



МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ В СЪВРЕМЕННИЯ ЦИФРОВ СВЯТ И В БЪЛГАРИЯ

доц. д-р Евелина Динева
Бургаски свободен университет

MEDIA LITERACY IN THE CONTEMPORARY DIGITAL WORLD AND IN BULGARIA

Assoc. Prof. Dr. Evelina Dineva
Burgas Free University

РЕЗЮМЕ: В текста се прави преглед на различните определения на понятието „медийна грамотност”, на изискванията на Европейската комисия в това отношение и на моментното състояние на проблема за формиране на медийна грамотност у младите хора в нашата страна.

Ключови думи: *медийна грамотност, европейски изисквания, обучение, медиаобразование.*

ABSTRACT: This article gives an overview of the various definitions of the term “media literacy”, the European Commission’s requirements related to the same as well as the current state of developing the media literacy of the young people in our country.

Key words: *media literacy, European requirements, education, media education.*

Електронните средства за масова информация и информационните технологии са най-бързо развиващите се форми за комуникация през последните 20-30 години. По данни от проучвания на Националния статистически институт близо 80% във възрастовата граница от 16 до 25 години и над 67% от хората на възраст 25-34 години в България регулярно са използвали интернет базираните средства за придобиване и обмен на информация през 2011 година. Сред учащите се този процент надхвърля 94. Независимо, че като цяло само малко над 46% от населението на България е имало достъп до Интернет, с което се класираме на едно от последните места в Европа, процентът сред младите потребители на тези информационни канали е твърде висок [7]. Електронните медии, пак по данни на НСИ, са достъпни за над 98% от населението в България. Същевременно непрекъснато намалява делът на хората, и особено на тези в младежка възраст, които редовно четат вестници, списания и книги. Всичко това показва, че посланията, отправяни към различните аудитории от електронните медии, достигат много по-често до адресатите си.



Достъпът до електронните медии и Интернет и наличието на умения за оценка и работа в мрежата обаче не бива да се отъждествяват. Дигитално изолирани са хора не само в географско отношение – малки селища, и етническо отношение – малцинствени групи, а така също и тези, които нямат необходимите компетентности, за да използват съвременните информационни технологии. Освен умения за работа с няколко софтуерни продукта, се изискват и познания поне по един чужд език, аналитични и комуникативни умения, желание, воля и възможности за самостоятелна работа и др. Ефективното използване на потенциала на електронните медии е невъзможно и без умения за аналитична и критична преценка на информацията в тях, т.е. без така наречената медийна грамотност.

За понятието „медийна грамотност” се заговори активно почти паралелно с бума в развитието на информационните технологии – в края на втората половина на миналия век. Появява се и придобива смисъл и понятието „медиаобразование”, като първоначално (в края на шестдесетте години на 20. век) то е свързано само с електронните медии – радио, телевизия и кино. През 1989 година Съветът на Европа приема „Резолюция по медиаобразование и нови технологии”, в която се казва, че „Хората трябва да разбират структурата, механизмите и съдържанието на медиите. В частност хората трябва да развият способностите си за независимо критическо възприемане и оценка на съдържанието на медиите.” [2]

В електронното масмедийно пространство започват да придобиват тежест въпросите, свързани с достоверността на изобилието от информация, с манипулацията и манипулативните техники, с безопасността на мрежата особено за младите хора в училищна възраст и др. Отделни, обществено ангажирани с образованието на младите хора, личности повдигат и провокативни въпроси, като: „Как ще ни въздейства онова, което приемаме безкритично и следваме доверчиво?”, „Как да не загубим критичния си поглед, когато ежедневието ни е пълно с „манипулативните импулси на неколцина към масите”?, „Как да не оглупеем?” и др.

Ето няколко определения на медийната грамотност (media literacy):

„Медийната грамотност изисква човек да бъде активен, да има развити способности за възприемане, създаване, анализ и оценка на медиатекстове, да разбира социокултурния и политическия контекст на функциониране на медиите в съвременния свят, условностите и представителността на системите, използвани в медиите; животът на такъв човек в обществото е пряко свързан с гражданската отговорност” [4].

„Медийната грамотност трябва да помогне на хората да разбират, създават и оценяват културната значимост на аудиовизуалните и печатните текстове. Медийно грамотният индивид, какъвто трябва да има възможност да стане всеки човек, е способен да анализира, оценява и създава печатни и електронни медиатекстове”[1].

Според Робърт Кюби, директор на Център за изучаване на медиите, медийната грамотност включва: достъп, анализ, оценка и продукция. [5].

В тези понятия той включва:



- за да са разпознаваеми, медиите трябва да са достъпни, т.е. хората трябва да имат неограничен от финансови, регионални, етнически и др. причини достъп до средствата за масова информация;
- хората трябва да са в състояние да анализират предоставяната им информация и да отделят пропагандата и манипулацията;
- на следващия етап идва необходимостта от реална оценка на видяното, прочетеното и чуто – хората трябва да могат да определят идеите, заложи в медийното съдържание, да открие ценностите, които медията внушава, както и обратното – да отхвърли пошлото, грозното;
- голяма част от хората имат възможност да произвеждат медийно съдържание и, за да е качествено то, е необходимо да познават начините, по които се конструира тази информация, техниките за въздействие, които могат да се използват, аудиторията, към която е насочена продукцията и др.

Както се вижда от предложените определения на понятието медийна грамотност, те не си противоречат, частично се припокриват и допълват.

Европейската комисия акцентува върху медийната грамотност като важна част от активното гражданско поведение в съвременното информационно общество. Тя определя медийната грамотност, като „способност да се възприемат медиите, да се разбират и критично да се оценят различните послания на медиите и медийното съдържание, както и да се комуникира в защитена среда” [6]. Целта на медийната грамотност е да повиши чувствителността на хората към различните медийни послания, с които те са заобиколени в ежедневието си – телевизионни програми, филми, изображения, текст, музика, уебсайтове и др.

През месец декември 2008 година Официалният вестник на Европейския съюз публикува Становище на Комитета на регионите относно „Медийна грамотност“ и „Творческо онлайн съдържание“, в което се казва, че:

КОМИТЕТЪТ НА РЕГИОНИТЕ

- отправя искане към Съвета и Европейския парламент да продължат да развиват политиката за медийна грамотност на ЕС (със стратегически цели и проследяване на напредъка) и да приемат препоръка относно медийната грамотност като отчетат настоящото становище на КР и принципа на субсидиарност.
- В следващата програма МЕДИА следва да се добави специална част за медийната грамотност. Успоредно или алтернативно би трябвало да започнат пилотни проекти, финансирани от ЕС;
- подчертава, че в докладите, предвидени в член 26 от новата Директива за аудиовизуални медийни услуги и в свързаните с тях дейности на Комисията и на държавите-членки трябва да се направи оценка на съществуващите различия и осъществения напредък в областта на медийната грамотност на регионално равнище в Европа и да се насърчат добрите практики, прилагани от местните и регионалните власти, както и от заинтересованите страни;



- насърчава националните, регионалните и местните власти да подкрепят медийната грамотност и да улеснят по-специално приноса на гражданското общество. Приканва местните и регионалните власти да развиват проекти за сътрудничество в подкрепа на медийната грамотност в областта на формалното и неформалното образование и обучение, насочени към гражданите и по-специално към децата и младежите, хората с увреждания и социалните групи, изложени на риск от социално изключване;
- приканва местните и регионалните власти да играят водеща роля в управлението на културното си и езиково наследство чрез средствата на творческото онлайн съдържание — да насърчават новите предприемачески модели в местните творчески индустрии и местните медии, да насърчават творческите произведения, които са (съ)финансирани от медийни организации, а също и да изградят електронно управление;
- заема критична позиция по отношение на пропуската на Европейската комисия, която не е отчетла културните и социални последствия от възникващия сектор на творческото онлайн съдържание: приложното поле на предложената препоръка и платформата за онлайн съдържание трябва да включват и културното многообразие. [3]

Какво е положението по отношение на формирането на медийна грамотност (приоритетно у младите хора) в Европа и в България?

В редица европейски държави – Великобритания, Белгия, Люксембург, Холандия, Австрия, Португалия, Ирландия, Швеция, Финландия, Гърция и Словения – формирането и развитието на медийна грамотност и медийна култура е част от медийното образование, а то е включено в задължителните образователни програми.

Направлението “медиаобразование” възниква в края на 60-те години на миналия век във Великобритания, Канада, Австралия, Франция, а по-късно в САЩ като дял от педагогиката. Целта е да се помогне на учениците и студентите по-добре да се адаптират към света на медиакултурата, да усвоят езика на средствата за масова информация, да умеят да анализират медиатекстовете. За интензивното развитие на медиаобразованието помага експанзията на продуктите на американската масова медийна продукция и опасенията на редица европейски педагози, че младите хора безкритично ще възприемат посланията на тази продукция.

У нас за медийна грамотност и медиаобразование се заговори в началото на 21. век (като изключим някои публикации, свързани с влиянието на телевизионните програми върху децата в предучилищна и начална училищна възраст). Понастоящем формирането на медийна грамотност се схваща като част от гражданското образование и не е залегнало като изискване в задължителните учебни дисциплини. И за него, както и за гражданското образование, се говори предимно от неправителствени организации, провежда се обучение и квалификация на желаещите учители и ... толкова.

Учебната информация, която усвояват младите в училище, заема все по-незначително място в общия поток на информация поради няколко определени причини. Информационният поток все повече се ориентира към



потребителските вкусове. Младите хора имат всички възможности да избират един или друг информационен източник, като в повечето случаи напълно съзнателно избягват задълбочени образователни програми, както и предавания, посветени на политически събития или социални проблеми. [9]

Българската образователна система продължава традицията за усвояване на знания (която беше много правилна преди епохата на информационните технологии и електронните медии), а не за формиране на критично мислене за възприемане на заобикалящия ни свят.

Като изключим няколко паралелки в хуманитарни училища в България, в чиито учебни планове са включени часове по свободноизбираема подготовка, ориентирани към журналистиката, в останалите училища медийната грамотност не е залегнала в целите на обучението.

В учебните планове на висшите училища в България, които подготвят учители, няма учебна дисциплина, свързана с изграждане на медийна грамотност, или друга с подобно съдържание, т.е. учителите не са подготвени да формират у учениците медийна грамотност и медийна култура. В СУ „Св. Кл. Охридски“, във Факултета по предучилищна и начална училищна педагогика съвместно с Факултета по журналистика и масова комуникация се обучават бакалаври и магистри по специалност „Педагогика на масовата и художествена комуникация“, като крайната цел е „изграждането у студентите на система от знания, умения и нагласи за задълбочено и критично осмисляне на проблемите, свързани с възпитанието и обучението на децата в информационното общество в контекста на масовата и художествената комуникация.“ [9]

Създаването на такава специалност в СУ „Св. Кл. Охридски“ отговаря на необходимостта на българското образование от квалифицирани преподаватели по Медиазнание. Остава тази учебна дисциплина да бъде включена в учебните планове на средните училища в страната под формата на задължителноизбираема или свободноизбираема подготовка.

Добре би било и учителите в различните степени и по различни учебни дисциплини да преминат курсове за допълнителна квалификация, свързана с новите източници на информация, начините на приемането и преработката ѝ, формирането у учениците на умения да намират, подготвят, предават и приемат необходимата информация, в това число и предимно с помощта на съвременните информационни технологии и електронни медии.

**Литература:**

1. Aufderheide, P., Firestone, C. Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Queenstown, MD: The Aspen Institute.
2. Council of Europe. Resolution on Education and Media and the New Technologies. Paragraph 5. Strasbourg, Council of Europe, 1989.
3. С 325/70 ВГ Официален вестник на Европейския съюз 19.12.2008 г.
4. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14 / Eds.N.J.Smelser & P.B.Baltes. Oxford, 2001.
5. Kubey, R. Media Education: Portraits of an Evolving Field. In: Kubey, R. (Ed.) Media Literacy in the Information Age. — New Brunswick & London: Transaction Publishers, 1997.
6. http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/docs/media_literacy_leaflet_en.pdf
7. <http://www.nsi.bg/otrasal.php?otr=17>
8. http://www.onair.medmediaeducation.it/_casestudies/..%5Cfiles%5C4112009165129-749-79.pdf
9. http://www.unisofia.bg/index.php/bul/fakulteti/fakultet_po_nachalna_i_preduchilischna_pedagogika2/specialnosti/bakalav_rski_programi/fakultet_po_nachalna_i_preduchilischna_pedagogika/pedagogika_na_masovata_i_hudozhestvena_komunikaciya/kvalifikacionna_harakteristika