

ПРИЛОЖЕНИЕ НА ЕВРОПЕЙСКАТА ИНИЦИАТИВА ЗА ОБУЧЕНИЕ ПО МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ В БЪЛГАРИЯ

Данаил Данов, Мадлен Данова

Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Резюме. Статията разглежда изпълнението на международния проект „Европейска инициатива за обучение по медийна грамотност“ в България от страна на СУ „Св. Климент Охридски“ – един от седемте участници в тази мащабна тригодишна проява, включила още Европейската асоциация за защита на медийните потребители (European Association of Viewers Interests, EAVI), Нидерландската академия за общество и медии (Nationale Academie voor Media & Maatschappij), Атинския педагогически институт (Pedagogical Institute, Athens), Университета на Лисабон (Instituto Universitário de Lisboa, Iscte), кипърския Европейски университет (European University, Cyprus) и румънския клон на фондацията „Актив уотч“ (Active Watch, Bucharest). Без да се спира на целите на проекта, пряко свързани с подобряване нивото на медийната грамотност в пет страни на Южна Европа – България, Гърция, Кипър, Португалия и Румъния, статията се съсредоточава в подробности относно приложението му в България, включително върху дейностите по анализ и планиране, самото изпълнение и постигнатите успешни резултати. Сред тях са разработване на гъвкава система за квалификация и преквалификация на учители, работещи в областта на медийната грамотност, включване на различни аспекти на медийната грамотност в учебните програми в системата на образованието, обучения, позволяващи на участниците да използват цифрови инструменти и платформи за възходящо личностно и професионално развитие, както и подобряване на цялостната осведоменост на обществото относно същността и ролята на медийната грамотност в условията на XXI век.

Ключови думи: медийна грамотност; резултати; анализ; планиране; учебни програми

Въведение

Медийната грамотност в България най-често се свързва с развитието на компетентности в новите технологии. Тя включва способността да се разбират правилно медиите като среда, средства и съдържание. Този дефиниран комплекс със сигурност включва управление на медиите – умения

за работа с информационни и комуникационни технологии, умения за използване на медии за различни цели и в голямо разнообразие от контексти, умения за търсене, проверка и разпространение на информация. В допълнение към това медийната грамотност набляга още на уменията за критично мислене и ангажираността в обществения живот чрез медиите. Последното ще рече, че хората, които използват медиите, се нуждаят не само от различни технологични умения, но и от способността да интерпретират и анализират едновременно различните източници на информация. Именно затова все по-голям брой международни и национални политически документи изискват включването на медийната грамотност на всички нива на образованието и това днес рефлектира в изисквания от длъжностните характеристики, отнасящи се до все по-голям брой професии. Макар и да е безспорно, че използването на информационни и комуникационни технологии в глобален мащаб непрекъснато се разширява както по обхват, така и в дълбочина, в много части на света, включително и в България, все още липсва информираност относно факта, че новите технологии следва да улесняват по-добрата и по-хуманна комуникация, че трябва да се разглеждат по-скоро като инструмент, а не като крайна цел. Нещо повече, в световен мащаб все повече се затвърждава мнението, че „връзката между новите обучителни сценарии и новите елементи на дигиталната ера се обуславя от целия набор от компетентности, изградени от медийната грамотност [...] като този набор от компетентности предполага и нова концептуализация на грамотността“ (Pérez-Escoda 2018/2019, 289).

Изобилието от информация, достъпна за медиите и технологиите, не гарантира само по себе си повишено обществено познание. Този парадокс, на пръв поглед, може да представлява сериозна заплаха за демокрацията – не от насилствени атаки, а от апатия, пасивност, неосъзнатост и навик постоянно да се разпространява и излага невярна и/или неетична информация. С други думи, технологичният напредък, включително навлизането на медиите в различни аспекти от личния живот, правят потребителите им още по-уязвими. Следователно гражданите трябва да имат способността да използват медиите и да се възползват от тях, а не да бъдат хванати в капана на фалшиви новини, манипулации и измами. Накратко казано, медийната грамотност би могла да се разглежда като методология за по-добро разбиране, усвояване и управление на медийна информация, своеобразна пътна карта за обучение и преподаване, като ефективен инструмент за личностно и професионално развитие.

Медийната грамотност в България

Въпреки пълноправното си членство в Европейския съюз от 01.01.2007 г. и към настоящия момент България все още е далеч от средните стандар-

ти за развитие на медийната грамотност в Съюза, класирайки се на 26-о място от 27 държави. Факт, който позволява да се твърди, че препоръките и директивите на ЕС не се прилагат ефективно в страната. През учебната 2018/2019 г. българското Министерство на образованието и науката осигури за първи път часове по медийна грамотност в училище, но това стана възможно в относително малък брой училища. Все още не е публикувана всеобхватна стратегия за развитие на медийната грамотност, въпреки че някои конкретни насоки в тази област могат да бъдат намерени в Стратегията за ефективно прилагане на информационните и комуникационните технологии в образованието и науката на Република България (2014 – 2020), приет през 2014 г.

Като цяло, образователната система в България все още не е в състояние пълноценно да предложи целенасочени и взаимосвързани политики като част от единна стратегия за развитие на медийна грамотност в страната и инициативите в тази област са недостатъчни – преди всичко резултат от усилията на академични и неправителствени организации. Това състояние на нещата представлява основната причина за участие в разглеждания в статията европейски проект, насочен към повишаване на нивото на медийна грамотност в пет страни и имащ за цел да разработи устойчив модел за прилагане на програма за обучение в тази област.

Липсата на официална и надеждна информация е сериозна пречка за опитите за качествено проучване на българската медийна индустрия, която се характеризира със силно непрозрачно функциониране. Дистрибуцията и продажбите на печатните издания са неясни. Радиосекторът работи в режим на известна неяснота. Публични данни за пазарните дялове на основни играчи и медийни групи не се поддържат редовно. Подобна е ситуацията и с онлайн медиите, където не се публикуват пазарни дялове на отделни компании. Всичко това води до проблеми, тъй като точните данни трудно могат да бъдат коментирани поради дефицит на прозрачност – не всички издатели на печатни издания спазват законовото изискване да декларират истинските си собственици. Електронните медии продължават да се възползват от възможностите за регистрация на офшорни фирми, което прави невъзможно истинската точна идентификация. Оценката на състоянието на медийната свобода в България, направена от няколко реномирани агенции, като Freedom House, IREX и „Репортери без граници“, извършена през последните десет години, показва постоянен спад от 70-о до 111-о място сред 190 анкетирани държави. Изготвената Бяла книга за свободата на словото в България твърди, че „независимите медии и журналисти в България са под безпрецедентен натиск“, както и че „ако различните групи медийни проблеми не бъдат адресирани своевременно, свободните медии в България ще изчезнат напълно“.

В заключение е важно да споменем, че за последните 30 години българският медиен пазар претърпя сериозна промяна във възходяща посока. Въпреки това ключовите технологични, икономически и социални развития едва ли са допринесли за по-добро производство на медии и качество на съдържанието. Изследванията на медийната среда извеждат на преден план нарастваща необходимост от повишаване нивото на медийна грамотност в българското общество както като начин за успешно противодействие на някои негативни тенденции, така и като възможност за използване на предимствата, които съвременната дигитална медийната среда може да предложи за изграждане на балансирано и демократично общество.

За да се създаде добър модел за обучение по медийна грамотност, се наложи необходимостта от задълбочен анализ на някои от основните социални и демографски характеристики в България. Нашият анализ се фокусира върху следните параметри:

- профил и брой на представителите на конкретна целева група, насочена към дейностите на проекта;
- естество и брой на използваните цифрови медийни инструменти (смартфони, таблети, лаптопи, персонални компютри);
- брой на учители в началните училища;
- степен на интерес сред засегнатите страни, които да бъдат включени в изпълнението на такова обучение, т.е. яснота относно нагласите на учениците, родителите, учителите, директорите на училищата по отношение на развитието на медийната грамотност;
- възможности и предизвикателства, създадени от цялостната образователна среда;
- възможни източници на финансова подкрепа за такава мащабна инициатива.

Статистиката за България показва, че повече от 51% от 7-годишните деца получават достъп до интернет преди да започнат училище и преди да могат да пишат и четат. Наблюдава се значително увеличение на използване на цифрови медии от деца – смартфони, таблети и т.н. Според съвместно проучване, проведено през 2016 г. от УНИЦЕФ България и Държавната агенция за защита на детето, 93% от българските деца използват интернет ежедневно, 20% от децата контактуват с други хора главно чрез интернет. Данните на Националния статистически институт (НСИ) показват, че към 2017 г. в страната има 1969 училища. Общият брой на учениците в страната е 587 800, от които 19% (близо 112 000) учат в столицата София.

Тези данни илюстрират широкото възприемане на цифрови технологии и инструменти в българското общество, включително от деца. И по този начин, необходимост от развиване на умения за критично мислене, за разбиране, анализ и оценка на медийното съдържание. Освен това изглежда,

че по-голямата част от възпитателите, родителите и учителите също нямат компетенции по медийна грамотност.

Всичко това беше потвърдено от анкети, проведени сред над 300 учители и над 100 ученици, проведени независимо от членове на екипа на проекта и водещи организации с нестопанска цел – включително Асоциацията на родителите и фондация ARC – и двете работещи в областта на дигиталната медийна грамотност. Всичко казано по-горе затвърждава убеждението, че именно сред работещите учители и бъдещите такива развиването на компетентности за медийна грамотност трябва да бъде основният фокус. Необходимо е и задълбочено и критично проучване на обучението по медийна грамотност, практикувано на всички нива на българското образование, за да се разработи ефективна учебна програма, способна да преодолее настоящия дефицит. Проведеното от нас изследване показва, че някои предмети, свързани с медийната грамотност, се преподават в българските училища веднага след първата година в клас и остават в учебните програми до последните две години в училище, т.е. XII клас. По време на основното си образование в училище децата годишно имат 32 часа (по един час на седмица) по информационни технологии. Учебната програма, целяща придобиването на основни знания, умения и положително отношение към цифровите технологии, включва темите „Изчислителни системи“, „Информационни науки и информационни дейности“, „Електронни комуникации“ и „Информационна култура“. По-конкретно обучението се фокусира върху:

1. придобиване на основни умения за използване и приложение на цифрови инструменти като персонални компютри, таблети, лаптопи, смартфони и др.;
2. придобиване на фундаментални знания, свързани с различни информационни дейности и яснота относно функционалностите на цифровите инструменти;
3. придобиване на основни умения за използване на компютърни приложения;
4. въвеждане на основни етични принципи, свързани с използването на цифрови медии;
5. развитие на позитивно отношение към цифровите технологии и готовност за тяхното използване в ежедневието.

Задълбоченият анализ на този подход обаче показва, че постигането на поставените цели остава доста проблематично. Що се отнася до цел 1, децата в повечето домакинства вече притежават най-основните умения, необходими за използването на цифрови медийни инструменти. Освен това учителите класифицират технологичните инструменти, налични в момента в българските училища, като „остарели“, „бавни“ и функционал-

но „доста неподходящи“ за ежедневно приложение, особено в сравнение с тези, които децата използват в домовете си (интервюта със 100 учители, проведени от екипа на Проекта през 2019 г.). Същото важи и за Цел 2 и Цел 5, поне когато става въпрос за начина, по който Министерството на образованието и науката ги прилага. Остарелите училищни технологии, предлагани на децата, създават представа сред тях, родителите и учителите, че „училищата не са в състояние да отговорят на нуждите на съвременния живот“ (интервюта със 100 учители, проведени от екипа през 2019 г.). Подобни нагласи възпрепятстват пълното постигане на Цел 4, тъй като изглежда, че остарелите технологии в училищата привнасят допълнително негативно отношение, отнасящо се до „липса на релевантност на училището към днешните реалности“. Освен това, тъй като много често в много български училища липсват съвременни цифрови приложения, които повечето деца постоянно използват у дома, това възпрепятства постигането на Цел 3, като по този начин допринася за създаването на гореспоменатите негативни нагласи.

Що се отнася до развитието на медийната грамотност, в прогимназиалния етап учениците са задължени да изучават „Информационни технологии“ (веднъж седмично). Основната идея зад това е подобряването на вече придобити дигитални умения. Следователно училищните 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, графики, снимки, видео, както и да работят свободно с различни цифрови приложения. Те също така трябва да интерпретират различни формати, да превеждат текст в графики и обратно и да обясняват снимки, аудио и видео. Освен това те трябва да могат да търсят и проверяват информация в интернет. С други думи, в допълнение към техническите умения децата трябва да могат да интерпретират и оценяват медийно съдържание. Да се ангажират в по-голяма степен с различните елементи, които съставят медийна грамотност, а именно достъп, анализ, оценка и дизайн на медийно съдържание, тъй като това върви ръка за ръка с развитието на критичното им мислене. Основните цели, поставени в момента към училищните програми на прогимназиално ниво, включват 1. компютърни умения; 2. умения за свободна навигация в интернет с помощта на търсачките; 3. разширени знания за функционалността на компютърната система и уменията за обработка и представяне на информация; 4. умения за проектиране и обработка на текст, графики, снимки и видео; 5. умения за анализ на форматите, споменати по-горе; 6. умения за проектиране, архивиране и извличане на компютърни файлове.

Изследванията, базирани на интервюта със 100 учители, показват, че постигането на тези цели отново е проблематично. Според интервюираните учители над 95% от учениците в гимназията вече могат да използват компютри и да познават техните функционалности, над 80% могат да се ориентират успешно в интернет с помощта на смартфони, таблети, лаптопи и др. По-малко от 50% обаче използват цифрови инструменти за целите на обучението, факт, който прави Цели 4, 5 и 6 безсмислени. Предвид относително високия процент учители, които сами не са достатъчно компютърно грамотни, настоящите учебни програми за медийна грамотност стават без особено значение. Освен това изгражданите целеви умения остават неизползвани по отношение на останалите предмети, т.е. български език, математика, науки, хуманитарни науки и чужди езици. Основната причина за това е липсата на правилно разбиране на медийната грамотност като ключова културна характеристика на реалностите на XXI век. Дори нивото на гимназиалното образование (VIII – XII клас) изглежда неспособно да се справи достатъчно добре с нея. През този период учениците трябва да изучават предмет, наречен „Информационни технологии“, предлаган веднъж седмично. Тук учениците следва да се фокусират върху 1. информационни технологии и компютърни системи; 2. обработка на текст; 3. графичен дизайн; и 4. дизайн на интегрирани файлове, докато жизненоважните учебни цели, свързани с развитието на медийната грамотност, включват: а) разбиране на ролите и функциите на цифровите медийни инструменти; б) развиване на умения за използване на технология за решаване на проблеми; в) спазване на правилата за безопасност и етични правила.

Изследванията ни показват, че по-голямата част от учениците вече са добре запознати с функциите на цифровите инструменти, въпреки че ги използват предимно за забавление, междуличностна комуникация и търсене на информация. Ключовото обяснение за този дефицит е, че учениците не се фокусират последователно върху решаването на проблеми по време на училище, реалните казуси не се използват като инструмент за образование и формирането на медийна грамотност не се подчертава адекватно в различните предмети, преподавани в училище. Следователно дори когато е част от житейския опит на учениците, медийната грамотност едва ли е свързана с училищното образование. Вместо това се разглежда като нещо, което учениците са научили далеч от училище. Според обучаемите училищното образование ги натоварва със знания, за които твърдят, че не са от значение за реалния живот (интервюта със 100 студенти от Софийския университет – Факултета по журналистика и масова комуникация, Факултета по класически и нови филологии и Факултета по науки за образованието и изкуства). Що се отнася до обучението в училище през последните

две години (XI и XII клас), в училищните програми часове, свързани с медийната грамотност, не са включени най-вероятно защото авторите на учебни програми за гимназия смятат уменията за медийна грамотност като вече създадени.

Развитието на медийната грамотност на ниво висше образование в България предлага някои положителни примери. Вече трета година Факултетът по журналистика и масова комуникация на Софийския университет предлага на студенти по комуникационен мениджмънт – бакалавърска степен, програма за медийна и информационна грамотност. На студентите от Факултета по науки за образованието и изкуства в същия университет се предлага бакалавърска програма, озаглавена „Медийна педагогика и художествената комуникация“, силно фокусирана върху подготовката на бъдещите учители да използват и прилагат дигитална медийна грамотност в детската градина и началното училище. Докато Факултетът по класически и нови филологии на СУ предлага магистърска програма по „Методика на чуждоезиковото обучение“, застъпваща в сериозна степен дидактиката на медийната грамотност и реалното използване на дигиталните инструменти при преподаване и учене.

Някои от другите (над 50) университета в страната предлагат програми по журналистика, комуникации и медии (Американски университет, Великотърновски университет, Университет за национално и световно стопанство, Нов български университет, Университет по библиотекознание и информационни технологии и др.). В тях обаче фокусът е върху компютърните технологии, компютърните мрежи, информационните системи, разработването на софтуер, интелектуалната собственост, прилагането на технологии в бизнеса и администрацията, а не върху развитието и приложението на медийната грамотност. Казано накратко, реалността показва, че докато медийната грамотност вече става приоритет в българското образование, все още има дълъг път, преди ползите от подобно обучение да започнат да надвишат предизвикателствата.

Обучителна програма, разработена по проекта European Media Coach Initiative в България

Цели, обосновка и очаквани резултати

Като се вземат предвид характеристиките на българската среда и констатациите от анализа, предложен по-горе, стигнахме до заключението, че успешното изпълнение на Проекта зависи от постигането на следните четири цели.

1. Създаване на гъвкава система за квалификация и преквалификация на учители, желаещи да използват възможностите на обучението по медийната грамотност, с цел интегриране на подхода в дисциплините, които

преподават в момента, и по този начин да подпомогнат пряко учащи се от различни възрасти в развитието на медийна грамотност.

2. Включване на различни аспекти на медийната грамотност – педагогическа, психологическа, журналистическа, правна и етична – в обучението на бъдещите учители с цел разбиране на същността на подхода като алтернатива на традиционното обучение и преподаване, все още широко практикувани.

3. Улесняване на участниците да използват цифрови инструменти и платформи на всички нива на образованието.

4. Подобряване на информираността за същността и ролята на медийната грамотност като основна компетентност на дигиталната ера.

Постигането на тези цели наложи изпълнението на следните конкретни задачи:

- теоретичен анализ на източници, концепции и практики, свързани с развитието на медийната грамотност;

- провеждане на анкета сред учители и ученици за разкриване на тенденциите в тяхното медийно поведение по отношение на видове използвани носители; видове използвани цифрови носители; цели в използването на медии; отношение към медиите и цифровите медии; отношение към използването на цифрови инструменти в обучението и образованието; разбиране същността на медийната грамотност; анализ на средата за идентифициране на силни и слаби страни, възможности и предизвикателства по отношение на развитието на медийната грамотност в България;

- 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 са позволили успешното прилагане на медийната грамотност в различни национални контексти и наличието на различни специфики;

- анализ на развитието на медийната грамотност в България;

- преглед на опита на нидерландската инициатива Media Coach като възможност за развитие на медийна грамотност и постигане на по-висока ефективност в тази област;

- адаптиране на този опит към българския контекст;

- идентифициране на значими положителни и отрицателни фактори, които помагат или възпрепятстват формирането на медийна грамотност в България;

- избор на модел за развитие на медийна грамотност в България;

- изготвяне на програма за обучение по медийна грамотност и включване на нейните елементи в различни етапи на обучение.

Прилагането на този подход следваше нидерландския модел за формиране на медийна грамотност на четири ключови нива, т.е. медийна осъзнатост (media awareness), разбиране на медиите (media understanding); отношение към медиите (media attitude) и медийно поведение (media behavior).

Ключовите резултати предвиждаха създаването на устойчив модел за развитие на медийна грамотност в България далеч след края на проектната инициатива. Това означаваше не само да се подготви цялостна програма за обучение, отговаряща на нуждите на българския контекст, но и да се организират система и съответни структури, които могат да поддържат формирането на медийна грамотност през следващите години и да я направят неразделен елемент от образованието. Част от този план бе обучението на най-малко 100 души, способни да използват, прилагат и обучават по медийна грамотност в различен професионален контекст, както и осигуряване на система за тяхната преквалификация и допълнителна квалификация. Справянето с финансовите предизвикателства, свързани с бъдещото прилагане на обучението по медийна грамотност, бе последният поред, но не по значение проблем, на който трябваше да се обърне внимание.

Методология

На базата на разработената от Паоло Чело и екип пирамидална структура на критериите на оценяване на медийната грамотност (Celot 2011, 7 – 8) проведенят анализ на средата показва, че основната целева група на програмата трябваше да включва: а) настоящи и бъдещи учители в началните училища (над 51% от децата в страната започват достъп до интернет, преди да отидат на училище); б) настоящи и бъдещите учители по езици (преподаването на чужди езици е висок приоритет в страната и следователно учащите на всички нива на образование са задължени да изучават чужди езици); в) настоящи и бъдещи журналисти, подготвяни да участват в производството на образователни програми. В подкрепа на това решение бе фактът, че и трите факултета на Софийския университет участваха активно в Проекта, а ръководствата им разглеждат развитието на медийната грамотност като основен образователен приоритет. Стана ясно и че намесата следва да започне от София, където поради концентрацията на ресурси (административни, социално-икономически, културни, образователни, включително повече от половината от общия брой на студентите в страната), както и благодарение на преобладаващото положително отношение към формирането на медийна грамотност, шансовете за цялостен успех на инициативата по Проекта изглеждаха най-високи. Това решение, в крайна сметка, повлия на съдържанието на Програмата за обучение, в която ключови области като медии, образователни изследвания и приложение на технологиите в обучението залегнаха като основни учебни теми, както следва.

1. Комуникация, знания, обучение. Медии и образование. Информационна грамотност, медийна грамотност, дигитална медийна грамотност.
2. Създаване на включваща комуникационна учебна среда.
3. Критичното мислене като начин за формиране на медийна грамотност. Стиллове на общуване и учене.
4. Медии и журналистика. Новините като теми, съдържание и форма. Социални медии.
5. Етични, педагогически, социологически, психологически и правни аспекти на медийната грамотност.
6. Работа с цифрови медийни платформи за преподаване и учене.
7. Преподаване на медийна грамотност: ключови въпроси.
8. Онлайн игри и пристрастяване.
9. Онлайн идентичност и съхранение.
10. Онлайн тормоз и онлайн манипулация. Същност и начини за предотвратяване и управление.

Тази програма бе интегрирана в учебните планове на студентите по образователни науки, мениджмънт на комуникации и преподаване на чужди езици, както и в тези, насочени към настоящи учители, записали се като специализанти (програма за следдипломна квалификация „Медийна грамотност“) в Софийския университет. Всяка тема бе разработена в работен пакет, наречен досие, предоставяно на участниците предварително. По този начин обучаемите могат да работят с досиетата в удобно за тях време (офлайн), а по време на сесиите – присъствени и/или в електронна среда, могат да се фокусират върху по-сложните неща и това, което е останало неясно. Използването на този метод на „обърната класна стая“ се оказа изключително ефективен, позволяващ плавен трансфер на теоретичните знания, придобити офлайн, в практически умения при изпълнението на конкретни задачи и решаването на казуси. Методът насърчава мотивацията и дава възможност за по-добро усвояване на знания, умения и отговорни нагласи, свързани със съответните теми на учебната програма. По време на Програмата участниците работят активно и подготвят свой план за използване на инструменти за дигитална медийна грамотност в собствените си работни практики и/или за провеждане на изследвания по избраната тема, одобрени от ръководителите на курса. Тази стратегия им дава възможност да започнат прякото прилагане на придобитите медийни компетенции и умения в собствената си педагогическа практика. Целият курс на обучение трае дванадесет седмици (включително и изпита). След успешно завършване на Програмата за обучение всички участници получават Сертификат за компетентност по медийна грамотност, издаден от СУ „Св. Климент Охридски“, както и три кредита в съответствие с изискванията на българ-

ската образователна рамка. Това, от своя страна, им позволява самите те да осъществяват обучение по медийна грамотност. Постоянните промени и цялостната динамика на развитие на дигиталните медийни технологии изискват актуализиране на Програмата и за това българските участници в Проекта предлагат възможности за обновяване на вече придобити знания, умения и компетенции. Това става възможно чрез записване на курс (refresher course) за по-висока степен в началото на всеки зимен и летен семестър. Курсът е продължителност от осем академични часа, като включва и кратко задание. Завършилите такава програма участници получават подновен сертификат за обучители, който е валиден за още две години след завършване на курса. Акцентът тук е върху пренасянето на придобитите компетентности в измерими педагогически и дидактически умения, което позволява на всеки участник да види ползите от обучението в собствената си работна среда.

По отношение на съдържанието си Програмата за медийна грамотност изисква спазването на следните принципи.

1. Съдържанието трябва да бъде представено положително и конструктивно. То не трябва да се фокусира главно върху рисковете и опасностите от цифровите медийни технологии, а по-скоро да подчертава техните предимства и възможности за използване.

2. Водещата точка е не толкова в предотвратяването на потребителите на цифрови медии от възможни опасни ефекти, а по-скоро в повишаването на тяхната осведоменост относно същността на цифровите медии и възможностите и предизвикателствата, свързани с приложението им.

Изпълнението на Програмата за обучение бе извършено на четири етапа: септември – декември 2019 г. (присъствено), октомври 2019 г. – януари 2020 г. (присъствено), ноември 2019 г. – февруари 2020 г. (присъствено) и март – юни 2020 г. (частично присъствено, частично в електронна среда). По този начин в края на юни 2020 г. сто и трима студенти бяха сертифицирани като успешно завършили обучението.

Оценка

Пилотното приложение на учебната програма показва, че тя бе приета изключително добре от всички участници – 60% я оценяват като „силно положителна и подходяща“, 35% я смятат за „положителна“, а по-малко от 5% отговарят неутрално, като никой сред респондентите не изразява неудовлетворение от нея. Този факт позволи включването ѝ в някои от бакалавърските и магистърските програми, както и в програмите за следдипломна квалификация, предлагани в Софийския университет, както следва: „Медийна педагогика и художествена комуникация“, БА и МА; „Предучилищна и начална училищна педагогика“, МА; „Интеркултурно образование и интеркултурна комуникация“, МА (ФНОИ); „Методика на

чуждоезиковото обучение“, и „Комуникация: език, литература, медии“, МА (ФКНФ); „Комуникационен мениджмънт“, БА (ФЖМК). Наред с това различни аспекти на тази програма влязоха в основата на дисертационните трудове на осем студенти докторанти от Софийския университет.

През 2020 г. Издателството на Софийския университет реализира монографиите „Медийна грамотност: преосмисляне на опита“ и „Теоретични аспекти и приложни изследвания в медийната грамотност“ – и двете събиращи резултати от изследвания и анализ, реализирани по Проекта. Посочените издания предлагат широка платформа за академична дискусия относно медийната грамотност и нейното значение.

По време на изпълнението на Проекта, от 2018 до 2020 г., Софийският университет стана домакин на две големи конференции (всяка с над 300 участници), фокусирани върху креативността и иновациите в образованието, с особен акцент върху медийната грамотност.

Придобит опит и последващи стъпки

Предвидените цели на Проекта включваха: а) създаване на гъвкава система за квалификация и преквалификация на практикуващи обучители по медийна грамотност; б) включване на педагогическите, психологическите, журналистическите, правните и етичните аспекти на формирането на медийна грамотност в обучението на бъдещите учители; в) подобряване на прилагането на цифрови инструменти и платформи на всички нива на образованието; г) подобряване на информираността на българското общество за същността и ролята на медийната грамотност като основна компетентност на дигиталната ера.

Резултатите от Проекта в България говорят в полза на факта, че сега обществото в страната върви към постигането на тези цели много систематично. Тук следва да се отбележат усилията на Министерството на образованието и науката да даде по-висок приоритет на ролята на медийната грамотност. Въпреки че Националната стратегия в тази област все още не е завършена, многобройните дейности, провеждани в рамките на Българската коалиция за медийна грамотност, нарастващият брой на нейните членове и преработването на академичните учебни програми, наблягащи на развитието на медийната грамотност, предоставят доказателства за оптимизъм. Нещо повече, пандемията COVID-19, която засегна страната в средата на март 2020 г., доведе до безпрецедентно реструктуриране на образованието на всички нива и наложи осъществяване на дейностите за преподаване и обучение в електронен режим. Не би било преувеличено да се твърди, че сега всички заинтересовани страни в образованието разбират далеч по-добре и оценяват много по-високо ролята и значението на медийната и цифровата медийна грамот-

ност. Пандемията и цялостният опит на Проекта затвърдиха разбирането, че поне за българския контекст медийната грамотност не следва да се преподава като предмет, поредна отделна нова дисциплина, преподавана в различните етапи на обучение. Вместо това медийната грамотност следва да се разглежда като цялостен образователен подход, приложим и нужен във всички учебни предмети, като се използват медиите и цифровите технологии като инструмент на критично мислене.

Заклучение

По време на изпълнението на Проекта българският екип се опита да представи същността на медийната грамотност като иновативен образователен подход, отговарящ на изискванията на дигиталния XXI век, и да предложи дългосрочен модел за устойчиво развитие на медийната грамотност в България въз основа на цялостната програма за обучение и работен процес, който гарантира поддържане и управление през следващото десетилетие. Различни модули от Програмата са включени в академичните учебни програми на студенти от Софийския университет, а технологиите „обърнатата класна стая“ и „коучинг“ се практикуват от голям брой преподаватели. Многобройните изследователски и практически задачи, включени в разработените модули, представиха адекватни инструменти за обучение, които могат да се използват в бъдеще. Анализът на образователната и медийната среда, проведени по време на Проекта, могат да служат за цели 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 прилагане на Програмата като следдипломна квалификация и планираните модули за актуализиране на компетентностите по медийна грамотност позволяват нейното устойчиво развитие и непрекъснато надграждане на съдържанието, свързано с текущите възможности и предизвикателства, които технологичното развитие предполага. И не на последно място, многобройните академични изследвания и публикации, свързани с дейностите по Проекта, са ценен принос към българския опит в развитието на медийна грамотност.

БЕЛЕЖКИ

1. Данни на НСИ), <http://www.evestnik.com/>
2. Данни на НСИ от 22.05.2018), вж. <http://www.nsi.bg/>

ЛИТЕРАТУРА

- Данов, Д., 2020. Модел за прилагане на обучение по медийна грамотност в България. *Сборник с материали от Конференцията на CEECOM*. София: ИСУ.
- Данов, Д., 2017. Дигитализация и социални трансформации. *Чуждоезиково обучение*, **44**(1).
- Данов, Д. 2020. *Медийната грамотност – преосмисляне на опита*. София: Издателство на СУ „Св. Климент Охридски“.

REFERENCES

- Celot, Paolo & Jose Manuel Perez Tornero, 2010. *Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels*. EAVI Consortium for the European Commission Directorate General Information Society and Media Media Literacy Unit Final Report. Brussels.
- Danov, D., 2020. Model za prilagane na obuchenie po mediyna gramotnost v Bulgaria. *Sbornik s materialy ot Konferentsiyata na CEECOM*. Sofia: ISU.
- Danov, D., 2017. Digitalizatsiya i sotsialni transformatsii. *Chuzhdoezikovo Obuchenie-Foreign Language Teaching*, **44**(1).
- Danov, D., 2020. *Mediinata gramotnost – preosmislyane na opita*. Sofia: Sv. Kliment Ohridski.
- European Commission, 2018. *EU Resolution*. Available on: <https://nellyo.wordpress.com/2018/05/03/freedom-3>
- Freedom House, 2018. *Freedom House Report on Bulgaria*. Available on: <https://freedomhouse.org/report/nations-transit/2018/bulgaria>
- IREX, 2018. *Annual Report*. Available on: <https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2018-bulgaria.pdf>.
- Official Journal of the European Union, 2016. *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee of the Regions. A new Skills Agenda for Europe*. COM(2016) 381 final.
- Pérez-Escoda, Ana, Rosa García-Ruiz & Ignacio Aguaded, 2018/2019. Media Literacy as a key component in new learning environments: e-learning, U-learning and social learning. In: *Media and Information Literacy in Critical Times: Re-Imagining Learning and Information Environments*, ed. by José Manuel Pérez Tor, MILID Yearbook 2018/2019, p. 285 – 294.

IMPLEMENTATION OF THE EUROPEAN MEDIA LITERACY TRAINING INITIATIVE IN BULGARIA

Abstract. The article examines the implementation of the International Project “European Initiative for Media Literacy Training” in Bulgaria by Sofia University “St. Kliment Ohridski”, one of the seven participants in this large-scale three-year event, which also included the European Association of Viewers Interests (EAVI), the Netherlands’ Nationale Academie voor Media & Maatschappij, the Pedagogical Institute – Athens, the University of Lisbon (Instituto Universitário de Lisboa, Iscte), the European University of Cyprus and the Romanian branch of the Active Watch Foundation (Active Watch, Bucharest). Without focusing on the project's objectives directly related to improving the level of media literacy in five countries of Southern Europe – Bulgaria, Greece, Cyprus, Portugal and Romania, the article focuses in detail on its implementation in Bulgaria, including activities on analysis and planning, the implementation itself and the successful results achieved. These include the development of a flexible system for qualification and retraining of teachers working in the field of media literacy, the inclusion of various aspects of media literacy in curricula in the education system, training allowing participants to use digital tools and platforms for ascending personal and professional development; and improving the overall public awareness of the nature and role of media literacy in the 21st century.

Keywords: media literacy; results; analysis; planning; teaching programs

✉ **Prof. Danail Danov, DSc.**

ORCID iD: 0000-0002-5131-7927

Faculty of Educational Studies and the Arts

Sofia University

Sofia, Bulgaria

E-mail: danail.danov@gmail.com

✉ **Prof. Dr. Madlen Danova**

Dean

Faculty of Classical and Modern Philology

Sofia University

Sofia, Bulgaria

E-mail: m.danova@uni-sofia.bg