

ГОДИШНИК НА СОФИЙСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
ФАКУЛТЕТ ПО НАУКИ ЗА ОБРАЗОВАНИЕТО И ИЗКУСТВОТА
КНИГА ПЕДАГОГИЧЕСКИ НАУКИ

Том 113

ANNUAL OF SOFIA UNIVERSITY “ST. KLIMENT OHRIDSKI”
FACULTY OF EDUCATIONAL STUDIES AND THE ARTS
BOOK OF EDUCATIONAL STUDIES
Volume 113

ЕВРОПЕЙСКАТА ИНИЦИАТИВА „МЕДИЯ КОУЧ“ КАТО СРЕДСТВО ЗА РАЗВИТИЕ НА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ В БЪЛГАРИЯ

ДАНАИЛ ДАНОВ

*Катедра „Предучилищна и медийна педагогика“
Софийски университет „Св. Климент Охридски“, България*

Данаил Данов. ЕВРОПЕЙСКАТА ИНИЦИАТИВА „МЕДИЯ КОУЧ“ КАТО СРЕДСТВО ЗА РАЗВИТИЕ НА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ В БЪЛГАРИЯ. Настоящото изследване, част от международен проект, насочен към повишаване на нивото на медийна грамотност в няколко страни от Европа, представя българския опит за създаване на модел на устойчиво развитие в тази област. Изследването включва анализ на редица основни параметри – медийна среда, социални и демографски характеристики и образование, като основа за съставяне и прилагане на обучителна програма, позволяваща прилагането на подобен модел.

Danail Danov. Department of Preschool and Media Education, Sofia University “St. Kliment Ohridski”, Bulgaria. THE EUROPEAN MEDIA COACH| INITIATIVE AS A TOOL TO PROMOTE MEDIA LITERACY DEVELOPMENT IN BULGARIA. This study, part of an international project aimed at enhancing the overall level of media literacy formation in a few countries of Europe discusses the Bulgarian experience related to the design of a model for sustainable development in the field. The research includes analysis of some key parameters, such as media landscape, social and demographic characteristics and education, needed for the design and implementation of a training program capable of supporting the effective application of such a model.

Keywords: media literacy, digital tools and technology, training and education

УВОД

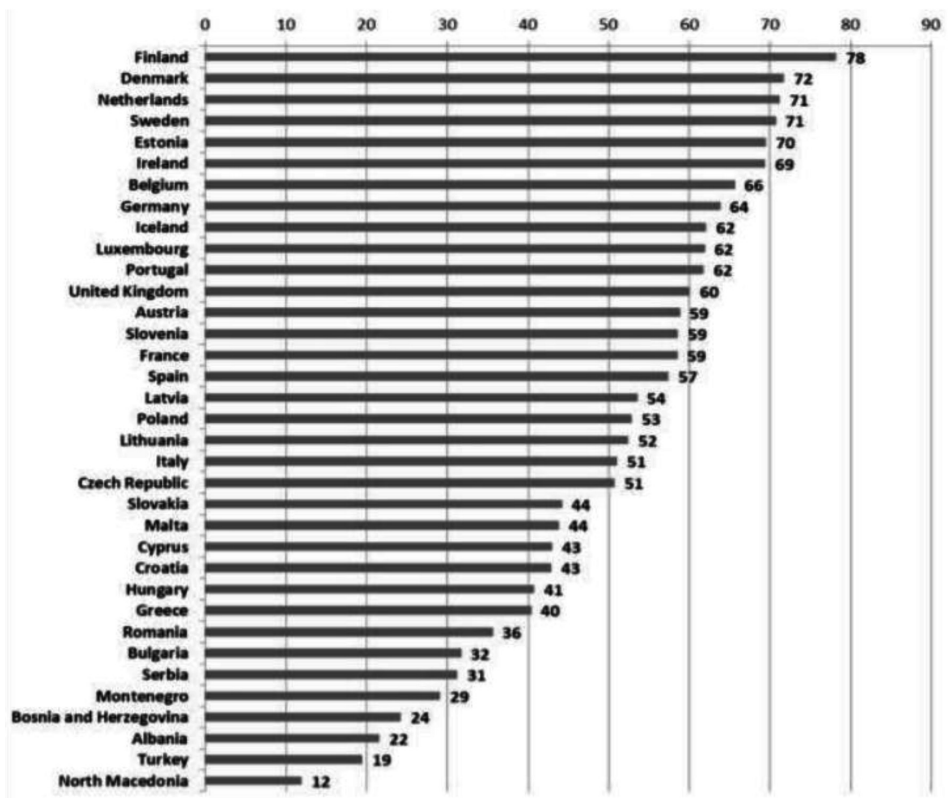
Медийната грамотност най-често се свързва с развитието на компетенции в областта на новите технологии и включва способността за правилно разбиране на медиите по отношение на тяхната среда, средства и съдържание. В така определения комплекс със сигурност влизат и умения, необходими за тяхното управление. Става дума за умения за работа с информационни и комуникационни технологии за търсене, проверка и разпространение на информация, за използване на медиите за най-различни цели и то в широко разнообразие от контексти. В допълнение към прилагането на информационните и комуникационни технологии, медийната грамотност се фокусира и върху развитието на критичното мислене, както и върху желанието за участие чрез използване на медийни средства в обществения живот. И не на последното място – представлява вид образователен подход, прилагаш медиите като среда, средства и съдържание за възходящо личностно и професионално развитие. В този смисъл медийната грамотност допринася за това хората не само да умеят да прилагат в практиката си различни технически умения, но и да развиват способности, които им позволяват да оценяват и анализират множество и разнообразни като вид източници на информация.

Акцентът върху значението на медийната грамотност и произтичащите от нея компетенции и умения се дължи главно на липсата на достатъчно яснота относно самата ѝ същност, въпреки наличието на непрекъснато нарастващ брой политически документи – международни и национални, изискващи включването ѝ не само на всички нива на образование, но и като съществена част от длъжностните характеристики на огромен брой професии в наши дни. И въпреки че е безспорно, че използването на информационните и комуникационни технологии в световен мащаб непрекъснато се разширява както като посока, така и в дълбочина, все още не е достатъчно видимо на много места по света, включително и България, как прилагането на новите технологии помага на хората да общуват по-добре и по-хуманно, т.е. да разглеждат дигиталните инструменти като средство, а не като крайна цел. Богатството на информация, достъпна чрез медиите и технологиите, не гарантира по-висока обществена информираност. Този парадокс на пръв поглед представлява сериозна заплаха за демокрацията – не от насилствени атаки, а от апатия, пасивност и от практиката да се предлага и разпространява невярна информация. С други думи, технологичният напредък и навлизането на медиите във все повече и повече аспекти на живота правят потребителите им по-уязвими. Следователно гражданите трябва да имат капацитета да използват и да се възползват от медиите, а не да стават жертва на фалшиви новини, манипулации и измама. Или иначе казано, медийната грамотност не само предлага на потребителите начини за разбиране, усвояване и управление на света на знанието, в който медиите са просто

средства, но и предоставя и методология за учене и преподаване, осигуряваща широко пространство за възходящо личностно и професионално развитие.

2. ОСОБЕНОСТИ НА БЪЛГАРСКИЯ КОНТЕКСТ ПО ОТНОШЕНИЕ НА РАЗВИТИЕТО НА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ

Въпреки че е пълноправен член на Европейския съюз от 01.01.2007 г., към настоящия момент България все още е далеч от средните стандарти за развитие на медийната грамотност в Съюза, като заема 26-о място (или 27-о място) сред всички 27 държави. Нещо повече, по данни от 02.11. 2019 г. на Институт за отворено общество, от посочените по долу във фиг.1 тридесет и пет страни, става ясно, че България е шест места преди последното, нареждайки се единствено преди Северна Македония, Сърбия, Турция, Косово и Албания . Именно този факт позволява да се твърди, че препоръките и директивите на ЕС не се прилагат ефективно в страната.



Фиг. 1. Класиране на страните в Европа съобразно нивото им на развитие по медийна грамотност

В опит за промяна на подобна нерадостна ситуация през учебната 2018/2019 година Министерство на образованието и науката въвежда за първи път часове по медийна грамотност в училище, но това не се оказва възможно като реалност във всички училища в страната. Все още не е публикувана всеобхватна Стратегия за развитие на медийната грамотност, въпреки че в Стратегията за ефективното прилагане на информационните и комуникационните технологии в образованието и науката на Република България (2014–2020 г.) могат да се намерят някои конкретни насоки в тази област. Като цяло образователната система в България все още не е в състояние да предложи целенасочени и взаимосвързани политики, част от единна стратегия за развитие на медийната грамотност в страната, а инициативите в тази област са недостатъчни и идват главно в резултат на усилията на академичните среди и на представителите на неправителствения сектор.

Именно тази ситуация се превръща в основната причина за включването на България в Европейската инициатива за медийна грамотност (European Media Coach Initiative, EMCI), насочена към разработване на устойчив модел за прилагане на програма за обучение в тази област в пет държави, а именно Гърция, Румъния, България, Кипър и Португалия. Инициатива става възможна след подаване на успешно проектно предложение пред Европейската комисия от различни институции от посочените по-горе страни по програма „Еразъм +“, в което България се представлява от три факултета на СУ“ Св. Климент Охридски“, а именно – Факултета по журналистика и масови комуникации, Факултета по класически и нови филологии и Факултета по науки за образованието и изкуствата.

Създаването на подобен модел за устойчиво развитие със сигурност налага изпълнението на дълбочинен анализ на редица фактори, както и на динамиката на тяхното взаимодействие, включващ обща картина на медиите, достъп на потребителите до дигитални медийни устройства, наличие на подходяща технологична обезпеченост в образователните и обществени институции и организации, състояние на обучение и образование, отнасящо се до формиране и прилагане на уменията, изграждащи медийната грамотност. Анализът представяме в настоящото изложение, както следва:

Състояние на медиите и свободата на словото

Липсата на официална и достоверна информация се оказва сериозна пречка пред опитите за качествен анализ на българския медиен пазар, който се характеризира с твърде непрозрачно функциониране. По отношение на печатните медии определено може да се каже, че както обемът на тиражите на разпространение, така и този – на действителните продажби – остават неясни.

Радио и телевизионният сектори също работят в режим на липса на прозрачност. Публичните регистри за дяловете на основните играчи на медийния

пазар не се поддържат. Подобна е ситуацията и с онлайн медиите, където пазарните дялове на отделни компании не се публикуват. Липсата на яснота относно реалния произход на капитала в българските медии също създава голям проблем. Реалните данни трудно могат да бъдат коментирани поради дефицит на прозрачност. Подобно на някои от издателите на печатни медии, които не се съобразяват със законовото изискване да декларират истинските си собственици, така и електронните медии продължават да се възползват от възможностите за офшорна бизнес-регистрация, което прави идентифицирането на реалните им притежатели невъзможно.

Оценките за състоянието на свободата на медиите в България, направени от редица реномирани световни агенции, като Freedom House, IREX, Reporters Without Borders и др., давани през последните десет години, показват постоянен спад, от 70 до 111 място сред 190 изследвани страни. Ето защо преди няколко години бе изготвена „Бяла книга за свободата на словото в България“ (White Paper on Freedom of Speech), в която се твърди, че „независимите медии и журналисти в България са под безпрецедентен натиск“ както и това, че „ако различните групи медийни проблеми не бъдат решени своевременно, свободните медии в страната ще изчезнат напълно“.

В заключение следва да се отбележи, че през последните тридесет години българският медиен пазар се променя съществено, въпреки че визираните в случая ключови технологични, икономически и социални трансформации почти не допринасят за по-високото качество на медийното производство и съдържание.

Анализът на медийната среда показва нарастващата необходимост от повишаване на нивото на медийната грамотност сред цялото българско общество: от една страна – като начин за успешно противодействие на настоящите негативни тенденции, от друга – като възможност за използване на предимствата, които съвременната дигитално-медийна среда предлага, и от трета – като средство, осигуряващо възходящо личностно и професионално развитие. Всичко това води до необходимостта от създаване на устойчив модел за развитие на медийната грамотност, който сам по себе си изисква задълбочен анализ на някои от основните социални и демографски характеристики, свързани с неговия избор и специфики.

Демографски характеристики

Анализът им е необходим с цел получаване на повече яснота относно:

- профил и брой представители на избрани целеви групи, имащи отношение към реализацията на проекта EMCI;
- брой на използваните цифрови медийни устройства (смартфони; таблети; лаптопи; персонални компютри);

– брой на ученици и учители в началните училища, като място, в което децата – без особен контрол и ръководство – започват активно да използват дигиталните устройства;

– наличие или липса на желание сред заинтересованите страни да подкрепят прилагането на обучението по медийна грамотност като основна цел на проекта ЕМСІ, т.е. яснота относно нагласите на ученици, родители, учители, директори на училища спрямо развитието на медийната грамотност чрез обучение;

– възможности и предизвикателства на цялостната образователна среда в рамките на обучението по медийна грамотност; и не на последно място;

– възможни източници на финансова подкрепа за такава мащабна инициатива.

Статистиката за България показва, че повече от 51% от децата получават достъп до Интернет, т.е. до медийни устройства и съдържание преди седемгодишна възраст, т.е. преди да започнат да ходят на училище, преди да се научат да четат и пишат. Изследване (Kanchev, 2016), проведено от българския клон на международната организация Safe Internet, показва значително увеличение в рамките на последните шест години в използването на цифрови медийни устройства от деца – смартфони, таблети и др. Според друго проучване, проведено съвместно през 2016 г. от УНИЦЕФ – България и Държавната агенция за закрила на детето – 93% от българските деца използват интернет ежедневно, а 20% от децата се свързват с хора, които познават само чрез интернет. За мащабността на проблема може да се съди от данните на Националния статистически институт, според които към 2017 г. в страната има 1969 училища, а общият брой на ученици възлиза на 587 800, от които около 19% (близо 112 000) учат в София. Излиза, че броят на редовно използващите дигитално-медийни устройства наистина е впечатляващ.

Предоставените данни, илюстриращи широкото възприемане на дигиталните технологии и инструменти в българското общество, включително и сред децата, не показват обаче тенденция за развиване на умения за критично мислене, разбиране, анализ и оценка на медийното съдържание. Нещо повече, от цитираната във *Фиг.1* статистика за нивото на развитие на медийната грамотност в България става ясно, че този тип умения са недостатъчни (и дори липсват) сред повечето учители, родители и ученици.

Тези данни се потвърждават от анкети сред повече от 300 учители и над 100 студенти, проведени от членове на екипа на проекта, независимо от изследването на SAFE NET, България, както и данни на водещи неправителствени организации – Асоциацията на родителите в България, Фондация „Приложни изследвания и комуникации“, София, и Българската коалиция за медийна грамотност, всичките, работещи в областта на развитието на дигиталната медийна грамотност. Това засилва убеждението, че именно към учителите – практи-

куващи в момента и бъдещи такива – следва да се насочи работата по проекта ЕМСІ. Извод, чието валидиране изисква пределна яснота относно факторите, способстващи и/или затрудняващи формирането на медийна грамотност. Т.е. яснота относно същността на формирането ѝ в рамките на българската образователна система, при това – на всичките ѝ нива.

Анализ на обучението, свързано с развитие на медийната грамотност

Проучването, проведено от участниците в българския екип на проекта ЕМСІ, показва, че предмети, свързани с развитието на медийната грамотност, започват да се изучават в българските училища още веднага след първата година, т.е. от втори в клас, и остават в учебните програми до две години преди края на училището – до 11 клас. По-подробният преглед на това обучение изглежда така: по време на началния етап на образованието децата се занимават 32 часа (веднъж на седмица) с информационни технологии. Учебната програма е насочена към придобиване на основни знания, умения и положително отношение към цифровите технологии, а темите включват „Информационни системи“, „Информационни науки и информационни дейности“, „Електронни комуникации“ и „Информационна култура“. Целите на обучението са насочени към:

1. *Придобиване на основни умения в използването и прилагането на цифрови устройства като персонални компютри, таблети, лаптопи, смартфони и др.;*

2. *Придобиване на ключови знания, свързани с различни информационни дейности и яснота относно функционалностите на дигиталните устройства;*

3. *Придобиване на основни умения в използването на компютърни приложения;*

4. *Въвеждане на основни етични принципи, свързани с използването на дигиталните медии;*

5. *Развитие на положително отношение към дигиталните технологии и желание за използването им в ежедневието.*

Задълбоченият анализ на този образователен подход обаче показва, че постигането на поставените цели остава доста проблематично, тъй като по отношение на *цел 1* децата в по-голямата част от домакинствата вече притежават ключовите умения, необходими за използването на дигиталните медийни инструменти (Kanchev, 2016). Освен това, учителите класифицират технологичните инструменти, които понастоящем са налични в българските училища, като „остарели“, „бавни“ и „доста неподходящи“ във функционално отношение за ежедневна употреба, особено в сравнение с тези, които децата използват в домовете си (Интервюта с сто учители, проведени от екипа на проекта през 2019 г.). Същото се отнася и за *цел 2* и *цел 5*, поне що се отнася до начина, по който те се изпълняват според програмата на Министерството

на образованието и науката. Остарелите училищни технологии, предлагани на учащите, създават нагласата сред децата, родители и учители, че „училищата не са в състояние да задоволят нуждите на съвременния живот (Интервюта със сто учители, проведено от автора през 2019 г.). Именно тази нагласа изглежда възпрепятства постигането на цел 4, тъй като изглежда, че остарялата технология в училищата поражда допълнително негативно отношение, свързано с „високо несъответствие на технологичната база в училищата по отношение на съвременните реалности“. И тъй като в немалко от училищата в България липсват съвременни цифрови приложения, които по-голямата част от децата постоянно използват у дома си, това възпрепятства постигането на Цел 3 и по-скоро засилва развитието на гореспоменатите негативни нагласи.

Прогимназиалното образование – периодът 5–8 клас добавя своя принос към развитието на медийната грамотност. За това време учениците изучават „Информационни технологии“ и по този предмет имат 34 учебни часа годишно (веднъж седмично). Основната идея зад избрания подход е усъвършенстването на вече придобити в началното училище цифрови умения. Затова училищните учебни програми обръщат внимание на области като компютърни системи, информационни технологии, информационни дейности, електронна комуникация и информационна култура. Очаква се учениците да могат да създават, обработват и разпространяват текст, графика, снимки, видео, както и да работят свободно с различни дигитални приложения. Учениците също следва да могат да интерпретират различните формати, да превеждат текст в графика и обратно, както и да обясняват текстово снимков, аудио и видео формат. Освен това те трябва да могат да търсят информация в интернет като са в състояние да проверяват нейната достоверност. Казано по-просто, заедно с различните технически умения, децата следва да притежават и способността да анализират и оценяват медийно съдържание. С други думи, необходима е по-висока степен на разбиране на взаимодействието между различните елементи, съставляващи медийната грамотност, а именно достъп, анализ, оценка и дизайн на медийно съдържание, всички от които вървят ръка за ръка с развитието на критическото мислене. Основните цели в учебната програма, поставени на този етап включват:

- 1. Компютърни умения;*
- 2. Умения за свободна навигация в интернет чрез използване на различни търсачки;*
- 3. Разширени знания за функционалността на компютърните системи и умения за обработка и представяне на информация;*
- 4. Умения за проектиране и обработка на текст, графика, снимки и видео;*
- 5. Умения за анализ на гореспоменатите формати;*
- 6. Умения за проектиране, архивиране и извличане на различни компютърни файлове.*

Изследване, основано на интервюта със 100 учители, показва, че постигането на тези цели е проблематично поради обяснените по-долу причини: според анкетиранияте учители над 95% от учениците в средните училища могат да използват компютри и познават техните функционалности, над 80% могат успешно да навигират в интернет, използвайки смартфони, таблети, лаптопи и т.н., но по-малко от 50% са в състояние да използват дигиталните устройства за учебни цели, факт, който прави *Цели 4, 5 и 6* безсмислени. Предвид сравнително високия процент учители, които сами не са достатъчно компютърно грамотни, анализиранията учебна програма за формиране на медийна грамотност показва висока степен на ирелевантност. Освен това целевите умения остават неизползвани, когато става въпрос за приложението им в останалите учебни часове, т.е. по български език, математика, природни и хуманитарни науки, и чуждоезиково обучение. Основната причина за това е липсата на правилно разбиране на медийната грамотност като културна характеристика на реалността на 21 век, с която дори гимназиалното образование (8–12-ти клас) изглежда не е в състояние да се справи достатъчно. През този период учениците изучават предмет, наречен „Информационни технологии“, предлаган за 36 часа годишно (отново веднъж седмично). Тук обучаемите следва да се съсредоточат върху:

1. Информационни технологии и компютърни системи;
2. Обработка на текст;
3. Графичен дизайн;
4. Проектиране на интегрирани файлове, докато основните цели на обучението, свързани с развитието на медийната грамотност, включват:
 - а) разбиране на ролите и функциите на цифровите медийни инструменти;*
 - б) развиване на умения за използване на технологии за решаване на проблеми;*
 - в) спазване на правилата за безопасност и етика.*

Анализът на тези цели показва, че по-голямата част от учениците вече са добре запознати с функциите на дигиталните устройства, въпреки че ги използват предимно за развлечение, междуличностна комуникация и търсене на информация. Те обаче не притежават развити умения за проверка и анализ на информацията. Основната причина за този дефицит е фактът, че по време на обучението си учениците нито работят по решаването на проблеми систематично, нито използват казусите като метод на обучение, нито пък формирането на медийната грамотност е обвързано чрез различните предмети, преподавани в училище. Следователно, дори когато е част от личния житейския опит на учениците, медийната грамотност остава встрани от целенасоченото училищно образование. Тя по-скоро се приема за нещо, което учениците са усвоили извън училище, докато училищното образование ги обременява със знания, които според тях не са от значение за реалния живот (интервюта със

100 студенти от Софийския университет, обучение във Факултета по журналистика и масови комуникации, Факултет на класически и нови филологии и Факултет по науки за образованието и изкуствата). Що се отнася до последните две години в училище (класовете 11 и 12), часове, свързани с медийната грамотност, не са включени в училищните учебни програми, най-вероятно поради факта, че авторите на учебните програми на гимназията считат уменията по медийна грамотност за вече разработени и следователно ненужни.

Анализът, предложен по-горе, води до заключението, че учебните програми, свързани с развитието на медийната грамотност, са по-скоро „на хартия“, отколкото с висока реална полза, тъй като много училища все още не разполагат с достатъчно технологии и персонал, които да преподават ефективното прилагане на дигиталните медийни умения. Това е особено валидно относно формирането на правилно отношение към нетикета (етично използване на интернет), както за цялостното осъзнаване, че в днешно време цифровите технологии следва да са неизменна част от училищната учебна среда, тъй като са жизненоважни както за личностното, така и за професионалното развитие на учащите.

Към описаната нерадостна картина следва да се посочи и мястото, което висшето образование в България отделя на медийната грамотност като значима компетентност на 21 век. В страната съществуват немалко висши учебни заведения, които включват отделни елементи от тази грамотност в обучението на студентите. Като цяло обаче, то основно се отнася до усъвършенстването на технически умения (компютърно програмиране, компютърни системи, управление, информатика, графичен дизайн, инженерна дейност и т.н.), а не до идеята, че медийната грамотност също следва да бъде разбрана и като нов подход към образованието, както и като форма на гражданска ангажираност.

За положителен пример в тази насока може да бъде посочен Факултета по журналистика и масови комуникации на Софийския университет, където от 2019 г. се предлага програма за медийна и информационна грамотност на студентите от бакалавърска степен по комуникационен мениджмънт. Това се отнася и до обучението на бъдещите учители по чужд език, предлагано от Факултета по класически и нови филологии на СУ, където в рамките на магистърската програма по „Методика на чуждоезиковото обучение“ студентите изучават и „Медийна и информационна грамотност“.

Специално внимание заслужава опитът на Факултета по науки за образованието и изкуствата в същия университет, където студентите по специалност „Медийна педагогика и художествената комуникация“ (до 2017 академична учебна година под името „Педагогика на масовата и художествената комуникация“) работят по програма със сериозен акцент върху формирането на медийната грамотност във всички нейни аспекти, за които ще говорим по-подробно малко по-нататък в настоящата студия. Преди това обаче следва

да поясним, че освен в СУ, в някои и от другите над 50 висши училища в страната – Нов български университет, Американски университет в Благоевград, Великотърновски университет, Университет за национално и световно стопанство, Университет за библиотекознание и информационни технологии, Технически университет – София и др., активно се изучават дигитално медийни умения и свързани с тях дисциплини. Там обаче фокусът е върху прилагането на дигиталните технологии за нуждите на науката, бизнеса и администрацията, а не във връзка с развитието на медийната грамотност в смисъла на цялостното ѝ разбиране.

Ще завършим анализа си с извода, че описаната образователна реалност подсказва необходимост от прилагането на целенасочена програма по медийна грамотност, за да може възможностите на последната да надхвърлят предизвикателствата, с които тя е свързана.

3. ЦЕЛИ, ОБОСНОВКА И ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОГРАМАТА ЗА ОБУЧЕНИЕ ПО МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ, СВЪРЗАНА С ПРОЕКТА ЕМСІ

Като се имат предвид характеристиките на българския контекст и изводите от проведения цялостен анализ, стигаме до заключението, че успешното прилагане на тази европейска инициатива се нуждае от постигането на следните четири цели:

1. Създаване на гъвкава система за квалификация и преквалификация на практикуващите учители по медийна грамотност, позволяваща им възможност след преминаване през нея свободно и с желание да я интегрират като образователен подход в дисциплините, които преподават, като по този начин пряко подпомагат обучаемите от различни възрасти по отношение на формирането на медийната грамотност.

2. Включване на различни аспекти на медийната грамотност – педагогически, психологически, журналистически, правни и етични, в образованието на бъдещите учители (понастоящем студенти в Софийския университет), с цел запознаването им със същността на подхода като алтернатива на традиционните практики за обучение и преподаване, и двете за жалост – все още широко практикувани в българската образователна среда.

3. Убеждаване на участниците в обучението да използват цифрови инструменти и платформи на всички нива на образование.

4. Подобряване на осведомеността на българското общество за същността и ролята на медийната грамотност като основна компетентност на дигиталната ера.

Постигането на тези цели предполага и изпълнението на следните конкретни задачи:

- теоретичен анализ на източници, концепции и практики, свързани с развитието на медийната грамотност;
- провеждане на изследване сред учители и ученици, разкриваща тенденциите в тяхното медийно поведение по отношение на:
 - видове използвани дигитални средства;
 - цели за използването на тези средства;
 - нагласи към използването на дигиталните средства;
 - нагласи към използването на дигиталните средства за нуждите на обучение и образование;
 - разбиране на същността на медийната грамотност;
- анализ на средата за идентифициране на силни и слаби страни, възможности и предизвикателства, свързани с развитието на медийната грамотност в България;
- разработване на програма за обучение за развитие на медийна грамотност в България;
- анализ на изпълнението на изискванията на Европейския съюз в областта на медиите;
- идентифициране на основните фактори, които позволиха успешното прилагане на развитието на медийната грамотност в различни национални условия и при наличието на различни специфики;
- преглед на опита на водещи европейски практики в развитието на медийната грамотност;
- адаптиране на опита на тези практики в съответствие с българския контекст;
- избор на модел за развитие на медийната грамотност в България;
- подготовка на програма за обучение по медийна грамотност и включване на нейните елементи на различни етапи на обучение.

Прилагането на този системен подход при изпълнението на дейностите по проекта ЕМСІ в България наложи разглеждането на медийна грамотност (и по точно на същността на формирането ѝ) на следните четири ключови нива:

- А) Разбиране на медиите (Media understanding);
- Б) Медийна осъзнатост (Media Awareness);
- В) Медийни нагласа (Media Attitude);
- Г) Медийно поведение (Media Behavior).

Основните предвиждани резултати по проекта включиха:

- а) дизайн на учебна програма по медийна грамотност, приложима по отношение на подготовката на настоящи и бъдещи учители;
- б) създаване на устойчив модел за развитие на медийната грамотност в България, позволяващ прилагането му и след края на разглежданата в тази студия проектна инициатива.

Това означаваше не само да се подготви цялостна програма за обучение, отговаряща на нуждите на българския контекст, но и въз основа на проучен водещ опит да се организират система и структури, които да поддържат формирането на медийна грамотност в бъдещите години и да я направят неразделен елемент от образованието. Част от този план – цел на проекта – бе обучението на поне 100 души, които след приключването му не само да могат да използват и прилагат средствата на медийната грамотност в различни професионални контексти, но и самите те да бъдат обучители. Планирано бе и осигуряването на система за бъдеща преквалификация и допълнителна квалификация на тези обучители, както и на всички други, преминавали през програмата с оглед на динамичните промени в дигиталните технологии, и в разнообразните и непрестанно растящи като брой сфери на тяхното приложение. Тази програма стана възможна благодарение на систематична и целенасочена работа със студенти-бакалаври, магистри и докторанти – обучавани в специалност „Медийна педагогика и художествена комуникация“, ФНОИ, студенти-бакалаври по „Комуникационен мениджмънт“, ФЖМК и с магистранти по „Методика на чуждоезиковото обучение“, ФКНФ.

4. МЕТОДОЛОГИЯ, ЦЕЛЕВИ ГРУПИ, УЧЕБНО СЪДЪРЖАНИЕ, НАЧИН НА ОБУЧЕНИЕ

Проведеният анализ на цялостната среда в България несъмнено показва, че основната целева група на програмата трябва да включва:

а) настоящи и бъдещи учители в началните училища, тъй като над 51% от децата в страната започват достъп до интернет преди да тръгнат на училище;

б) настоящи и бъдещи преподаватели по чужди езици, тъй като FLT се счита за висок приоритет в страната и следователно учениците от всички нива на образование изучават чужди езици през целия курс на обучение в училище и университет;

в) настоящи и бъдещи журналисти, ангажирани с производството на образователни програми.

В полза на подобно решение бе фактът, че трите съответни факултета на Софийския университет (като цяло най-доброто висше учебно заведение в страната), обучаващи гореспоменатите групи учащи, са участвали в проекта и техните ръководители демонстрират готовност да предложат активна подкрепа за реализирането на проекта.

Освен това стана ясно, че интервенцията трябва да започне от София, където:

а) концентрацията на ресурси (административни, социално-икономически, технологични, културни и образователни) е най-висока, включително и що се отнася до броя на ученици и студенти;

б) преобладава положително отношение към формирането на медийната грамотност, което повишава шансовете за цялостен успех на инициативата по проекта.

Този избор неизбежно повлия и на съдържанието на програмата за обучение, където области като медии, педагогика, образователни технологии и изследвания, и приложението им за нуждите на лично и професионално развитие, се разглеждат като ключови. Съществено за избора е и разбирането на медийната грамотност като *комплекс от дигитални умения, образователен подход*, основан на използването на дигиталните средства и критичното мислене и нагласа към повишена гражданска активност. Въз основа на гореизложените съображения като основни теми програмата включи:

1. Комуникация, познание, обучение. Мястото на медиите и дигиталните технологии в образованието. Информационна, медийна и дигитално медийна грамотност;

2. Създаване на включваща образователна среда;

3. Критичното мислене като начин за формиране на медийната грамотност. Стиллове на комуникация и стиллове на учене;

4. Медии и журналистика. Новините като теми, съдържание и форма;

5. Етични, педагогически, социологически, психологически и правни аспекти на медийната комуникация и грамотност;

6. Работа с дигитални медийни платформи за целите на преподаване и учене;

7. Преподаване на медийната грамотност: ключови проблеми области и въпроси;

8. Медийни ефекти и техните следствия. Информационни разстройства: същност, видове и форми;

9. Онлайн тормоз и онлайн манипулация;

10. Справяне с информационни разстройства и медийни манипулации чрез средствата на медийната грамотност.

Това учебно съдържание, адаптирано към конкретните нужди на целевите групи, съставени от студенти – бъдещи педагози, журналисти и учители по чужд език, бе апробирано през 2019 година от преподавателите, участници в проекта, сами преминали през подобно обучение в Нидерландската академия по медийна грамотност, гр. Алмейре. Учебното съдържание се предлага в рамките на 90 учебни часа, под формата на отделни модули, обхващащи посочените по-горе теми. Половината от часовете са във формат „присъствено обучение“, а другата половина се провежда в онлайн режим, позволяващ на студентите да използват по-гъвкаво времето си, както и да се възползват максимално от „обърната класна стая“ като образователен подход. Участниците работят самостоятелно с предварително подготвени пакети с учебни материали – индивидуално и в малки групи, което позволява плавен трансфер на теоретичните знания, придобити в режим онлайн, преди провеждането

на присъствените часове. А по време на последните обучаемите дискутират относно някои по-сложни въпроси, представляващи трудност и изискващи анализ, както и представят, и обсъждат самостоятелно и под контрола на преподавател изпълнените задачи. Методът насърчава мотивацията и позволява по-добро усвояване на знания, умения и положителни нагласи, свързани със съответните теми от съдържанието на учебната програма. По време на обучението студентите работят активно и по изготвянето на свой собствен план за използване на дигиталните средства за медийна грамотност по отношение на проблеми, представляващи интерес за тях самите. Разработването на този план им позволява да прилагат придобитите медийни компетенции в условията на различни житейски обстоятелства. Курсът е планиран за период от петнадесет седмици. След успешното завършване на обучителната програма – защитен работен план и положен изпит – студентите получават *Сертификат за медийна грамотност*. Притежателите на такъв сертификат получават и три кредита в съответствие с изискванията на българската образователна система. Общата динамика на развитието на дигиталните медийни технологии и средства води до постоянни промени в самия им контекст на прилагане, което налага постоянна необходимост от актуализиране на програмата; и следователно води до необходимост допълнителна квалификация. Възможности за това са предвидени чрез участие в кратък курс от осем учебни часа – предлаган в Софийския университет в началото на всеки зимен и летен семестър. Курсът е във формата „лице в лице“, с продължителност от осем академични часа и кратка практическа групова задача, изпълнявана на място.

Така подготвената учебна програма позволява усвояването на следните:

1. *Знания:* В края на програмата студентите познават добре самата същност и цели на медийната грамотност, т.е. те:

1.1. Разбират динамиката на връзките между медиите, медийните технологии, комуникацията и образованието;

1.2. Познават същността и целите на планирането в образованието;

1.3. Разбират същността и структурата на новините и технологията на тяхното производство;

1.4. Разбират характеристиките на основните социални мрежи и дигитални платформи;

1.5. Разбират предимствата и недостатъците на работата в дигитална среда;

1.6. Познават технологията на производство на медийно съдържание;

1.7. Оценяват критично медиите от гледна точка на качеството и съдържанието.

2. *Умения:* В края на програмата студентите могат да:

2.1. Работят фокусирано и аналитично;

2.2. Формулират и постигат учебни цели;

2.3. Комуникират ефективно с различни целеви групи;

- 2.4. Подготвят фокусирани и атрактивни дидактически презентации;
- 2.5. Използват дигитално-медийни инструменти и платформи за лични и професионални нужди;
- 2.6. Работят етично и безопасно с дигитални медийни инструменти и технологии;
- 2.7. Преподават медийна грамотност.

3. *Нагласи:* В края на програмата студентите имат положителни нагласи относно:

- 3.1. Същността и динамиката на прилагането на дигиталните медийни средства, съдържание и среда;
- 3.2. Използването на дигиталните средства, среда и съдържание за целите на обучение, образование и личностно и професионално развитие;
- 3.3. Взаимовръзките между медиите, технологиите и образованието;
- 3.4. Необходимостта от постоянно развитие, което изисква актуализиране и обновяване на знания, умения и компетенции, свързани с дигиталните средства и среда;
- 3.5. Необходимостта от разбиране на дигиталните средства и технологии.

По отношение на своето съдържание програмата за медийна грамотност изисква спазването на следните принципи:

1. Обучителното съдържание следва да бъде представено положително и конструктивно. Съдържанието не бива да се фокусира главно върху рисковете и опасностите на дигиталните медийни технологии, а по-скоро да акцентира активно върху техните предимства и върху възможностите, които тяхното използване предлага.

2. Съществено е не толкова предпазването на потребителите на дигиталните средства и среда от евентуалните скрити рискове и опасности, свързани с различните медийни ефекти и техните следствия, а по-скоро повишаването на осведомеността им за същността на дигиталните медии и възможностите и предизвикателствата, което тяхното ежедневно прилагане предлага.

5. ОЦЕНКА НА ЗА ПРОГРАМАТА ЗА РАЗВИТИЕ НА МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ

Апробирането на описаната по-горе програма като цяло се приема много положително както от участниците в нея, така и от различни специалисти по медийна грамотност, неучастващи в проекта. Надеждата е, че включването ѝ в учебните планове на педагогическите специалности на висшите учебни заведения ще допринесе за цялостното повишаване на нивото на развитие на медийната грамотност в България. Към настоящия момент тя се предлага в някои от факултетите на Софийския университет на ниво бакалаври, магистри и докторанти, както следва:

- в специалност „Медийна педагогика и художествена комуникация“ – ниво бакалаври, магистри и докторанти, ФНОИ;
- „Предучилищна и начална училищна педагогика“ – ниво магистри, ФНОИ;
- „Образователни науки и интеркултурно образование“ – магистри, ФНОИ;
- „Методика на чуждоезиковото обучение“ – магистри, ФКНФ;
- „Език, комуникация и медии“ – магистри, ФКНФ;
- „Комуникационен мениджмънт“ – бакалаври, ФЖМК.

Наред с това различни аспекти на програмата съставляват ядрото на дисертационните трудове на осем докторанти от ФНОИ, СУ. В края на февруари 2020 Издателството на Софийския университет пусна книга, озаглавена „Медийната грамотност: преосмисляне на опита“, обобщаваща практиките, апробирани по проекта, превръщайки я във възможност за по-широка академична и обществена дискусия по темата. Официалното представяне на книгата беше планирано да се състои на 11 март 2020 г., но поради обявеното извънредно положение, следствие на пандемията КОВИД–19, бе отложено за месец юни. За тогава е планирано и представяне на още една книга, със заглавие „Теоретични идеи и приложни изследвания по медийна педагогика“, също със фокус върху развитието на медийната грамотност в България.

По време на работата по проекта ЕМСІ в Софийския университет бяха проведени две мащабни международни конференции (всяка с по над 300 участници), изследващи различни форми на креативност и иновациите в образованието, отделяйки специално внимание и върху медийната грамотност. В страната вече трета година работи Българската коалиция за медийна грамотност, в която част от участниците в проекта вземат активно участие. Именно чрез тази коалиция огромен брой практикуващи учители по различни предмети в цялата страна получават насоки и съвети как да включат уменията за медийна грамотност в ежедневната си работа в клас. Всички тези факти говорят, че все повече развитието на медийната грамотност придобива висок приоритет като основна компетенция на 21 век.

Що се отнася до описаната в тази студия обучителна програма, тя получи много висока оценка от участниците, тъй като почти 60% от студентите я оценяват като „силно позитивна и подходяща“, 35% я смятат за „положителна“, а останалите по-малко от 5% се чувстват неутрални, без нито един от анкетираните да е изразил недоволство от резултатите на прилагането ѝ.

6. БЪДЕЩИ ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ НА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ В БЪЛГАРИЯ И УСТОЙЧИВОСТ НА ПРЕДЛАГАНИЯ МОДЕЛ

Целите на проекта European Media Coach Initiative включиха:

А) Създаването на работеща учебна програма по медийна грамотност, способна да интегрира практиките на участващите в нея като нов образователен подход;

Б) Изследване и използване на педагогическите, психологическите, журналистическите, правните и етичните аспекти на формирането на медийната грамотност в образованието на бъдещите учители;

В) засилване на прилагането на дигитални технологии и средства във всички области на живота;

Г) подобряване на осведомеността на българското общество за същността и ролята на медийната грамотност като основна компетентност в дигиталната ера.

Резултатите от проекта в България говорят в полза на факта, че тези цели вече се постигат при това по систематичен и последователен начин. Усилията, направени от Министерството на образованието и науката, да се даде по-голям приоритет на ролята на медийната грамотност, въпреки отсъствието на цялостна национална стратегия в тази област, заедно с дейността на Българската коалиция за медийна грамотност и нарастващият брой на нейните членове, успоредно с актуализацията на академичните учебни програми с акцент върху развитието на медийната грамотност – всички тези стъпки осигуряват доказателство за оптимизъм. И не на последно място – цялостният опит на проекта допринесе за разбирането (поне по отношение на българския контекст), че на медийната грамотност следва да се гледа не като на предмет, който трябва да бъде просто поредната друга дисциплина, преподавана в различните етапи на обучение, а по-скоро да се разглежда като цялостен образователен подход, чието прилагане се случва по всички предмети, т.е. като средство за използване на медиите и цифровите технологии като инструмент за формиране на критично мислене.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По време на реализацията на проекта българският екип се опита да разкрие същността на медийната грамотност като цялостен образователен подход, който отговаря на изискванията на дигиталния 21-ви век, и да предложи устойчив модел за развитие на медийната грамотност в България, основан на пълноценна мащабна програма за обучение и работен механизъм, който гарантира нейното поддържане и управление през следващото десетилетие. В академичните про-

грами на студентите от Софийския университет са включени различни модули от програмата, а сега голяма част от преподаватели и студенти използват в практиката си методите „обърната класна стая“ и „коучинг“.

Многобройните изследователски и практически задачи, включени в разработените пакети по програмата представляват набор от подходящи инструменти за обучение, които могат да бъдат използвани в бъдеще. Анализът на цялостната медийна и социална среда, проведен по време на проекта, може да служи за целите, както на управленско ниво – за формулиране на образователни стратегии и политики, така и на ниво приложни изследвания – като референтни идеи при подготовката на курсове за обучение. Моделът за изпълнение на програмата като следдипломна квалификация и планираното внедряване на новите технологии за актуализиране на компетенциите на медийната грамотност позволяват нейното устойчиво развитие и непрекъснато усъвършенстване на съдържанието, свързано с постоянните възможности и предизвикателства, пред които бъдещото технологичното развитие тепърва ще ни изправя.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Danov, D. (2017). Digitalizacia i socialni transformacii. [Данов, Д. Дигитализация и социални трансформации]. In *Chujdoezikovo obuchenie*, 1, 2017, D. Veselinov (Ed.). Sofia: University press “St. Kliment Ohridski”.
- Danov, D. (2018). Socializacia i medijna kultura. [Данов, Д. Социализация и медийна култура]. In Danov, D. & N. Tsanev (Eds.) *Smesenoto obuchenie: modernizirane na obrazovaniето cher tehnologiite*. Sofia: Junior Achievemnets Ltd].
- Danov, D. (2019). Planirane na savremennoto obuchenie, [Данов, Д. Планиране на съвременното обучение]. In D. Veselinov. (Ed.). *Pedagogika na dobrite vazmozhnosti*. Sofia: University press “St. Kliment Ohridski”.
- Danov, D. A Model for Application of Media Literacy Education, in CEECOM Conference Reports, approved for publication by University press “St. Kliment Ohridski”, Sofia, Bulgaria, accepted for publishing, due in 2020.
- Danov, D. (2020). Medijnata gramotnost: preosmisliane na opita. [Медийната грамотност: преосмисляне на опита]. Sofia: University press “St. Kliment Ohridski”.
- Kanchev, P. (2018): Kanchev, P. (2016). Detsata na Bulgaria-online. [Деца на България – онлайн]. Bulgaria, Sofia: Safe Net
- White Paper on Freedom of Speech in Bulgaria. [Бяла книга за свободата на словото в България]. Retrieved on 30.10.2019 from https://clubz.bg/62731bqla_kniga_za_svobodata_na_mediite_v_bylgaria
- Bulgarian Institute of Statistics Databook [Данни на НСИ от 22.05.2018]. Retrieved on 30.10.2019 from <http://www.nsi.bg/>

ЗА АВТОРА

Доц. дн Данаил Данов е преподавател към катедра „Предучилищна и медийна педагогика“ във Факултета по науки за образованието и изкуствата на СУ „Св. Климент Охридски“. Изследователските му интереси са в области като журналистика, медии и комуникации, медийна педагогика и медийна грамотност, методика на чуждоезиковото преподаване и използването на дигитални технологии за образователни цели. Автор е на седем монографии, осем студии и над осемдесет статии, публикувани в България и чужбина.

Контакт: dkdanov@uni-sofia.bg

ABOUT THE AUTHOR

Danail Danov is an Associate Professor at the Department of Preschool and Media Pedagogy, Faculty of Educational Studies and the Arts, Sofia University. His research interests cover areas such as journalism, media and communication, media literacy and pedagogy, methodology of FLT and application of digital technology in education. Danail Danov has a PhD and D.Litt. degrees in educational studies and has numerous publications in the field both in Bulgaria and abroad.

Contact: dkdanov@uni-sofia.bg