуацията дава най-лошото качество на образованието, по-малко стимулиращи и скучни уроци и повече домашни за вършене. Струва си да се отбележи, че не бяха открити различия между страните в това отношение, така че в бъдещи изследвания това измерение трябва да бъде засилено. Дигиталните умения на учителите продължават да бъдат ключов момент в развитието на дигиталната грамотност, както показват предишни изследвания. Всички международни рамки и най-вече национални, изтъкват четвърто измерение като основно за правилното повишаване на цифровата грамотност, подкрепа и овластяване на учениците. Това измерение им дава ангажираността, която гарантира достъпността до източници на обучение и използването на технологии за насърчване на тяхната активна и творческа ангажираност. Резултатите в това измерение нямат значителни разлики между изследваните страни: испанските ученици смятат най-много, че качеството на преподаване е най-лошо, а еквадорските смятат, че най-много учебен процес има по-ниско ниво по време на изолацията. Тъй като се изисква твърде много работа, испанските и италианските ученици са най-недоволните групи. Учениците се чувстват уверени в своите дигитални умения и компетенции, за да се изправят пред онлайн дистанционно обучение. Всички те показват зряло поведение, като получават и оценяват фалшиви новини; те предимно декларират, че ги получават, но изобщо не ги споделят. Представената работа е в съответствие с последния доклад на ОИСР, който представлява част от Рамката за обучение на ОИСР 2030 г., но се фокусира върху новите опасения, свързани с развитието на правилното дигитална грамотност по време и след COVID-19. Тези заключения дават интересни прозрения за униците за справяне с бъдещите предизвикателства, които кризата извади на бял свят: първо, университетите ще трябва да преосмислят и преоткрият учебните среди, не само на базата на цифрова платформа, като се стремят да дадат възможности за обучение чрез дигитализация, която се разширява и допълва ученето на учениците; второ, дигиталните умения и компетенции трябва да бъдат засилени в учителите като ключов момент в новите сценарии на обучение и може да се окаже, че учителите не са достатъчно готови за възможности за дигитално обучение, така че усилията за инвестиране в технологии не са достатъчни, за да гарантират ученето в близко бъдеще.

3.2 Значението на консултирането с деца и млади хора относно грамотността на данните

Като се има предвид значението на уменията за данни за икономиката и недостига на умения в областта на науката за данни, създателите на образователна политика идентифицират важността на включването на технически и аналитични умения за данни в училищната учебна програма. Не по-малко важна цел е да се образуват децата и младите хора да станат граждани на данни, които са наясно с текущото използване на данните в обществото, способни да използват данните за вземане на решения в живота си и активно участват в критиката на обществените последици от бъдещото им използване на данни. Документът ще изследва значението на гражданството на данните в светлината на констатациите с 96 деца и младежи (на възраст между 10 и 16 години), от 11 училища в Югоизточна Шотландия и по-широките концептуални дебати относно гражданството и децата и правата на младите хора на неприкосновеност на личния живот, участие и образование.

Тъй като вземането на решения на базата на данни става все по-често срещано в частни, публични и търговски области, децата и младите хора трябва да развият технически и аналитични умения – като структуриране на данни, провеждане и интерпретиране на статистически анализи и създаване на визуализации на данни – за да могат да използват данни, за да информират собствените си решения. Те обаче трябва да имат и възможности да се ангажират с по-широки въпроси за това как данните се използват в обществото. Организациите и образователните системи по целия свят започват да разработват рамки за образование по данни (например, IDSSP Curriculum Team, 2019; Pittard, 2018; Tang & SaeLim, 2016). Ние твърдим, че децата и младите хора трябва да бъдат включени в дискусии за това, което вече знаят за данните и какво биха искали да научат. Децата и младите хора имат права на участие съгласно Конвенцията на Организацията на обединените нации за правата на детето (UNCRC) и са натрупали доказателства за това как техните възгледи и опит могат да имат много продуктивен принос за развитието на образованието (Lundy, 2007; Struthers, 2016). Второ, тъй като използването на данни се разпространява бързо в обществото и опитът на децата и младите хора по отношение на използването на данни, може да бъде различен от този на възрастните, са необходими изследвания, за да се разберат текущите знания, нагласи и опасения на децата и младите хора относно данните. Програмата Data Education in Schools (DES) има за цел да образова всички деца и млади хора в Югоизточна Шотландия относно данните (<https://dataschools.education/>). Целта на тази финансирана от правителството програма е да даде възможност на гражданите да вземат активно участие в оформянето на иновации, задвижвани от данни в региона. Този проект е фокусиран основно върху официалния образователен контекст на началните и средните училища. DES разработва интердисциплинарна учебна програма за обучение по данни, като се основава на прегледи на педагогическите подходи към грамотността с данни (Wolff et al., 2017, картографиране на съществуващите резултати от учебната програма към адаптацията на Wolff на „Проблем, план, данни, анализ и заключения (PPDAC) цикъл за решаване на проблеми“ и консултации с децата и младите хора, които ще се учат от тази учебна програма. Този дисертационен труд се основава на консултантското събитие за проекта с 96 младежи на възраст между 10 и 16 години. По време на събитието децата и младежите участват в набор от групови дейности, създадени да оценят първоначалните си познания за това къде се използват данните в ежедневието, за да провокират дискусия по въпросите на поверителността на данните и да им дадат възможност да предложат теми, които биха искали да преследват в бъдеще. При анализа на данните изследователският екип идентифицира теми, които бяха осветени чрез разглеждане на концепциите за правата на децата и гражданството на данните заедно с грамотността на данните. Тези концепции не бяха в рамките на първоначалните изследователски въпроси, но са провокативни начини за разбиране на някои от централните констатации от консултацията.

Въпросите за изследване са:

- Какво знаят децата и младите хора за данните и къде те могат да бъдат намерени в познат контекст?
- Като се има предвид въвеждането в технологиите за данни, които се използват в контекста на реалния живот, до каква степен децата и младите хора могат да използват тези технологии в идеи за проектиране за контекст на общността?

- Когато е представен с измислен сценарий за лични данни, какви са мненията на децата и младите хора относно събирането на различни видове лични данни, в зависимост от организацията, която ги събира, и целта, за която се събират данните?
- Ако им бъде предоставена възможност, децата и младите хора биха искали да научат повече за данните и ако да, какви теми представляват интерес за тях?

Това е проучвателно изследване, целящо да установи ключови елементи за следваща учебна програма, която да бъде разработена съвместно с деца и млади хора. Местните училища са поканени да доведат групи деца и младежи на тричасово събитие, наречено „Data Town“ в Университета на Единбург. Поканихме участници във възрастовата група 10-16 години, тъй като изследването на очакванията и резултатите от учебната програма в рамките на местната училищна система показва, че децата и младите хора в тази възрастова група ще започнат да изучават свързани теми в училище в рамките на грамотността, социалните науки, технологии и математика. Покана за включване беше изпратена в Twitter. Взеха участие 96 деца и младежи от 11 училища, четири средни (42 души) и седем основни (54 души). Докато училищата са избрани поради тяхното разнообразие според социално-икономическия контекст, ръководството на училището е отговорно да избере кои деца и младежи да присъстват на събитията; проучването не е представителна извадка, а по-скоро целенасочена извадка от деца и млади хора, които са потвърдили интереса си да присъстват.

Таблица 1 показва разбивката на броя на участниците, типа училище и състоянието на SIMD на местоположението на училището. Този дисертационен труд се основава на констатации от училища, намиращи се в ежедневно транспортно разстояние от Единбург, както и редица градски училища, но не селски или отдалечени. Присъстваха еднакъв брой момчета и момичета, въпреки че не бяхме замолили децата и младежите да се самоопределят пола. Други демографски и фоновни характеристики не бяха събрани за децата и младите хора, тъй като колективните и групови дейности означаваха, че отговорите на индивидите не се проследяват през дейностите през деня. Събитието беше тематично около измислен „Data Town“ и всички учащи бяха разпределени в групи със смесена възраст.

Таблица 1. Училищна информация

Училищен тип	Брой учащи	Шотландски индекс на множествена депривация
Primary	10	10
Primary	2	2
Primary	10	3
Primary	12	9
Primary	10	1
Primary 10 10		
Secondary 10 7		
Secondary 10 5		
Secondary 10 8		
Secondary 12 10		

Сесията беше водена от четирима опитни учители от екипа „Образование по данни в училищата”. Участниците са приветствани на събитието и са им дадени обяснения за целта на събитието. Трите основни дейности бяха:

- Дейност 1 – рисуване. Целта на Дейност 1 е да проучи по отворен начин това, което децата и младите хора вече знаят за данните и как те могат да повлияят на живота на хората, като ги помолят да нарисуват къде могат да бъдат намерени данни в даден град .
- Дейност 2 – тематичен дизайн и задачи за дискусия. Темите на дейността са избрани като фокус, за да могат участниците да научат повече за дадена тема с данни и да помислят по-задълбочено за последиците за обществото. Темите включват данни за здравето и данни в общността.
- Дейност 3 – кратки дейности с лични данни. През цялата сутрин има поредица от кратки, забавни дейности, които са предназначени да илюстрират, че е възможно неволно да се раздадат лични данни онлайн. Повече подробности за дейностите можете да намерите в Приложението в дисертационния труд. Проучването е одобрено от Комитета по етика на училището по образование и спорт на Moray House към Университета в Единбург. Всички участници и техните родители дадоха информирано съгласие да присъстват на събитието и изследователският екип да събира и съхранява чертежи, бележки за дискусии и данни от анкетата. Родителите също имаха възможност да дадат съгласие за снимки и видео; децата и младежите със съгласието на родителите за това имаха възможност да заснемат своите виждания. Целият изследователски екип и възрастни помощници имат съответните проверки за съдимост за работа с деца, както се изисква от шотландското законодателство. Те са инструктирани относно процедурите за закрила на детето на местните власти в случай, че децата и младежите изразят опасения за неадекватно поведение, с което са се сблъскали онлайн.

Събиране и анализ на данни. Формулярите за обратна връзка, съдържащи серия от отворени подкани, са попълнени от всеки участник в края на събитието. Формулярите са транскрибирани и съхранявани в електронен вид на защитени сървъри на Университета в Единбург. Подканите са предназначени да дадат възможност на участниците да изразят това, което има значение за тях за събитието, области за бъдещо обучение и аспекти на събитията, които са били неочаквани или повдигнати въпроси за тях. Участниците можеха да избират дали да не изпълнят нито едно, всички или само някои от подканите. Формулярите са анализирани според подканите, категоризирани, преброени честотата по категория и обобщени.

Таблица 2. Подкана за обратна връзка

Първото нещо, което искам да кажа е...

Бих искал да науча повече за...

За да ми помогнете да науча повече за данните, ще ми трябва...

Бях изненадан, че...

Хареса ми, когато...

не съм сигурен дали...

Бих искал да попитам...

Големите листове хартия от всяка маса, съдържащи детските рисунки на Data Town (Дейност 1), са заснети на секции, по една за всеки художник. Рисунките са анотирани от художника. За анализ на елементите, написани в анотациите, са изброени и

категоризирани по категория на място в града (например улица, къща, магазин). Бележките на изследователите от разговорите във всяка група също са използвани за интерпретиране на елементи от чертежите. За дейността по проектиране на приложения в общността, участниците записват своите идеи за дизайн в работни листове, съдържащи подкани за приложението (например какво прави, какъв проблем ще реши, какви функции на телефона ще използва) и подкани, свързани с въвеждане на данни, обработка на данни, и извеждане на данни. Има и празен шаблон за мобилен телефон, за да могат дизайнерите да скицират дизайна на интерфейса си. Работните листове от всяка подгрупа са категоризирани по подканите и обобщени. За задачата Fitbuddy участниците написаха какво им харесва и какво не им харесва във всяка реклама върху лепящи бележки, които по-късно са транскрибирани и категоризирани. По този начин дейностите довеждат до голямо количество качествени данни, които до голяма степен са анализирани тематично с помощта на NVivo (Braun & Clarke, 2006), изградени от категориите, както е описано по-горе. Ангажирана е голяма извадка от деца и млади хора и е възможно да се разгледат моделите в данните (например голям брой деца и млади хора посочиха ли отговор или много малък брой). Макар и не без дебат, ние следваме типичната практика в социалните науки и сродните им области при представяне на изброени отговори, за да докажем тези модели (Braun & Clarke, 2006; Ritchie et al., 2003). Както беше посочено по-горе, ние обсъждаме констатациите в светлината на концепциите за гражданство на данни, права на данни и грамотност на данните, тъй като тези концепции осветиха констатациите и доведоха до провокативни заключения. Тези концепции не са вградени в първоначалните изследователски въпроси; по-скоро те се появяват като начини за разбиране на констатациите на изследването, които осветяват анализа и неговите последици, както и нарушават определени предположения.

ИЗВОДИ

Обща дискусия

Данните от формулярите за обратна връзка показаха общите разсъждения на участниците относно научаването на данните, както от дейностите в сесията на Data Town. Не всички участници избраха да попълнят формуляра за оценка. Подкана за „първото нещо, което бих искал да кажа, е...“ даде предимно положителни отговори за удоволствието на участниците от дейността и благодарствени съобщения до организаторите. Подкана „Хареса ми, когато...“ получи 78 отговора, които попадат в четири основни категории, свързани с: 1) дейностите по рисуване (28); 2) проектиране на приложение (18); 3) среща с роботите Pepper и Sim Man (12); и 4) кратки дейности с лични данни (9). Имаше 78 отговора на подкана „Бих искал да науча повече за...“. Отвъд общия отговор „данни“, който не е изненадващ предвид заглавието на събитието, се появиха четири основни категории за отговори: 1) роботика (11 отговора); 2) сензори (9 отговора); 3) хакване (8 отговора); и 4) споделяне на данни и поверителност (6 отговора). Имаше 75 отговора на подкана „Бях изненадан, че...“. Някои от отговорите (11) изразяват изненада от образователния подход, възприет по време на семинара (като дейности по рисуване или смесени възрастови групи), а други са относно технологията, с която се сблъскват (13 отговора). Въпреки това, най-честите категории, които се появиха, бяха свързани с темите на семинара с 21 отговора, отнасящи се до „изненади относно поверителността на данните“ и 19 отговора за „използването на данни в света“. Например децата и младите хора бяха изненадани, че данните могат да се продават или споделят между компаниите. Някои от децата и младежите бяха поразени от измисления

пример на Data Town за хакване и продажба на лична информация. По-положително, други участници отбелязаха, че са изненадани, че данните могат да бъдат използвани за подпомагане на климатичната криза. Много от коментарите относно данните в широкия свят разкриха, че преди семинара участниците не са оценили колко широко разпространени са данните в съвременното общество. Отговорите на подканите „Не съм сигурен дали...“ и „Бих искал да попитам...“ предполагат, че дейностите са били успешни в провокирането на интерес и любопитство към данните.

Един участник се чудеше дали „хакването винаги е нещо лошо“, докато друг искаше да знае „как данните могат да бъдат използвани за недобронамерени цели“. Други деца и младежи се чудеха дали „данните винаги са безопасни“ и дали „данните са нещо добро“. В обобщение, формулярите за обратна връзка показаха, че участниците са харесали събитието, желяха да научат повече за данните (особено работи, сензори, хакване и поверителността на данните) и бяха изненадани колко разпространени са данните в обществото. Имаха въпроси относно събирането и продажбата на лични данни.

Дейност 1: Къде са данните? Чертежите показват данни в домове, градини, обществен парк, плувен басейн, в магазини, болница и улицата. Имаше 103 анотации, посочващи източници на данни в големите чертежи, създадени във всяка групова таблица. От тях 34 от елементите не изискват непременно данни. Често тези елементи използват електричество или са свързани с устойчива технология. Например, домакински уреди или електрически елементи като кана или тостер биха могли потенциално да използват данни. Невъзможно е да се каже дали елементи с въображение като „транспортен портал“, „плаващи легла“ или „телепортираща се линейка“ изискват данни! В дома чертежите показват редица устройства за сигурност като интелигентни звънци и ключалки, гласово активирани врати и прозорци, сензори за сигурност и „граница за спиране на хакери“. Wi-Fi е често изобразен. В домовете бяха нарисувани редица удобни устройства: лични асистенти на Alexa, интелигентни хладилници, пералня, която претегля дрехите, кранове със сензори и наблюдавани тоалетни. В болницата се събират досиета на пациентите и е изобразен дрон, който може да събира неща, от които пациентите се нуждаят от домовете им. Данните, събрани в магазините, включват адресни данни за доставки, покупки от клиенти, продажби от персонал, данни за температурата за спиране на топенето на сладолед и „открити нови тенденции в модата“. В обобщение, чертежите предполагат, че децата и младите хора са запознати с редица ежедневни устройства, които в момента или потенциално използват данни. Те бяха най-запознати с използването на данни в дома, но също така идентифицираха употреби на данни на обществени места или търговски помещения. Дейността по рисуване насърчи децата и младежите да изразят творчески идеи за това къде технологията може да бъде използвана в близко бъдеще.

Дейност 2: Данни за здравето - Участниците като цяло бяха положително настроени за характеристиките на първото приложение FitBuddy, като насърчителни съобщения и предизвикателства. Някои участници одобриха как приложението ще стимулира упражненията и здравословното поведение. Други оценяват ваучерите и наградите като средство за спестяване на пари, въпреки че три коментара посочват, че ваучерите за възнаграждане за осребряване в киносалон/кино може да са контрапродуктивни, защото „кината не са спортни“. Най-често идентифицираният отрицателен аспект на рекламата е свързан с продажба на данни на трети страни. Много от коментарите претеглиха както положителните, така и отрицателните страни заедно. Участниците идентифицираха

компромисите, които потребителят би направил при инсталиране на продукта: „Харесва ми, че можете да получавате награди, но не ми харесва, че може да ви проследява“. Когато бяха помолени да обмислят FitBuddy 2, участниците като цяло бяха положителни за допълнителните функции („проследява по-важни неща от последното приложение“, „Добре е сега, че проследява повече неща като сърдечен ритъм, следи съня, хранене“). Много участници идентифицират проследяването на съня, проследяването на сърдечната честота и храненето като полезни. Отново участниците претеглиха компромисите на рекламата: „Все още е несправедливо данните да се продават на външни партньори“. За пореден път бяха повдигнати много опасения за поверителност и безопасност. Някои участници биха предпочели да се откажат от събирането на някои данни: „Трябва да имате избор да изключите проследяването на местоположението и периода“. Бяха повдигнати и съмнения относно точността на данните. Третата реклама на Здравно сърце събра най-много положителни коментари. Някои участници изрично отбелязаха, че тази версия на рекламата в сравнение с предишните по отношение на поверителността на данните (напр. „това е много по-добре по отношение на данните“, „поверителността е много по-добра“). Участниците харесаха опцията потребителят да контролира кой ще вижда техните данни и целта, за която ще се използват данните (например „Данните не се продават. Използват се само за изследване“). Някои хора се радваха на възможността да допринесат за изследвания, които биха били от полза за други. Потенциалът за персонализирани здравни грижи беше идентифициран – отчасти, както отбеляза един участник, защото това би ви попречило да лъжете Вашия лекар. Двама участници обаче изразиха съмнения относно надеждността на данните (напр. „Какво ще стане, ако здравните данни са грешни, защото тогава лекарят може да ви даде грешно лекарство?“). Някои участници все още бяха загрижени за това кой ще има достъп до данните или загубата на поверителност, ако телефоните им бъдат откраднати. В обобщение, участниците показаха редица нагласи към това, което смятат за приемливо по отношение на събирането на лични здравни данни. Те идентифицираха положителни и отрицателни аспекти на събирането на лични данни и техните възгледи относно споделянето на данни, зависеха както от естеството на данните, така и от целта на споделянето. Някои деца и младежи се чувстваха неудобно относно събирането на данни за местоположението и интимното здраве, включително периоди, настроение и сърдечен ритъм. За някои хора идеята за компания, която продава информация за тях, беше неприемлива. Като цяло участниците реагираха благоприятно на функциите за контрол на поверителността на потребителите и идеята за споделяне на данни, за да помогнат при изследванията.

Дейност 3: Данни в общността - съдържаха широк спектър от идеи за улесняване на връзките между членовете на общността: приложения за съпоставяне на хора с други хора, които имат определени хобита, умения или личности. Имаше два дизайна, които не бяха свързани с общността – едно приложение, което обединява функциите на всички други приложения, инсталирани на телефона, и приложение за скициране. Три от идеите са забележителни с това, че предлагат много специфични или оригинални области на приложение: „Предупреждава хората за природно бедствие или причина, която се случва или предстои да се случи“, „свържете се с най-близкия човек с котка или куче, за да помогнете на човека“ и Приложение за улов на мишки, което намира мишки в къща, като слуша сърдечния ритъм на мишката. Само два отговора оправдаха нужните функции на телефона: „Известия, SMS за съобщения, микрофон за достъпност, GPS за намиране на

хора, камера за профилна снимка, проверете дали са страхотен помощник, преди да съхранява данни“. Често отговорите са склонни да изброяват много функции на телефона, някои от които изглеждат малко вероятно да се изискват предвид посочената цел на приложението. Например, за приложение, което е „нещо като голям групов чат, където всеки казва своите запитвания и хората отговарят“, решението за използване на картата, камерата и функциите за контакти би заслужавало внимателно обмисляне. Използването на тези функции може да събира (и споделя) ненужни данни, което предполага, че децата и младите хора могат да се възползват от критично разглеждане на функциите на телефона и потенциалните последици за поверителността, особено когато се съгласяват да получават подкани от търговски приложения. Възможно е писмените отговори да не отразяват дълбочината на устната дискуссия относно неприкосновеността на личния живот и безопасността; бележките на изследователите коментират, че групите обсъждат важността първо да се изпратят снимки, преди да обменят подробности за трансфер на умения, или обмислят дали приложенията трябва да проверяват дали някой има криминално досие, преди да му позволят да се регистрира за услуга. Отговорите относно въвеждането на данни за приложението се отнасят предимно до лични потребителски данни, с изключение на приложението за земетресения, което съдържа данни за предишни бедствия, и приложението за намиране на мишката, което знае как звучи сърдечният ритъм на мишката. Някои от личните данни не са необходими за целта на приложението, а някои данни са непълни за целта.

Подкана да се пише за изхода на приложението изглежда обърка почти всички участници, които го интерпретираха като „резултат“. Те написаха за въздействието, което приложението ще има върху живота на потребителите. Например „Да помогнем на самотните хора да останат щастливи и позитивни“, а не резултатът от обработката на данни, която организаторите на събитието се стремяха да извлекат. В обобщение, докато участниците генерираха идеи за дизайн на приложения за връзка с общността, техните отговори относно въвеждането, обработката и изхода на данни показаха липса на знания за това как могат да работят такива приложения и какъв вход би бил необходим или желателен. Те също така биха се възползвали от допълнително обучение за това кои функции на телефона могат да събират и какъв вид данни и дали са подходящи за дадена цел. Проучването на Data Town изследва информираността, знанията и отношението на децата и младите хора към данните. Окуражаващо е, че децата и младите хора в това проучване бяха любопитни за данните и искаха да научат повече за тях. Те бяха особено изненадани и загрижени за въпроса за споделянето и продажбата на търговски данни, но също така искаха да се занимават с технически теми като роботика или сензори. Това предполага, че грамотността с данни потенциално би била добре приета, ако беше вградена в училищната учебна програма. Резултатите показват, че някои от децата и младите хора са в крак с настоящите и нововъзникващите технологии за данни. Би било неразумно обаче да се приеме, че това е вярно за всички деца и млади хора и следователно децата и младите хора трябва да имат възможността да научат как технологиите за данни се използват в ежедневието. Тъй като това бързо се променя и учителите неспециалисти може да не са запознати с такава технология, изследователската общност би могла да помогне за създаването на достъпни ръководства за иновации в технологиите за данни. Резултатите от консултациите показват, че децата и младите хора са имали дизайнерски идеи за социално полезни приложения на софтуер за смартфони, управляван от данни. Това е обещаващо от гледна точка на гледната точка

на Data-Pop Alliance (2015), че грамотността с данни трябва да даде възможност на местното население да разбере и решава местните проблеми. Децата и младите хора в това проучване ще се възползват от технически познания за това как подобни идеи могат да бъдат приложени на практика. Децата и младите хора биха имали полза от познаването на публични набори от данни, които биха могли да се използват в социално полезни приложения, тъй като техните отговори относно източниците на данни, които биха могли да бъдат полезни при дизайна на приложенията им, са фокусирани върху лични данни, които ще бъдат събрани наново за тяхното приложение.

По отношение на типовете данни, посочени от Stoilova et al. (2019), участниците изглежда са били най-запознати с предоставените лични данни и до известна степен следи от данни и са изненадани от възможността за изведени данни. Въз основа на техните консултации с млади хора, Livingstone et al. (2019) коментира, че: „Децата се фокусират върху данните, които знаят, че дават, много повече от данните, които са взети или изведени – и смятат, че всичко това не е тяхна работа“ (стр. 3). В нашето проучване поне някои от децата и младите хора смятаха, че това е техен бизнес в смисъл, че бяха загрижени за идеята, че техните данни могат да бъдат проследени или изведени в търговски контекст и активно възразиха срещу това („Спри да продаваш нашите данни!“).

Ограничения и бъдеща работа - резултатите от това проучване са първоначално изследване на знанията и възгледите на деца и младежи на възраст от 10 до 16 години по широк набор от теми, свързани с данни. Настоящото проучване няма за цел да събере задълбочени данни, за да документира прогреса на техническите знания или развитието на възгледите за поверителността на данните с порастването на децата, но това биха били ценни области за изследване в бъдеще. Има напрежение при проектирането на консултантската сесия между обучението на участниците, които може би са знаели много малко за данните в началото, и отклоняването на техните отговори към данни, свързани с конкретни теми. Например, ние избрахме да включим някои демонстрации на работи като примери за това как могат да се използват данните. В резултат на това много от отговорите за това, за което децата и младите хора биха искали да научат повече, са свързани с роботиката, когато други области на данни, които не сме представили, не се срещат в обратната връзка на участниците. От друга страна е логична възможност участниците да са имали слаб интерес към роботиката и да заявят, че не искат да научат нищо повече за нея. В рамките на проекта „Образование по данни в училищата“ започнахме да действваме въз основа на констатациите от консултацията. Разработихме и тествахме набор от учебни материали относно личните здравни данни, както и проблемите с поверителността на данните като цяло, а разработването на набор от материали за Интернет на нещата е в ход. Създаваме Консултативна група за млади хора за програмата, така че може да се ангажираме в по-нататъшен диалог с младите хора по тази тема. В бъдеще би било полезно да се проучат потенциалните неравенства между половете в амбициите и интересите на децата и младите хора по отношение на образованието за данни. Тъй като технологичната индустрия като цяло е силно доминирана от мъже (Ashcraft et al., 2016), би било жалко, ако това се запази в нововъзникващата област на науката за данни. От особено значение е жените и момичетата да участват в дискусии относно данните в обществото поради разликата в данните за половете. Би било полезно да се проучи допълнително информираността и стремежите на момичетата по отношение на кариерите, свързани с данни, както и да се

проучи техните възгледи за това как начините, по които се събират и анализират данните за жените, могат да повлияят на социалната промяна.

ГЛАВА 4: ВЪПРОСНИК

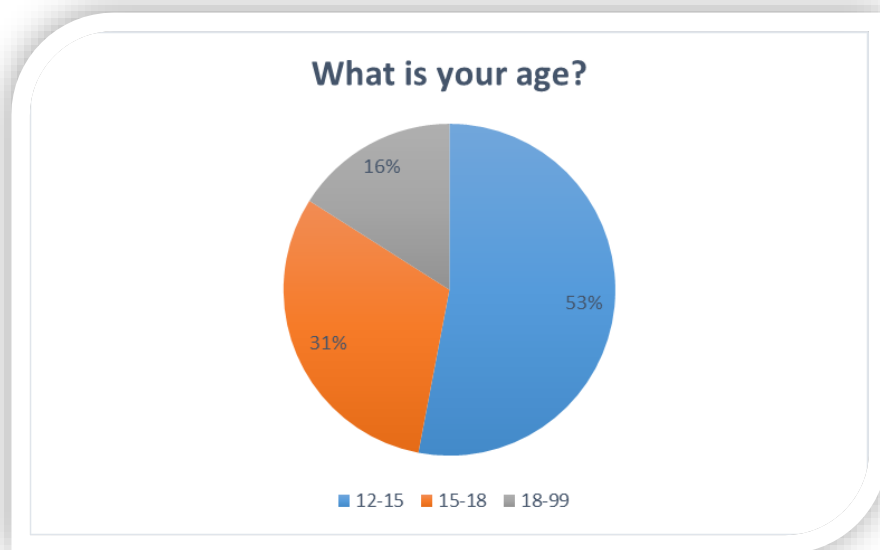
4.1 Въпросник – Метод-Демография

Следващият въпросник включва въпроси за медиите в образованието, за да проучи реалните нужди на учениците. Извадката е взета от начални и гимназиални ученици на 12-18 години. Отговорът на въпросника е получен през май 2020 г. През май 2020 г. страната беше под карантина поради пандемията от вируса sars COVID 19. Броят на учениците и учителите, отговорили е 150 ученици и 150 учители от Атина, Гърция. Това може да повлияе на резултатите в сравнение с предишни периоди. Ще се опита да анализираме отговорите в процентни графики, за да направим сигурни заключения. Въпросникът се състои от четири части. Първо общата част с информация за всеки ученик, във втората част изследваме опита на учениците до момента във връзка с медиите, а в последната разглеждаме тяхното желание и грамотност в тях. Въпреки че е обичайно възрастните да гледат на младежите като на дигитални хора, проучванията показват, че много младежи нямат умения за медийна грамотност. Освен това проучванията показват, че уменията за дигитални медии са неравномерно разпределени, като тези от привилегирован произход демонстрират по-високи нива на цифрово ноу-хау от техните връстници с по-нисък социално-икономически статус. Училищните дейности за медийна грамотност предоставят средство за отговор на тези пропуски в дигиталната медийна грамотност сред младежите. За съжаление, въпреки че много държави, училища и организации са заявили желание да повишат нивото на образованието по цифрова медийна грамотност в нашите училища (виж Hobbs, 2004, за обобщение на подобни инициативи), много малко емпирични изследвания за честотата или разпространението на образованието по медийна грамотност са публикувани. Създаден е с формуляри на Google и е изпратен по мрежата до учениците, за да отговорят.

ГЛАВА 5: АНАЛИЗ НА ДАННИТЕ И РЕЗУЛТАТИ

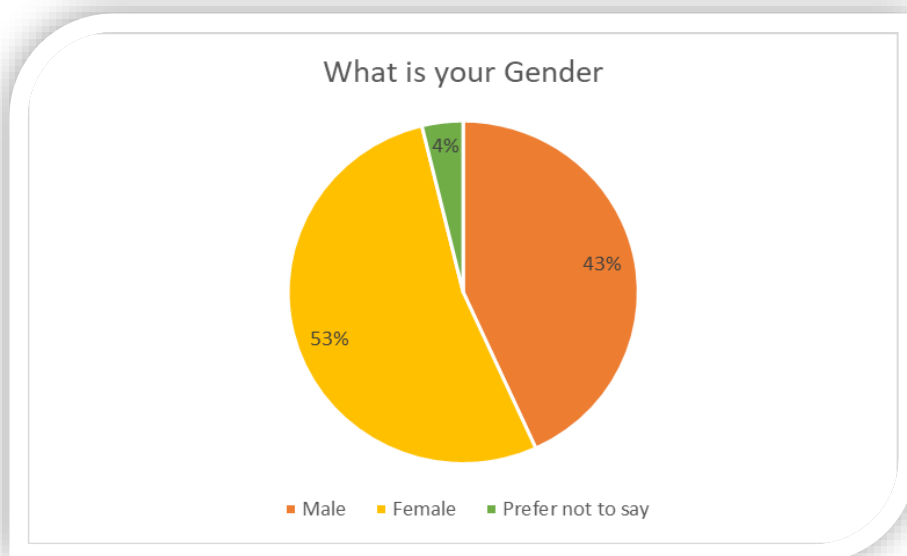
5.1 Резултати за дигитална медийна грамотност

Дейностите са често срещани, макар и не универсални (RQ1). Открихме, че както в гимназията, така и в началното ниво от много младежи се изисква да участват в цифровата медийна грамотност, като често имат тези възможности. Въпреки че нашето проучване не е национално представително, то е от широка и разнообразна извадка. Тези резултати показват, че много младежи имат тези възможности, но те далеч не са универсални.



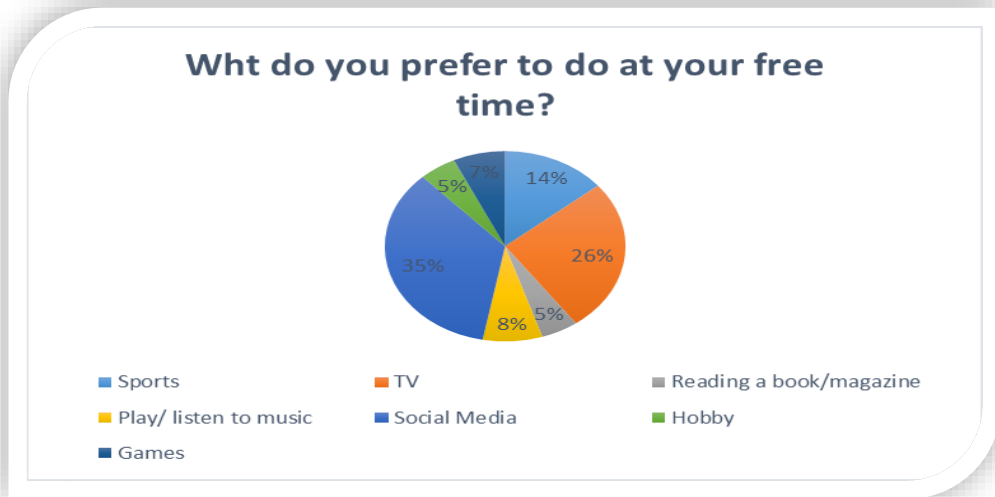
Фигура 1

Тази графика показва възрастовите групи, към които принадлежат участниците. Очевидно 16% се отнасят за учителите, участвали в анкетата. Почти половината от участниците са на възраст между 15 и 18 години, така че вероятно са в гимназия.



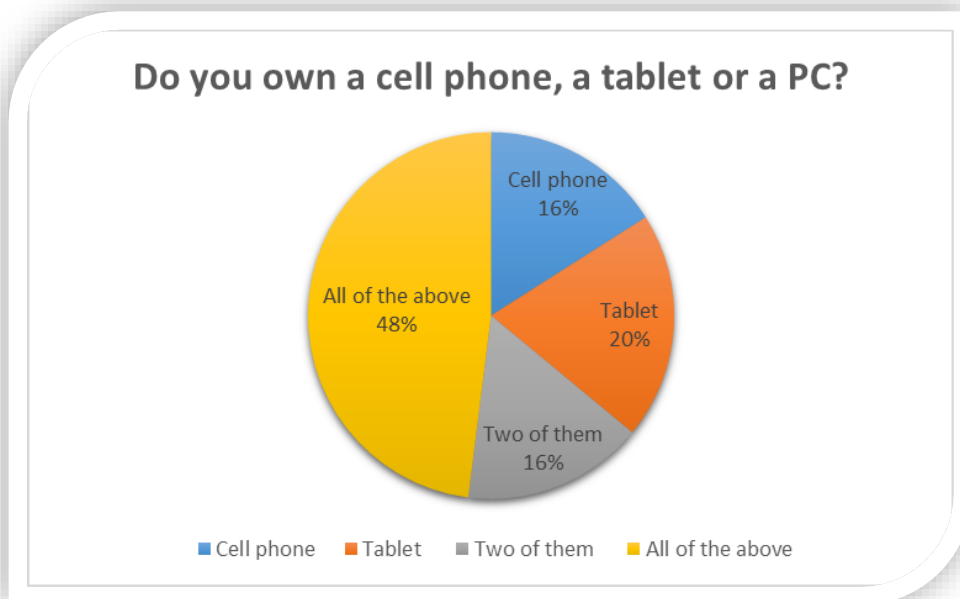
Фигура 2

Диаграмата илюстрира съотношението на пола, доколкото се отнася до това проучване. Най-значителният брой участници са жени. Това може да е фактор, който ни показва, че повече жени са близо до образованието, отколкото мъжете. Единиците са измерени проценти, така че можем да сравним това проучване.



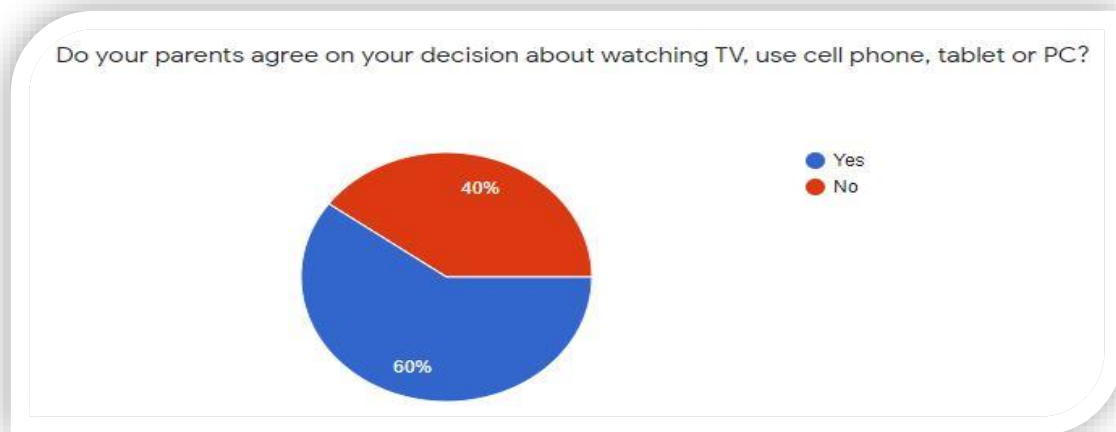
Фигура 3

Диаграмата по-горе показва най-популярната дейност за учениците и учителите по време на пандемия. Това може да повлияе на резултатите поради факта на холистичната карантина. Прекарването на време в социалните медии представлява огромно количество от 35%, което показва, че хората все още имат нужда да общуват с другите и все още трябва да показват своите чувства и събития от живота, дори те са имали много ограничен вид живот през това време. Приблизително 5% четат книга или се занимават с хоби, това може да е от ефектите на Covid 19, въпреки че широко се смята, че социалните медии са заменили книгите и списанията във времето.



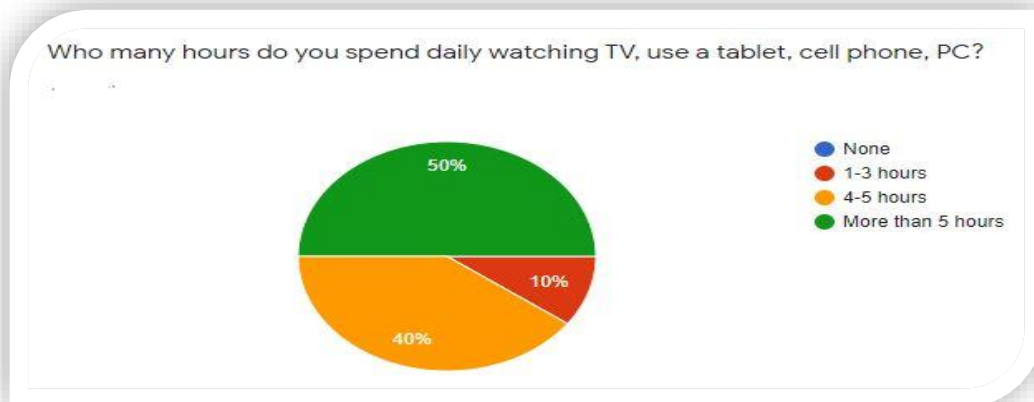
Фигура 4

Според графиката по-горе можем ясно да видим, че по-голямата част от участниците притежават всички горепосочени джаджи, а малка част от 16% притежават само мобилен телефон. Вероятно в днешно време мобилните телефони се отнасят до нещо близко до таблет, въпреки че се счита за отделно устройство. Наистина не знаем дали този процент ще бъде същият преди пандемичната криза, въпреки че е наистина впечатляващо, че мнозинството притежават всичко по-горе и това може да се отнася за ученици на възраст между 12-18 години



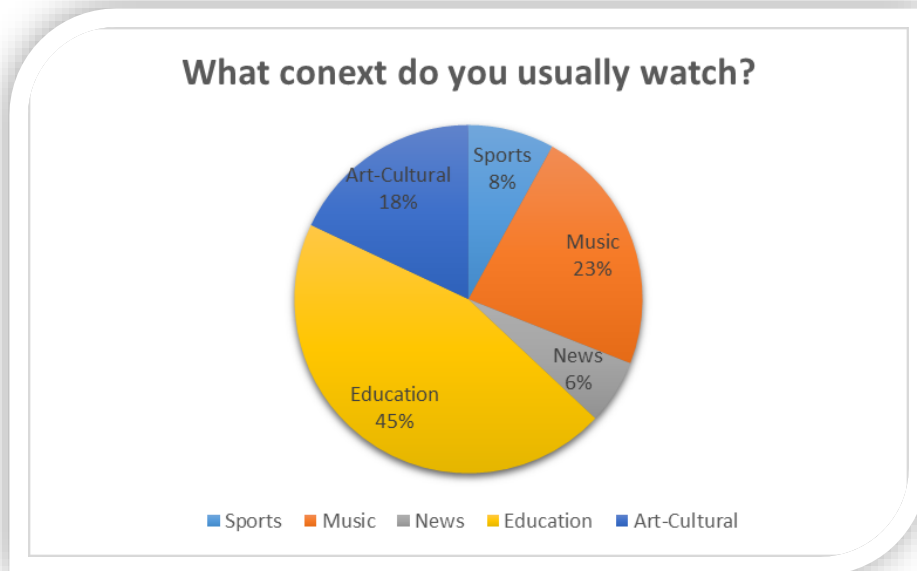
Фигура 5

Резултатите от тази диаграма няма да ни изненадат. Малко под половината от участниците прекарват повече от пет часа, гледайки на „екрани“, било то мобилен телефон, таблет или компютър. Изглежда, че никой от участниците не е напълно „независим“ от технологиите и дигиталния живот. Животът под карантината обогати този начин на живот, както в ежедневните действия, така и в образованието. Медийната и дигиталната грамотност се превърнаха в едно. Най-малкото, което човек харчи на ден, е от един до три часа



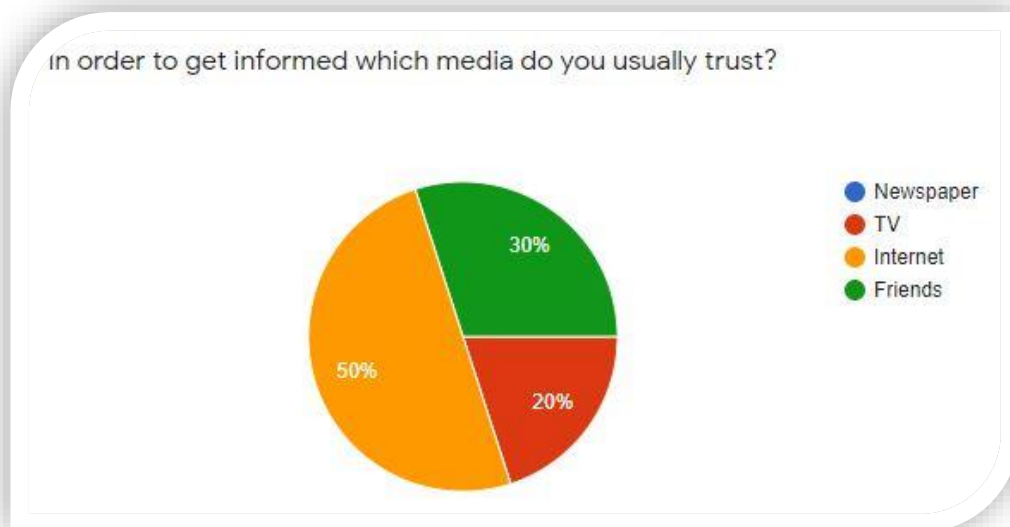
Фигура 6

Наличието на определена работа представлява 60% от родителите в Гърция не се съгласява с решенията на децата им да гледат телевизия, да използват мобилен телефон, таблет или компютър.



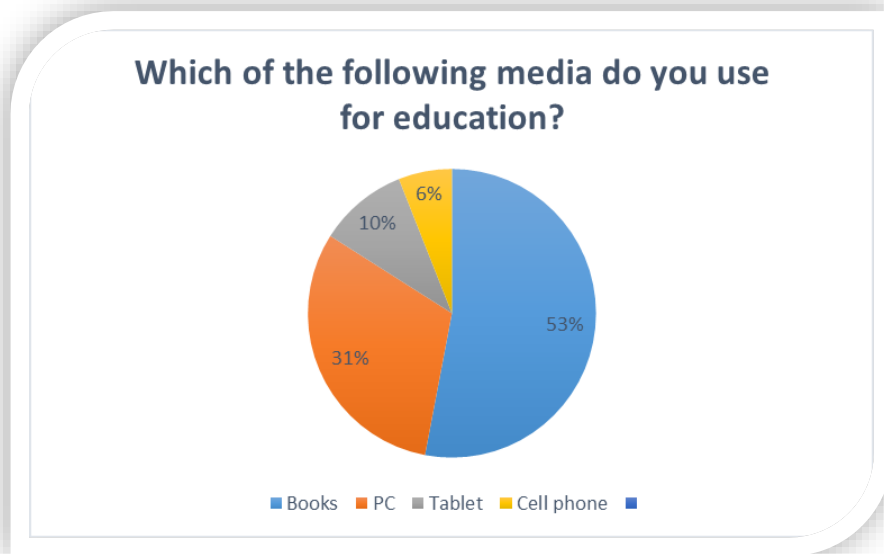
Фигура 7

Тази кръгова диаграма илюстрира основната причина хората да гледат нещо по медия. На пръв поглед е ясно, че основният фактор, влияещ на възгледите, е образованието. Това може да се дължи на училищното образование или на лесния достъп до образователните медии. Голям брой хора, 23% използват тези медии, за да се насладят на музика и изкуство или културни събития (18%). Интересно обаче е, че само малка част от 6% са привлечени от новини чрез медиите.



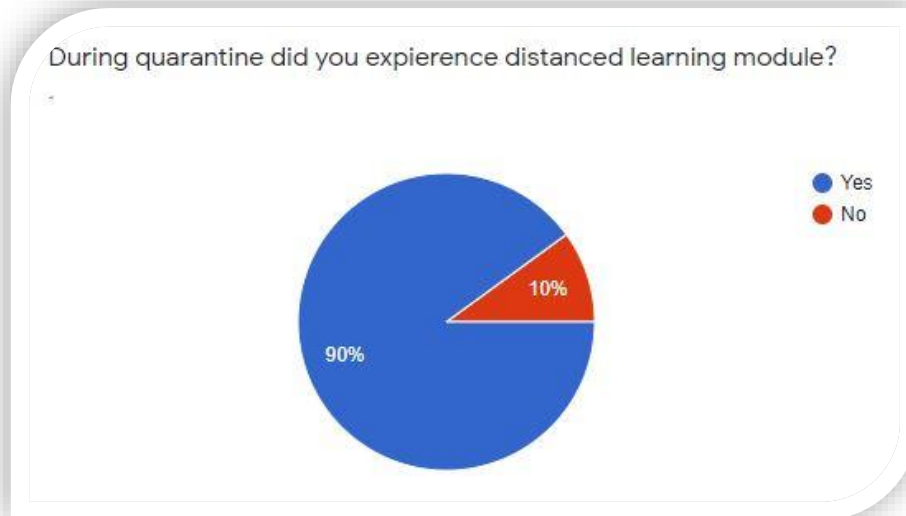
Фигура 8

Графиката по-горе показва основните видове медии, използвани за валидна информация. Частта от доверието на интернет за тяхната информация достига до половината от участниците. Изглежда, че по-малко от една трета се доверяват на хора, които познават, на техен приятел, за да стигнат до валидна информация. Малцинство от учениците и преподавателите предпочитат да се информират от телевизионни новини.



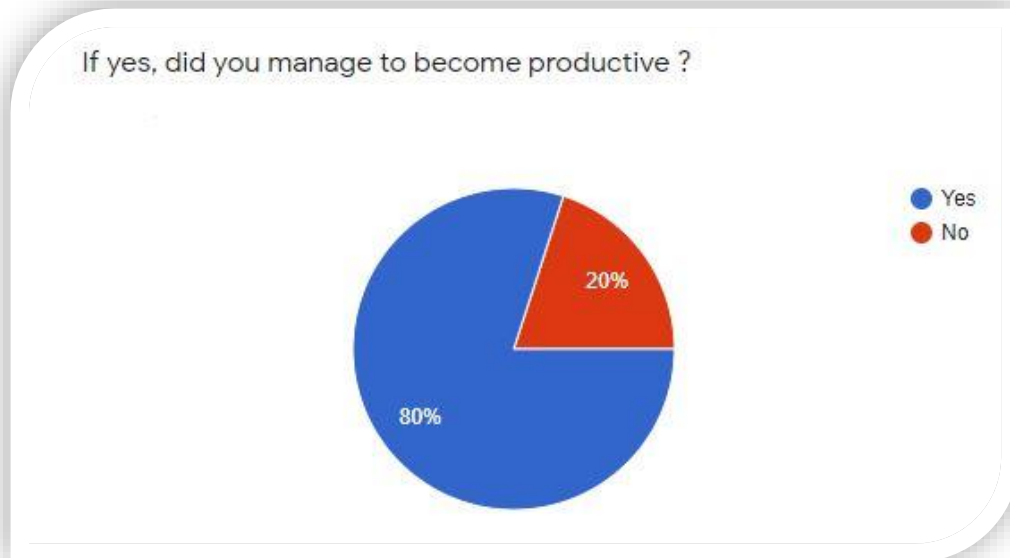
Фигура 9

Следното разпределение изглежда е много строго разделено. Повече от половината от участниците използват най-познатия до днес метод на обучение чрез книги и хартиени екземпляри. По-малко от 6% използват мобилните си телефони за образование. 10% за таблетите могат да се отнасят и до броя на участниците, използващи таблет като средство за медия за образование. И накрая, повече от 31% са се образовали чрез компютъра си.



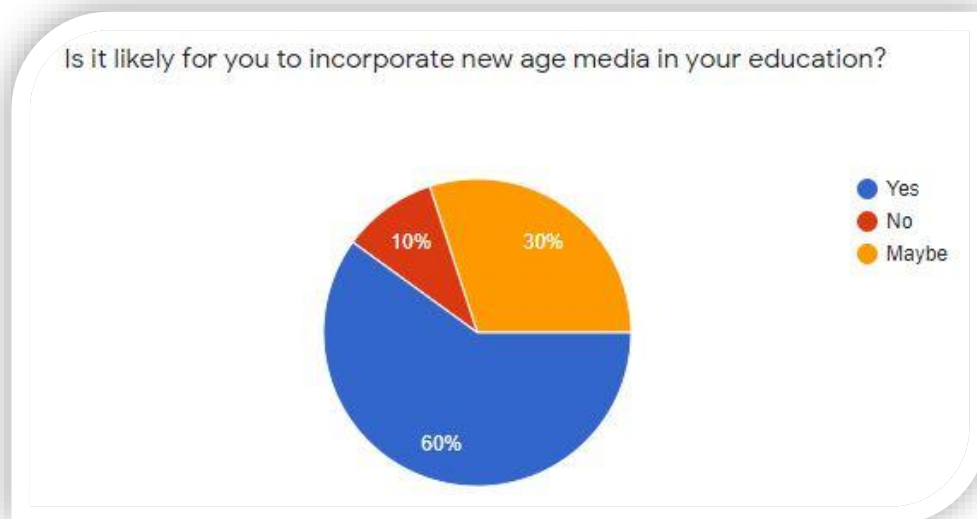
Фигура 10

Тази диаграма може да се увери, че най-голямото количество, 90% от участниците са използвали медии за завършени образователни процеси. Има много малък процент от 10%, които не са имали достъп до образование чрез модул за дистанционно обучение.



Фигура 11

Продължавайки, очевидно можем да обобщим, че повечето от участниците успяха да станат продуктивни по отношение на дистанционното обучение. Има само малък сегмент от 20%, който не се оказа продуктивен и активен по време на електронно обучение.



Фигура 12

Тази кръгова диаграма разделя данните на отделни секции, за да покаже как медиите и дигиталните медии могат да се включат в бъдещия ни живот и как хората са готови и способни да го направят. По-голямата част от 60% е по-вероятно да използват технология, цифрови медии в бъдеще, за да имат достъп до образованието. Близо една трета от участниците не са съвсем сигурни дали биха могли да използват цифрови медии за бъдещите си образователни системи. Не можахме да наблюдаваме тази незначителна сума от 10%, отказвайки да използваме цифрова медия за образование.

ГЛАВА 6: ЗАКЛЮЧЕНИЕ И ИЗВОДИ

Изследователските и политически инициативи за медийна грамотност и медийно образование се разрастват в цяла Европа и англоезичния свят от няколко десетилетия. Последните изследвания на ниво ЕС предоставиха полезни доказателства за ролята на неформалното медийно образование и официалното медийно образование за придобиване на компетенции за медийна грамотност (Bitonti & Školka, 2013; Hartai, 2014); относно критериите за оценка на нивата на медийна грамотност (Европейска комисия, 2009а; 2011); или за политиките, практиките и действията за медийна грамотност извън училищата (Европейска аудиовизуална обсерватория, 2016). Въпреки това, липсват систематизирани сравнителни доказателства за това „какво работи“ в практиките за обучение по медийна грамотност на ниво класна стая. В този контекст този доклад прави преглед на съответните европейски и международни изследвания, за да разбере по-добре как практиките на преподаване и учене могат да подпомогнат медийната грамотност на учениците в началното и средното образование. Той също така има за цел да разбере как обучението по медийна грамотност в училищата може да помогне за справяне с предизвикателствата, свързани с разпространението на дезинформация и „фалшиви новини“.

Медийната грамотност обхваща следните компетенции: Достъп: способността за умело намиране и използване на медии и споделяне на подходяща и ценна информация с други (включително сърфиране, търсене, филтриране и управление на данни, информация и цифрово съдържание). Анализ и оценка: способност за разбиране на съобщенията и използване на критично мислене и разбиране за анализиране на тяхното качество, достоверност, достоверност и гледна точка, като същевременно се вземат предвид техните потенциални ефекти или последици. Създаване: способността да създават медийно съдържание и уверено да изразяват себе си с осъзнаване на целта, публиката и техниките за композиция. Рефлексия: способност за прилагане на социалната отговорност и етичните принципи към собствената идентичност, комуникация и поведение, за развиване на осъзнаване и управление на нечия медиен живот. Действие/агенция: способността да действате и да се ангажирате с гражданство чрез медиите, да станете политически агенти в демократичното общество. Тези компетенции работят заедно, за да подкрепят активното участие на учениците в ученето чрез процесите на потребление и създаване на медийни съобщения. Те могат да бъдат подкрепени в началното и средното образование чрез интегрирането на медийната грамотност в училищната програма и в специални практики в класната стая чрез специфични практики на преподаване и учене, които се занимават с дезинформация.

Компетенциите за медийна грамотност също се подкрепят от благоприятни контекстуални фактори като подходящо обучение на учители, подкрепяща училищна среда и местни партньорства. Компетентността за достъп до медии се отнася до способността да се намират и използват умело медии и ИКТ инструменти, включително способността да се споделя подходяща информация с други. Достъпът до медии и дигитални технологии в класната стая и работата с мултимодални медийни текстове може да помогне на учениците да съставят и организират идеи, да проектират, произвеждат и представят значението. Компетенциите за анализ и оценка се отнасят до способността да разбират медийните съобщения и да използват критично качествено мислене, за да анализират достоверност, достоверност и гледна точка, като същевременно се вземат предвид техните потенциални ефекти или последици. Обучението по медийна грамотност може да даде възможност на учениците да осъществят връзки между конкретна медийна форма и по-широкия социално-икономически и културен контекст, в който е направено и консумирано. Производството на медийно съдържание може да бъде мощно средство за учене, ако се съчетае с анализ. Установено е, че интервенциите за медийна грамотност, които включват компоненти за активно участие на публиката (например творчески производствени дейности, или дискусии в класната стая), са по-ефективни от интервенциите, базирани единствено на пасивни компоненти (например, изискват повече умствени компоненти), тъй като изискват по-големи усилия и уроци. Изискват се компетенции за активно участие в демократичното общество; те позволяват на гражданите да имат достъп, да разбират и да се справят с медиите и ги насърчават да станат политически агенти. Те могат да позволят на учениците да използват гласа си чрез активно участие в онлайн дейности, да улеснят активните граждански компетенции на учениците и да им предоставят агенции да изразяват своята политика и да участват в обществената сфера въз основа на демократични ценности и нагласи.

8.2 Образователни практики за медийна грамотност за справяне с дезинформацията

Настоящият медиен пейзаж е белязан от разпространението на дезинформация и „фалшиви новини“, което оказва нежелано въздействие върху учениците (както на когнитивно, така и на емоционално ниво) и върху обучението в класната стая. Последиците от кампаниите за дезинформация могат да бъдат значителни, особено на училищно ниво. Те със сигурност са направили живота по-труден за учителите, които се стремят да предадат стойността на доказателствата на своите ученици, особено в предметни области, които са особено предразположени към пропаганда като наука, история и гражданско образование. Основната човешка социална психология може да попречи на усилията за борба с дезинформацията сред учениците. Въпреки това, като разберете как работят, те могат да се използват като образователен ресурс. Инициативите за медийна грамотност са показани, за да намалят уязвимостта на децата към дезинформация. Развитието на критично мислене и аналитични компетенции са ключови компоненти на успешна образователна интервенция. Кампаниите за медийна грамотност срещу пропагандата и дезинформацията имат исторически прецеденти, които могат да информират, че настоящите усилия могат да противодействат на борбата с настоящите усилия. Продължава дебатът за най-добрата стратегия за справяне с податливостта на учениците към дезинформация, като се върти около степента, до която интервенциите трябва да са насочени към системата от основните вярвания и светогледа на човек. Във формалното образование това се отнася особено за учениците от средното училище, като се има предвид факта, че те имат по-пълно развити системи от вярвания.

Съществуват много настоящи образователни инициативи, които подобряват способността на учениците да откриват сами дезинформацията срещу нейното влияние. Доказателствата показват, че учениците, които съобщават за високи нива на възможности за обучение на медийна грамотност, са по-склонни да идентифицират дезинформация, което дава достоверност на въздействието на програмите за медийна грамотност. Образователните програми в европейските училища за борба с конспиративното мислене започват да включват професионални журналисти. Журналистите могат да помогнат да научат учениците как да проверяват автентичността на информацията и да разберат как рекламодателите и други хора използват личната информация на учениците, за да им влияят.

Ефективни практики за преподаване и учене на медийна грамотност на училищно ниво

Образованието по медийна грамотност е във фрагментирано състояние в училищното образование в цяла Европа, понякога се появява в различни области на учебната програма, друг път като отделен предмет (медийно образование или медийни изследвания). Образованието по медийна грамотност, разбирано като учене за използването и производството на медии, може да бъде от полза и да бъде интегрирано в почти всички предмети от учебната програма (напр. образование на роден език, история, география, граждански науки и образование в областта на гражданството). Медийното образование не се преподава като отделен и независим задължителен учебен предмет в нито една страна от ЕС. Вместо това, където изобщо съществува, той е предимно междукласен и интегрален, или модулен. Към 2014 г. повечето държави-членки на ЕС все още не са приели учебна програма за медийно образование и училищата до голяма степен имаха автономия в решенията си относно практиките за обучение по медийна грамотност. Едно от ключовите предизвикателства на преподаването и изучаването на медийна грамотност на ниво класна стая е трънливият въпрос о как ефективно да се консолидират училищните и извънучилищните практики за медийна грамотност, които са от съществено значение, за да се разграничи и да се разграничи учебната програма. . Вашето разбиране и подход към медийната грамотност се основава главно на изследвания в класните стаи на средното училище. Ограничените, но влиятелни изследвания в класните стаи в началното училище предполагат, че е трудно да се дистанцира и да се разграничи медийната грамотност на това ниво от иновациите в областта на грамотността. Практиките на преподаване и учене за обучение по медийна грамотност могат да се основават на различни методи, базирани на класната стая (напр. активно запитване, учене, базирано на дискусия, съвместно учене и образователно лидерство, обучение, базирано на игри и т.н.), от които най-вече се основават на активно учене. Педагогическите практики със среден или жанров характер се използват обикновено при преподаване и учене с медийна грамотност (например комбинирана рекламна и научна грамотност).

Ключови условия за успешно прилагане на образователни практики по медийна грамотност на училищно ниво

Съществува спешна, но продължаваща нужда от преподаватели по медийна грамотност и заинтересовани страни, които да документират най-добрите си практики под формата на емпирично проучване в класната стая и да се справят с трайните разминавания между теория и практика, концептуални рамки и учебни занятия и учебни практики и учебни занятия . Интегрирането на дигиталната грамотност във фазата на създаване, по-

специално в научното образование, процъфтява като изследователска област. Областта на дигиталната грамотност като цяло се отдалечава от моделите на компетентност и протекционистките подходи към по-задълбочени изследвания, които обхващат сложността на „динамичните грамотности“. Успешното внедряване на образованието по медийна грамотност на училищно ниво се улеснява от подходи към педагогиката, които съчетават и/или пресичат границите между пространствата и ролите на класната стая и разширеното „трето пространство“, учители и партньори работят в ученето. професионално развитие в хибридни комбинации от физически и виртуални мрежи. Тази работа също така говори за необходимостта медийните преподаватели да бъдат уверени в приемането на необходимостта от промяна на самата концепция за „Bildung“, за разлика от мисленето за цифровите медии като просто допринасящи за тях като стабилна единица. Има изобилие от доказателства за по-формални, финансирани партньорски ангажименти между преподаватели по медийна грамотност и медийни индустрии, организации за грамотност, НГ и други заинтересовани страни на ниво производство на ресурси и отделни събития. Въпреки това, емпиричните доказателства за условията за успешно партньорство и въздействието на училищно ниво вероятно ще бъдат обществено достойни в рамките на две до три години, тъй като много подходящи проекти са в ход.

Резултати

Преминавайки през всички тези въпроси и анкети, до теории от немски и примери от САЩ, не бихме могли да се съгласим повече, че медийната и дигиталната грамотност са бъдещо „оръжие“ за всеки, който иска да се образова. Силно се вярва, че децата от началното училище ще увеличат използването на мултимедийното обучение. Това се потвърждава и от големия тест на ситуацията с Covid 19, който наложи нещата по този начин. Лицата трябва да се ориентират в сложни медийни среди, изпълнени с често променяща се и различно достоверна информация, за да придобият и прилагат здравна информация по време на несигурност и опасност. Наложените правителствени ограничения, свързани с избухването на пандемията COVID-19, изместиха серия от дейности към дигиталната среда. Следователно цифровата грамотност се оказва ключът към ефективното продължаване на онлайн образованието и работата от разстояние, особено в региона на Източното партньорство, където някои хора нямаха основен достъп до информационно-комуникационни технологии (ИКТ). Този политически документ разглежда разпространението на цифровата грамотност в региона на Източното партньорство, като оценява добрите и лошите практики на държавите от Източното партньорство за противодействие на ефектите от COVID-19 и прави паралели с най-добрите световни практики. И накрая, анализът води до приложими политически препоръки, адресирани до правителствата на Източното партньорство и ЕС. 20-те резултати за 2020 г., по същия начин, изпълнението на програми на ЕС като EaPConnect, EU4Digital и EU4Youth донесе осезаеми резултати в подобряване на свързаността, цифровата грамотност и пригодността за заетост на младите хора . И все пак резултатите относно цифровите умения все още са в процес на работа, което показва, че целите за 2020 г. относно електронните умения и киберсигурността са може би твърде амбициозни за страните от Източното партньорство. Освен това се наблюдава известен забележим напредък в разнообразието на медийните пространства в региона на Източното партньорство, но масмедията все още остават силно поляризирани и пристрастни в повечето страни от Източното партньорство, особено в Беларус и Азербайджан. Освен

това дезинформацията за COVID-19 се разпространява бързо в региона, където голяма част от населението, особено възрастните хора, хората с по-ниско образование и живеещите в селските райони, се борят да открият фалшиви разкази. предизвикателствата, свързани с цифровата грамотност, правителствата на Източното партньорство трябва да дадат приоритет на подобряването на ИКТ инфраструктурата във всички страни от Източното партньорство, особено в селските и отдалечените райони и конфликтните региони, и да отделят средства за предоставяне на лаптопи и дарения в интернет на най-засегнатите групи. Освен това правителствата на Източното партньорство трябва да положат повече усилия за повишаване на дигиталната грамотност на хората, като предоставят системно онлайн обучение на групите с най-ниска цифрова грамотност, както и чрез създаване на информационни кампании за справяне с дезинформацията. Освен това на Азербайджан, Беларус, Грузия и Молдова се препоръчва да създадат специални министерства на цифровата трансформация и също така да си сътрудничат с частния сектор и международния донор. ЕС, от друга страна, следва да ускори напредъка по отношение на цифровите умения и да засили сътрудничеството между ЕС и кибер органите на страните от Източното партньорство. Освен това ЕС следва да продължи да подкрепя източните си съседи в разработването на общи методологии за събиране и измерване на цифрови показатели и продължаване на програмите за дигитални умения и младежта. Трябва да се предпазим от дезинформация и това е основно предизвикателство за учителите и учениците в образованието. Един от многото начини, по които медиите привличат вниманието ни и ни отклоняват от твърди факти, е чрез препоръки. Завладяващите истории за преживяванията на отделните хора могат да минат за доказателство, надхвърляйки нашето научно и критично мислене. Това, което наистина трябва да гледаме, казва д-р Колфийлд, са добри, рандомизирани клинични проучвания. „Наблюдателните изследвания смесват корелацията с причинно-следствената връзка през цялото време“, казва д-р Колфийлд. „В здравеопазването много изследвания, които получават заглавия, са изследвания на наблюдение. Те могат да бъдат полезни и да ви дадат представа какво се случва, но наблюдението не е наистина силни данни.“ Традиционните новинарски медии също играят на нашата негативност. Отрицателните заглавия са склонни да получават повече сцепление и да се представят по-добре от положителните заглавия. „Погрешното представяне на риска, погрешното представяне на проблемите може наистина да изкриви общественото възприятие“, казва д-р Колфийлд. „И тогава, когато смесите теориите на конспирацията и факта, че всички вече са стресирани и факта, че науката е несигурна – това се превръща в невероятно хаотична информационна среда. Медийната грамотност е уникално подходяща да служи като обединяваща, интердисциплинарна рамка за този нов начин на преподаване и учене. Днес съдържанието е в изобилие – но училищата все още са организирани така, сякаш съдържанието е оскъдно. Когато информацията е налична с натискането на един бутон и най-добрите учители могат да бъдат достъпни чрез Zoom, от съществено значение е да научим децата на процесните умения за медийна грамотност от ранна възраст, така че младежите да се научат да осъществяват достъп, анализират, оценяват, създават и участват с медиите във всичките им форми. Именно тези умения и инструкции за процеса са оскъдни, когато трябва да са в изобилие. Сега има глобално търсене на медийна грамотност, но няма достатъчно обучени хора, които да преподават медийна грамотност, тъй като медийна грамотност рядко се преподава в програмите за обучение на учители или в класните стаи. Вместо фабричен модел на образование, при който

времето за седене е мерило за успех, медийната грамотност осигурява критично мислене, креативност, сътрудничество и комуникация – всичко това е от съществено значение в един глобално свързан свят. Учениците се научават да придобиват, контекстуализират и прилагат знания за съдържанието чрез процес на проучване, учене чрез смислени и изследователски начини, а не чрез директиви и наизуст. Учениците се научават да се ориентират в медиите като глобална символна система и се научават как да работят във виртуалния свят, както и в „реалния“ свят. От гледна точка на младежта няма разлика между тези светове; В заключение ползите от медийната грамотност за учениците са многобройни. На първо място, медийната грамотност помага на учениците да станат по-мъдри потребители на медии, както и отговорни производители на собствените си медии. По същия начин, преподаването на медийна грамотност помага за насърчаване на критичното мислене в учениците и разбирането на разликите в медиите, съобщенията, които получават, и етичните методи за създаване на собствени медии. Този тип мислене в крайна сметка може да се превърне във втора природа, което ще им помогне в много области, когато пораснат. Фокусът е повече върху укрепване на уменията за процеса, а не върху знанията за съдържанието. Също така изследванията показват, че хората научават по-лесно абстрактни, нови и нови концепции, когато са представени както във вербална, така и във визуална форма. Например медиите предоставят полезна платформа за преподаване с казуси, съвместно обучение, решаване на проблеми и за по-интерактивни демонстрации на лекции.

- Медиите в класната стая ангажират учениците в ученето и осигуряват по-богато изживяване. Медиите са полезни инструменти за илюстриране на урок, позволявайки на учениците да видят примери за това, което учат. Интерактивните медии като Smart Boards позволяват на учениците да преместват елементи на екрана за илюстративни цели.
- Медийната грамотност е от съществено значение, защото помага на учениците да разберат посланията, които им се предават. С толкова много източници на информация днес, научаването как да анализирате критично медиите предоставя на учениците умения, от които се нуждаят, когато влизат в колеж или започват кариерата си.
- Медийната грамотност може да се използва и за научаване на нови идеи, култури и гледни точки, които може да не са били разглеждани преди това. Освен това може да помогне на учениците да решат какво искат да научат повече, за да запълнят пропуските в знанията, които традиционните медии може да са пропуснали.
- В днешно време социалните медии играят важна роля в живота на всеки ученик. Често е по-лесно и по-удобно за достъп до информация, предоставяне на информация и комуникация чрез социалните медии. Преподавателите и учениците могат да бъдат свързани помежду си и да използват добре тези платформи в полза на своето обучение и преподаване.

ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. „Медийна грамотност и образование“ – Герасимос Калимбаликис
„Медийна грамотност в образованието – въпроси и отговори“ – ноември
– декември 2021
2. „Медийна грамотност като нов начин за преподаване и учене“ -
бр.5/2022 - Герасимос Калимбаликис
3. “Медийна грамотност и образование” - Герасимос Калимбаликис -