

Интегриране на обучителни практики по медийна грамотност в средните и висшите училища в България

Светла Цанкова*, **Стела Ангова****,
Мария Николова***,
Иван Вълчанов****, **Илия Вълков*******,
Георги Минеv*****,
Мартин Осиковски*****

Резюме: Медийната грамотност е една от ключовите компетентности и умения за живот и работа през XXI век. Медийната грамотност и медийното образование според експертите са част от решението на най-новите социални и технологични проблеми, пред които е изправено човечеството. Медийната грамотност е интердисциплинарна по своята природа и дава възможност на хората да участват активно в политическите, икономическите, социалните, културните аспекти от живота на обществото, да бъдат ефективни комуникатори и активни граждани. Образованието по медийна грамотност е образование през целия живот, но от особено важно значение е то да започне от ранна детска възраст, да бъде продължено и наг-

градено в средното и висшето образование с усилията на всички формални и неформални институции и организации. Целта на научния проект „Интегриране на обучителни практики по медийна грамотност в средните и висшите училища в България“, по който екип от катедра „Медии и обществени комуникации“ в УНСС работи в периода 2019 – 2022 г., е да акцентира вниманието върху резултатите от медийното образование в международен, европейски и национален мащаб. Изследването представя първия по рода си в българската научна литература аналитичен обзор на дефинициите за медийна грамотност на чужди и български експерти и организации, водещите политики и стратегии на международните организации, които работят в сферата на медийното образование, националните практики на редица европейски и други страни в областта на медийната грамотност, и поставя особен акцент върху образованието по медийна грамотност в България. Проучени са задълбочено постигнатите резултати в сферата на средното и висшето образование у нас и са открити дефицитите във формалното и неформалното образование в тази сфера. В рамките на научния проект е проведено анкетно проучване с 534 учители по проблемите на медийната грамотност в България и дълбочинни интервюта с експерти в областта. Научноизследователският екип доказва значението на медийната грамотност за съвременното общество и необходимостта от активна гържавна политика за нейното развитие в България.

* Светла Цанкова е доктор, доцент в катедра „Медии и обществени комуникации“ на УНСС.

** Стела Ангова е доктор, доцент в катедра „Медии и обществени комуникации“ на УНСС.

*** Мария Николова е доктор, главен асистент в катедра „Медии и обществени комуникации“ на УНСС.

**** Иван Вълчанов е доктор, главен асистент в катедра „Медии и обществени комуникации“ на УНСС.

***** Илия Вълков е доктор, главен асистент в катедра „Медии и обществени комуникации“ на УНСС.

***** Георги Минеv е доктор, катедра „Медии и обществени комуникации“ на УНСС.

***** Мартин Осиковски е доктор, доцент в департамент „История“ на НБУ.

Ключови думи: медийна грамотност, средно и висше образование в България, формално образование, неформално образование, обучителни практики.

JEL: L820, O310.

Увод

Обсъждането на темата за медийната грамотност и необходимостта от нейното развитие започва през 70-те години на XX век, въпреки че тази идея може да бъде разглеждана и в по-широкия контекст на медийната история. Големият разказ за историята на „медийната грамотност“ би следвало да започва някъде там, където започва и историята на свободния печат. Просветената, грамотна аудитория е условието, без което медийната свобода е невъзможна и без което тя лесно се жертва в името на празния игол на цензурата. Тук става въпрос за нещо повече от специфични умения за работа със съдържание във високотехнологична среда, следователно: на „грамотността“ – заедно със „свободата“ – може да се гледа и като на непреходна ценност в широкия хоризонт на медийния свят изобщо.

През XX век първоначално се появява понятието „информационна грамотност“, до голяма степен предизвикано от бързото развитие на компютърните технологии в Западна Европа, САЩ и Япония. През 1974 г. председателят на Асоциацията за софтуерна и информационна индустрия на САЩ Пол Зърковски използва термина, за да опише „техниките и уменията“, необходими за използване на всички информационни инструменти, съществуващи към онзи момент. В началото на 90-те години в САЩ вече съществуват над 90 организации, които активно се занимават с темата за информационната грамотност. Особено важна роля имат Асоциацията на училищните библиотекарски и Асоциацията за образователни комуникации, които дефинират девет стандарта в категориите „инфор-

мационна грамотност“, „самостоятелно учене“ и „социална отговорност“.

На територията на Европа първите стъпки са направени през 1999 г., когато Дружеството на националните и университетските библиотеки във Великобритания публикува доклада „Седемте стълба на информационната грамотност“ и слага началото на дебата по темата. В други страни също се правят опити за въвеждане на стандарти за информационна грамотност (Данов, 2020, с. 14-15).

През септември 2003 г. международната организация ЮНЕСКО провежда в Прага конференция с участието на представители от 23 страни, които обсъждат важноста на информационната грамотност в глобален мащаб. В публикувана след събитието декларация е посочено, че „информационната грамотност е ключ към социалното, културното и икономическото развитие на нациите и общностите, институциите и индивидите в XXI век“. Представена и е характеристика на понятието, макар и в много широк контекст: „информационната грамотност включва познаване на проблемите и нуждите на човека и способността да се идентифицира, да намира, да оценява, да организира, ефективно да създава, да използва и да разпространява информация, спомагаща за решаване на проблеми; предпоставка за ефективно участие в информационното общество, част от основното човешко право на живот и обучение през целия живот“. По-късно ЮНЕСКО разработва девет стандарта, според които информационната грамотност е средство за осъществяване на ефективен и ефикасен достъп до информация, начин за критично и компетентно оценяване на информацията, средство за намиране и анализ на информация, умение за правилно разбиране, желание за личен принос и активно участие в създаването и разпространението на информация и други (Данов, 2020, с. 15-16).

В средата на 70-те години на XX век започва развитието на концепцията за медийна

грамотност, а по-активна дейност започва през първото десетилетие на XXI век. Целта е повишаване на информираността на обществото за функционирането на медиите, за медийното въздействие, формиране на активна позиция към предлаганото от медиите съдържание. Започва изучаването на медийна грамотност в училищата в САЩ и някои европейски страни, създават се национални асоциации, сдружения и коалиции, които работят за развитието на медийната грамотност. Изследователите подчертават, че обучението по медийна грамотност изисква формиране на умения за критично мислене, разбиране на начина на създаване на медийни послания и техните цели, разпознаване на дезинформация и лъжливи внушения, изразяване на активна позиция по различни въпроси като форма на гражданско участие и други (Данов, 2020, с. 16-17).

След 2000 г. започва тенденцията на съчетаване на понятията информационна грамотност и медийна грамотност, като особено важна роля в този процес изиграва ЮНЕСКО. Организацията провежда редица конференции, представя през 2011 г. първата учебна програма по медийна и информационна грамотност за учители, а през 2021 г. програмата е актуализирана и значително разширена. От 2012 г. ЮНЕСКО ежегодно организира Глобална седмица на медийната и информационната грамотност, в рамките на която обединява различни участници, ангажирани с насърчаването на медийната и информационната грамотност като начин за насърчаване на социалното приобщаване и междукултурния диалог.

В рамките на Европейския съюз началото е положено през 2014 г., когато е приета Парижката декларация за медийна и информационна грамотност в дигиталната епоха по време на Първия европейски форум за медийна и информационна грамотност, организиран от Глобалния алианс за партньорство в областта на медийната и информационна грамотност. От 2019 г. Европейската комисия ежегодно организира

и провежда Европейска седмица на медийната грамотност, която има цел да насърчава проекти и инициативи за развитие на медийната грамотност в страните от ЕС.

Независимо от множеството пресечни точки между понятията медийна грамотност и информационна грамотност в настоящото изследване вниманието е изцяло насочено към първото. Научноизследователският екип на проекта „Интегриране на учебни практики по медийна грамотност в средните и висшите училища в България“ фокусира своето внимание в няколко основни насоки. На първо място – да проследи развитието на концепцията за медийна грамотност и да направи аналитичен обзор на дефинициите за медийна грамотност, представени в трудовете на медийни изследователи, в редица международни и европейски документи, а също и от неправителствени организации. На второ място – да представи основните акценти в политиките и стратегиите на ЮНЕСКО за развитие на медийната грамотност, които до голяма степен са допринесли за това в над 70 страни в света да има политики за медийна грамотност. В тази част на изследването е включено и проучване на националните практики в сферата на образованието по медийна грамотност в страните от Европейския съюз и други държави. На трето място екипът насочва вниманието си към развитието на медийната грамотност в България, като са представени експертни оценки по темата, анализирана е дейността в сферата на формалното и неформалното образование, проведено е анкетно проучване на учителските практики сред 534 преподаватели в средните училища в България и са обобщени резултатите от него.

Методология

В процеса на работа по научноизследователския проект „Интегриране на учебни практики по медийна грамотност в средните и висшите училища в България“ са използвани разнообразни методи, които позволяват на

екипа да изпълни поставените цели. Събрана и обобщена е теоретичната литература по темата за медийната грамотност и е направен аналитичен обзор на дефинициите на понятието, който обхваща периода от 80-те години на XX век до днес; проследено е развитието на темата за медийната грамотност в международен, европейски и български контекст и дейностите, политиките и стратегиите на редица институции, които работят в полето на медийното образование; обобщени и анализирани са националните практики и стратегии за развитие на медийната грамотност в страните от Европейския съюз и други държави; представени са оценките на медийните експерти за развитието на медийната грамотност в България в периода 2017-2022 г.; направен е обзор на формалното и неформалното образование по медийна грамотност в България за същия период; проведени са дълбочинни интервюта с експерти и анкетно проучване на учителските практики в полето на медийната грамотност в периода 07.01.2022 – 23.02.2022 г. в платформата Microsoft Forms, като анкетата е разпространена онлайн със съдействието на районните управления по образование (РУО) и в нея участват 534 респонденти. Използването на всички изброени методи позволи на научноизследователския екип да проведе задълбочено и многоаспектно проучване на международния и българския опит в обучението по медийна грамотност, да открие добрите практики, да даде оценка на постигнатото и да отбележи насоките, в които е необходимо да се работи през следващите години по отношение на медийната грамотност в средните и висшите училища у нас.

Описание на изследването и резултатите

Медийната грамотност е една от ключовите компетентности и умения за живот и работа през XXI век. Медийната грамотност и медийното образование според експертите са част от решението на най-

новите социални и технологични проблеми, пред които е изправено човечеството. Медийната грамотност е интердисциплинарна по своята природа и дава възможност на хората да участват активно в политическите, икономическите, социалните, културните аспекти от живота на обществото, да бъдат ефективни комуникатори и активни граждани. Именно поради сложния си характер дефинирането на понятието медийна грамотност е сериозно научно предизвикателство, пред което са се изправяли множество чужди и български изследователи.

Дефиниране на понятието медийна грамотност

В рамките на настоящия научноизследователски проект екипът представя първия опит в българската научна литература за обобщение и анализ на дефинициите на водещи изследователи, организации и институции, работещи в полето на медийната грамотност. Липсата на универсална дефиниция според някои автори до голяма степен е причина за редица дефицити в сферата на медийното образование и за недостатъчно ясна политика за развитие на медийната грамотност в международен аспект.

През 1992 г. Институтът за лидерство в медийната грамотност в Аспен предлага една кратка дефиниция, която дълго време е общоприета в САЩ: „Медийната грамотност е способността за достъп, анализ, оценка и създаване на медии в различни форми“. На тази база през 2002 г. директорът на Центъра за изучаване на медиите Робърт Кюби откроява четири ключови думи за медийната грамотност: достъп, анализ, оценка, продукция и на практика създава модел, който е основа за голяма част от дефинициите на различни автори за медийна грамотност (Kubeu, 2002, с. 5-6).

Много изчерпателен преглед на дефинициите за медийна грамотност представя У. Джеймс Потър, професор в катедрата по комуникации в Калифорнийския университет

в Санта Барбара. В своята публикация от 2010 г. *The State of Media Literacy* той представя водещи дефиниции за медийната грамотност както на изследователи, така и на неправителствени организации, занимаващи се с тази проблематика, като започва още от 1981 г. (Потър, 2010, с. 676). Потър изрично подчертава, че научната литература предлага голямо разнообразие от интерпретации на понятието „медийна грамотност“, но отделя особено внимание на дефинициите, които акцентират върху уменията за критично мислене, върху способността за достъп, анализиране, оценка и създаване на съобщения в различни форми. На базата на представения обзор авторът представя теоретична схема, базирана на набор от седем специфични умения, необходими за формирането на медийна грамотност – това са анализ, оценка, групиране, индукция, дегукция, синтез и абстракция, а също и пет набора структури на знания – медийни ефекти, медийно съдържание, медийни индустрии, реален свят и себе си (Потър, 2010, с. 680). Авторът посочва, че медийната грамотност е необходима, защото тя може да даде на хората възможност да контролират влиянието на медийните съобщения върху тях, да се предпазят от възможните негативни ефекти. Потър е категоричен, че медийната грамотност е многоизмерна, защото медиите оказват въздействие върху хората по много начини и на различни нива – когнитивно, емоционално, физиологично, поведенческо, морално, естетическо и т.н., и всички те са важни (Потър, 2010, с. 680).

Ханае Аит Хатмани също прави обзор на дефинициите за медийна грамотност в своята публикация *Media Literacy in Secondary School: Teachers' Attitudes* през 2019 г. Авторката подчертава, че концепцията за медийна грамотност не е статична, а е пряко свързана с промяната на потребностите на хората и с развитието на обществото. Тя цитира водещи изследователи в сферата на медийното образование, според които

„...медийната грамотност като термин се разглежда като проблематично и оспорвано явление, което трябва да бъде дефинирано. Това е концепция, която съдържа огромно разнообразие от гледни точки и се определя различно от различните хора (Brown, 1998; Christ & Potter, 1998)“. Ханае Хатмани прави обобщението, че всички цитирани дефиниции още веднъж потвърждават факта, че медийната грамотност предполага мащабен учебен процес с цел формиране на широкообхватна компетентност по отношение на всички форми на медиите и че областта на медийната грамотност е неотделима от медийното образование.

Професорът по социална психология в катедрата по медии и комуникации на London School of Economics Соня Ливингстън през 2005 г. приема определение за медийната грамотност като комплексна компетентност за достъп, анализ, оценка, създаване и разпространяване на медийно съдържание. Ливингстън обаче уточнява, че това са необходими, но не достатъчни компоненти за грамотност. Според нея, трябва да си зададем въпроса доколко е възможно или желателно да адаптираме това, което сме разбрали под медийна грамотност. Особено когато става въпрос за печатните и аудио-визуалните медии в днешната променяща се медийна среда, която очевидно изисква да се начертае изследователска програма за нови форми на грамотност (Livingstone, 2005). В своята публикация *Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies* Соня Ливингстън уточнява, че дефинирането на понятието медийна грамотност има последици за рамката на дебата, за изследването на дневния ред и за политическите инициативи. В рамките на Глобалната седмица на медийната и информационната грамотност, организирана от ЮНЕСКО през 2018 г., Ливингстън представя доклад, в който отделя особено внимание на предизвикателствата, свързани с подобряването на медийната грамот-

ност и възможните решения в тази посока. Изследователката посочва, че медиите все повече се превръщат в посредници за всички важни процеси и тенденции в обществото. И поради тази причина медийната грамотност означава не само хората да се ангажират с медиите, но и да се ангажират с обществото чрез медиите. Според нея, медийната грамотност на хората зависи от това как е проектирана и регулирана тяхната цифрова среда, но в никоя случай не бива да бъде ограничена до безопасността и сигурността на потребителите. А през последните години усилията сякаш са насочени основно към „хигиената“ в дигитална среда (Livingstone, 2019). Ливингстън дори нарича дебатите относно дефиницията за медийна грамотност „уморителни“. Тя подчертава, че и това е една от причините нейното измерване да продължава да бъде трудно. По думите ѝ липсата на съгласувани мерки води до краткосрочни резултати, но не и до дългосрочни подобрения и че от особено важно значение е да има политика на медийната грамотност. Според нея не бива да се възлага само на отделните индивиди задачата да се справят с медийните предизвикателства в дигиталното общество – задължително е правителствата и международните организации да работят активно за подобряване на медийната грамотност и образование, защото те са част от решението на най-новите социално-технологични проблеми (Livingstone, 2019).

През 2018 г. президентът на Центъра за медийна грамотност в САЩ и директор на Консорциума за медийна грамотност Теса Джолс, в съавторство с Мишел Йонсен, дава също дефиниция на медийната грамотност. Оттам я определят като: „способността да се комуникира компетентно във всички медийни форми, както и да се намира, разбира, анализира, оценява и участва с въздействащи образи, думи и звуци, които съставляват съвременната ни медийна култура“ (Jolls, Johnsen, 2018). Авторките категорично под-

чертават, че в днешната медийна среда обучението по медийната грамотност вече е абсолютно жизненоважно.

Развитието на темата за медийната грамотност през годините предполага обогатяване и разширяване на дефиницията, за да съответства тя на новите тенденции в съвременната информационна среда. Центърът за медийна грамотност (CML) към 2022 г. използва една по-разширена дефиниция: „Медийната грамотност е похват на 21-ви век към образованието. Той предоставя рамка за достъп, анализ, оценка, създаване и участие със съобщения в различни форми – от печат през видео до интернет. Медийната грамотност изгражда разбиране за ролята на медиите в обществото, както и основни умения за проучване и себеизразяване, необходими за гражданите на една демокрация“.

В сайта на Националната асоциация за медийна грамотност NAMLE към 2022 г. медийната грамотност е дефинирана като „възможността за достъп, анализиране, оценка, създаване и потребление на всички форми на комуникация“. Тук се посочва, че тя се основава на традиционната грамотност и предлага нови форми на четене и писане, дава възможност на хората да бъдат критични мислители и творци, ефективни комуникатори и активни граждани.

Медийната и информационната грамотност се определят от ЮНЕСКО като „набор от компетенции, които дава възможност на гражданите да имат достъп, да извличат, разбират, оценяват и използват, създават, както и да споделят информация и медийно съдържание във всички форми, използвайки различни инструменти, по критичен, етичен и ефективен начин, за да участват и да участват в лични професионални и обществени дейности“.

В рамките на Европейския съюз също има редица институции, които отделят особено внимание на медийната грамотност през последните две десетилетия. В редица до-

кументи също са представени дефиниции. В „Съобщение от Комисията до Европейския парламент, Съвета, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите – Европейски подход към медийната грамотност в цифрова среда /* COM/2007/0833 окончателен */“ медийната грамотност е описана като „...способност за използване на медиите, за разбиране и критична оценка на различни аспекти на медиите и тяхното съдържание и за изграждане на комуникации в различни контексти“. Това е общоприетата европейска дефиниция за медийната грамотност, която повечето изследователи и неправителствени организации са възприели.

През 2020 г. Съветът на ЕС прие „Заклученията относно медийната грамотност в постоянно променящия се свят“. В текста се посочва, че тя е по-важна от всякога днес, когато светът е засегнат от пандемията от COVID-19. И защото е от значение не само за опазване на общественото здраве, но и за гарантиране на устойчивостта на демократичните общества и засилването на демократичното участие. В документа се подчертава, че медийната грамотност има цел „...гражданите да придобият умения за критично мислене, необходими, за да се прави преценка, да се анализират сложни реалности и да се разпознава разликата между мнение и факт. Благодарение на всички тези способности гражданите могат да участват в икономическите, социалните и културните аспекти на обществения живот, както и да играят активна роля в демократичния процес“.

В обзора на дефинициите са включени определенията и характеристиките на понятието медийна грамотност и на редица български учени като Данаил Данов, Добринка Пейчева, Теодора Петрова, Мануела Манлихерова, Иванка Мавродијева и други. Представените дефиниции показват както общите, сходните характеристики в концептуалното описание на медийната грамотност от чужди и български изследователи, международни и европейски институции и неправителстве-

ни организации, така и различните акценти в трактовката на понятието. Независимо от липсата на единна, общоприета дефиниция направеният обзор показва колко задълбочено и качествено вече повече от три десетилетия медийната грамотност е обект на сериозен анализ от страна на много учени, изследователи, университетски преподаватели, медийни експерти от неправителствени организации, които се опитват да очертаят рамките на понятието и да маркират основните насоки в процеса на развитие на медийното образование.

Терминът непрекъснато се развива и обогатява, като отразява своевременно и адекватно настъпващите промени в медийната и комуникационната среда. В дефинициите могат да бъдат открити редица ключови определения: медийната грамотност е способност за достъп, анализ, оценка и създаване на медии в различни форми; за информирано и критично разбиране за същността на масмедийите; за интерпретация, проверка и прилагане на информацията; за развитие на критичното мислене; за придаване на стойност и смисъл на приеманите медийни съобщения; тя е възможност за контролиране на медийните ефекти; за овластяване чрез образование; за разбиране на обществения дневен ред и политическите процеси; за превръщането на хората в ефективни комуникатори и активни граждани. Според изследователите, медийната грамотност е интердисциплинарна по природа и трябва да се развива през целия живот, защото става все по-жизнено важна в условията на сложната и непрекъснато променяща се информационна и комуникационна среда.

Международни стратегии и национални политики за развитие на медийната грамотност

Втората важна част от научното изследване е посветена на стратегии и документи, които играят съществена роля в про-

цеса на развитието на медийната грамотност в международен мащаб. Документът на ЮНЕСКО „Насоки за стратегии и политики за медийна грамотност“ е разработен с цел да помогне на институционални представители и организации да формират своите официални политики в тази област. На първо място в него е резюмирано описание на политиките за медийна и информационна грамотност. На второ са представени концептуални рамки за политики и стратегии за медийна и информационна грамотност и модел на политики и стратегии за медийна и информационна грамотност, който може да бъде адаптиран от различни страни по света. ЮНЕСКО има цел да насърчава всички държави да развиват свои национални политики и стратегии за медийна и информационна грамотност. По този начин правителства и заинтересовани страни могат по-лесно да интегрират политиките и стратегиите за медийна и информационна грамотност в политики, разпоредби и закони. А всички те да регламентират свобода на изразяване, достъп до информация, медии, образование и информационни и комуникационни технологии.

Представени са и петте основни концепции на Центъра за медийна грамотност в САЩ и модела, наречен Пет ключови въпроса за съставяне на медийно съобщение. Той изследва пет подхода при създаването на медийно съобщение за всяка една среда: авторство, формат, аудитория, съдържание и цел.

Анализирани са и основните елементи на предложена от ЮНЕСКО концептуална рамка за прилагане на стратегии за медийна и информационна грамотност. Описана е първата учебна програма за обучение на педагози по медийна и информационна грамотност на английски език, подготвена през 2011 година от Сектора по комуникации и информация на ЮНЕСКО и Института на ЮНЕСКО по информационни технологии в образованието. А също са представени и приетите през 2017 г. от ЮНЕСКО 5 закона за медийната и информационната

грамотност. Препоръките и политиките, систематизирани в документите, предлагат хармонизиран подход. Той дава свобода и множество възможности на всички участници да формулират по-устойчиви и адаптивни национални политики и стратегии за медийна грамотност.

В контекста на международните политики и стратегии е и анализът на националните практики по медийна грамотност в страните от Европейския съюз и някои други държави като Руската федерация, Турция, Северна Македония и други. Представеният обзор на националните практики на страните от ЕС и други държави показва тяхната активна политика за развитие на медийната грамотност особено през последните 15 години. През този период в редица държави се наблюдава бум на национални стратегии или отделни институционални инициативи за въвеждане на медийна грамотност (МГ) в образователната система и сред уязвимите социални групи. От 2013 г. във Франция действа и специален закон за изучаването на МГ в училище. Там, където няма национални стратегии, са натоварени отделни министерства или агенции, отговорни към образованието, социалните политики, комуникационните и дигиталните технологии. Разписват се конкретни програми за обучение и наръчници. Създават се специализирани сайтове, в които се демонстрира как работят медиите, как функционира дезинформация. През тях таргетираните публики развиват умения да разпознават фалшивите новини, онлайн тормоза, речта на омразата.

Анализът на стратегическите документи показва широко разбиране за това какво е медийна грамотност. В някои държави усилията са насочени директно към създаването на познания за новата дигитална среда и опасностите, които носи със себе си. В Австрия например тя е част от общата стратегия за киберсигурност. Тук може да се допусне, че дигиталните компе-

менции, познанието за това как работят медиите, какви са ефектите от фалшивите новини и дезинформация, опасностите в социалните мрежи – всички те са част от сферата на националната сигурност. Държавата дори разработва програми сред погростащите за решаване на проблемите, предизвикани от видеоигрите. В Германия най-малките ученици получават знания и за това как се ползва смартфонът.

Прави впечатление, че в определени страни, където държавното управление не припознава медийната грамотност като водещ приоритет, с тази задача се е заем неправителственият сектор. Той разработва конкретни програми за внедряване на новите дигитални компетенции сред деца и възрастни хора. Пример за това са Чехия и Нидерландия, където още от 2008 г. неправителствени организации работят усилено. В нидерландските училища включването на медийната грамотност е препоръчително. Там понятието е заменено с друг термин – „медийна мъдрост“ (mediawijsheid).

В Италия пък държавата е дала минимални стандарти и изисквания, защото се съобразява с автономията на училищата. Учителите имат свобода да изберат програми и как да ги приложат в обучението. Сред водещите теми са: как да се развива съзидателността и критичното мислене сред погростащите, да се подобри интеркултурният диалог, как да се използват медиите. Обръща се внимание на радикализираната реч и езикът на омразата. И се набляга на това как всички тези познания да бъдат полезни в обществения живот и работната среда.

В повечето страни целеви публики на програмите по медийна грамотност са погростащите, възрастните хора, педагозите, а понякога и библиотекарите. Ирландия и Латвия са въвели специализирани програми за възрастното население. Управлението в Рига полага усилия за развиване на дигиталните компетенции на учители и служители в библиотеките, в които виждат

„медиатори“. В Ирландия неправителствени организации полагат усилия да развият дигитални компетенции и сред ранно отпадащите от образователната система.

Ако в Унгария на национално ниво действат програми за „усилване на дигиталния имунитет“ и за „медийна педагогика“, то в Малта медийната грамотност се възприема като интердисциплинарно поле. Там тя се обсъжда главно в дисциплини, свързани с личността, социално и кариерно развитие.

Наличието на национални стратегии, на отделни институции и организации, които работят в това поле, подготовката на учебни програми, наръчници и други ресурси за обучение, провеждането на обучения, конкурси и други инициативи в рамките на формалното и неформалното образование, подготовката на педагози и библиотекарите за преподаване на медийна грамотност, безспорно дават своя резултат. И дават надежда, че хората от различни поколения могат да се справят с предизвикателствата на новата комуникационна среда.

Третият значим проблем, който е във фокуса на научноизследователския проект, е медийната грамотност в България. Обобщението на националните практики в страните от ЕС и други държави даде възможност на екипа да използва сходен модел за оценката на развитието на медийната грамотност в България.

Експертна оценка за нивото на медийна грамотност в България

Ежегодният мониторинг на медийния плурализъм в страните – членки на ЕС, който се провежда от 2016 г. от Центъра за медиен плурализъм и свобода на медиите към Европейския университетски институт във Флоренция, включва оценка и за степента на медийна грамотност. За съжаление през 2016 и 2017 г. този показател е оценен като зона с висок риск основно поради липсата на политика и стратегия за развитие на ме-

дийната грамотност. Но пък високо са оценени само усилията на неправителствения сектор в тази насока. През 2018 и 2019 г. е отбелязан известен напредък по отношение развитието на медийната грамотност в България. Причината е, че Министерството на образованието и науката започва работа по Национална стратегия за медийна грамотност и въвежда експериментално часове по дисциплината през учебната 2018/2019 г. През 2020 г. обаче отново оценката е за висок риск, тъй като основната дейност в тази сфера се извършва от неправителствени организации, а държавната политика все още е слабо развита.

През 2017 г. Инициативата за европейски политики (EuPI) на Институт Отворено общество – София изготвя индекс за медийната грамотност, по който се оценява нейното ниво в 35 страни в Европа. През 2017 г. и 2018 г. България е класирана на 30-о място. През 2019 г. е на 29-о място. А две години след това отново е на 30-о място. Причина за това са ниските нива на четивна грамотност, показани в изследванията на PISA, лошите оценки за свободата на медиите в международните класации на Freedom House и на „Репортери без граници“, както и на ниското доверие между хората.

Потърсена бе и оценката на трима експерти в областта на медийната грамотност – проф. д.н. Данаил Данов, СУ „Св. Кл. Охридски“, Факултет по науки за образованието и изкуствата; Кристина Христова, председател на Коалицията за медийна грамотност и Мария Черешева, член на Управителния съвет и един от основателите на Асоциацията на европейските журналисти – България (АЕЖ), журналист на свободна практика. Всеки от тях дава своята дефиниция на понятието медийна грамотност, представя вижданията си за това от каква възраст трябва да започне медийното образование, какви теми трябва да включва то в сферата на средното и висшето образование, с какви компетенции

трябва да се награжда медийната грамотност и след това и други. И тримата експерти дадоха висока оценка на работата на неправителствените организации, но подчертаха, че е необходима целенасочена държавна политика за развитие на медийната грамотност в България.

Формално образование по медийна грамотност

Към 2022 г. в България няма действаща национална стратегия за медийна грамотност. По такъв документ от 2020 г. работи Министерството на образованието и науката, но той не е наличен на официалната страница на институцията. Стратегически документи, които засягат тези въпроси, са разработвани от Министерството на образованието и науката, Изпълнителна агенция „Образование, аудиоvizия и култура“, Национална програма „Цифрова България 2025“ на Министерството на транспорта, информационните технологии и съобщенията, Държавна агенция за закрила на детето и др. Можем да обобщим, че в част от стратегическите документи на българските институции и в частност на Министерството на образованието и науката, политиката за въвеждане и развитие на медийната грамотност не е negliжирана, но в повечето случаи се споменава в общ контекст. Прави впечатление, че след 2008 г. понятието за медийна грамотност е разширено до медийна и информационна грамотност или медийна и дигитална грамотност. Министерството на образованието и науката се явява партньорска институция на повечето инициативи за насърчаване на медийната грамотност, но сътрудничеството с граждански сдружения и неправителствени организации не е разписано в документите.

В областта на висшето образование медийната грамотност категорично не присъства достатъчно пълноценно, въпреки че в новата стратегия за висше образование развитието на дигитални умения и компе-

менции е определено като приоритет. Първата лекция по медийна педагогика (използван тогава термин в България) е прочетена през май 2002 г. от проф. Бернд Шорб във Факултета по журналистика и масова комуникация на СУ „Свети Климент Охридски“. Днес във ФЖМК има задължителна дисциплина „Медийна и информационна грамотност“ в учебния план на откритата през 2018 г. специалност „Комуникационен мениджмънт“. На ниво магистри, бакалаври и докторанти задълбочено обучение по медийна грамотност се предлага във Факултета по науки за образованието и изкуствата (ФНОИ) на СУ, в рамките на специалност „Медийна педагогика и художествена комуникация“. Като цяло, обаче, не са много университетите в България, които включват в учебните си планове дисциплина „Медийна грамотност“. Такъв предмет е включен в учебния план на специалност „Журналистика“ в Нов български университет, а целта му е да запознае студентите с нейната същност и приложенията ѝ спрямо различни медии, както и да култивира познания за различните техники на конструиране на медийни послания. Катедра „Медии и обществени комуникации“ в УНСС също включва дисциплината „Медийна грамотност“ в учебния план на специалност „Медии и журналистика“. В други държавни и частни български университети в учебните си планове са интегрирани дисциплини, които не се отнасят пряко до проблематиката на медийната грамотност. Към тях са имплементирани и дигитални компетенции, информационна грамотност, създаване на дигитално съдържание и др.

Усилията на българските институции за развитие на медийната грамотност са съсредоточени предимно в училищата. От 2017/2018 учебна година обучение по медийна грамотност е въведено в няколко пилотни училища, а от следващата 2018/2019 учебна година за първи път Министерството на образованието и науката включва часове по медийна грамотност в училищната програ-

ма. Във връзка с това се открояват няколко проблемни зони – липса на методика за преподаване на медийна грамотност в училище, недостатъчна подготовка и квалификация на учителите и недостиг на ресурси.

Най-осезаемо присъствие на извънкласни дейности, които засягат въпросите за медиите и тяхната употреба има в т.нар. иновативни училища. В България за учебната 2021/2022 г. има 510 иновативни училища на територията на цялата страна. В някои училища има паралелки, които са с медиен и комуникационен профил като например: репортерство и медии, фотография и журналистика, рекламен дизайн, медийни комуникации, журналистика и връзки с обществеността. В други училища има основани журналистически клубове, работи се по развиване на собствени медии като училищен вестник, радио и телевизия. Там учениците могат да овладеят професионални медийни и журналистически практики, комуникативни умения, създаване на дигитално съдържание и развиване на нови медийни формати като видео и подкаст. За тези цел някои от тях разполагат и със собствени студиа, в които младежите да практикуват създаване на медийни и информационни продукти. Според нашия експерт има добри възможности за сътрудничество между университетите, в които се изучават медии, и училищата, които полагат усилия да развиват медийната грамотност на учениците в различните образователни нива.

Неформално образование по медийна грамотност

Неправителственият сектор започва работа по проблемите на медийната грамотност в България много преди официалните институции и образователната сфера да насочат вниманието си към тях. През 1991 и 1998 г. са регистрирани първите организации, които по-късно развиват редица инициативи, свързани с медийната и информационната грамотност, в периода 2000-2010 г. са създадени още няколко, а след 2010 г. техният

брой нараства и всички работят значително по-интензивно в посока проекти и обучения на учители на началните и средните училища, подготовка на ресурси и привличане на общественото внимание към темата. През месец септември 2017 г. е учредена Коалиция за медийна грамотност, която обединява различни организации в областта на образованието, журналистиката и гражданското участие. Тя е подпомагана и от представителите на академичната общност и експерти по медийна грамотност. В управлението на обединението свои представители имат организации като: Центъра за безопасен интернет, фондация „Медийна демокрация“, фондация „Заедно в час“, Центъра за приобщаващо образование, Асоциацията на европейските журналисти – България, Центъра за развитие на медиите, проектите „Знам.бе“ и „Книговище“, Сдружение „Изследователски център Регионално и Глобално Развитие“ (РЕГЛО). Стратегическа цел на алианса от неправителствени организации е да работи за цялостно интегриране на медийната грамотност в образователния процес и повишаване на медийната грамотност в обществото. Организациите работят и за изграждане на партньорства с всички представители на неправителствения сектор и официални институции, които имат отношение към образованието и медийната грамотност в България.

От 2018 г. Коалицията за медийна грамотност ежегодно организира Дни на медийната грамотност. В рамките на първото издание се провеждат ученически конкурси, демонстрират се презентации за интерактивни занятия, запознават се учителите с методики на преподаване на медийна грамотност, организират се срещи-дискусии с родители и ученици по темата за онлайн безопасността.

През 2019 г. акцентът е върху работата и проверката на източници за информация, фалшивите новини в различни медийни формати, разработването на видео уроци по темата за медийната грамотност и

провеждането на дискусии с деца, родители и учители. Подготвени са планове и презентации по теми като поведение и безопасност в интернет, нетикет за ученици от 1 до 4 клас, онлайн тормоз за обучаващите се от 5 до 7 клас, дигитални умения за ученици от 1 до 4, от 5 до 7 и от 8 до 12 клас.

През 2020 г. основната цел на коалицията е да популяризира необходимостта от въвеждане на медийната грамотност във формалното образование. Програмата включва обучения на деца за създаване на безопасно съдържание в онлайн среда и подкрепа на учителите за преподаване на медийна грамотност. Продължава разработката на видео уроци по различни теми, а също и провеждането на конкурси.

През 2021 г. акцентът е върху етичното отразяване на деца в медиите, онлайн медийна грамотност за ментори, уебинари, представяне на международен проект с участието на университетски преподаватели, които има цел да подготви обхватна учебна програма по медийна грамотност.

През 2022 г. дейността на коалицията вече обхваща и други целеви групи – възрастни хора в малките населени места, предлага много по-активно включване в инициативите на алианса на учители и ученици, които имат възможност да предлагат и свои идеи и теми в рамките на дните на медийната грамотност. Проведено е първото национално тестване на уменията по дигитално-медийна грамотност на учениците от 10 клас.

В процеса на своята дейност КМГ си партнира с Държавна агенция за закрила на детето, Министерството на образованието и науката, Министерството на културата, Столичен инспекторат по образованието, обществени и частни медии, УНИЦЕФ, Главна дирекция за борба с организираната престъпност, ИТ компании, посолства и неправителствени организации и групи.

От особено важно значение е наличието на необходимите ресурси за обучение по

медийна грамотност, които в продължение на години бяха дефицит в България. Нашето проучване установи, че голяма част от тях са резултат от активността на неправителствения сектор и са финансирани от европейски програми и чужди фондации.

Активна работа по отношение на ресурсите регистрирахме през последните 8 години, като особено през 2021 г. са подготвени много наръчници, помагала, видеоуроци, презентации и методически насоки. Като особено полезни могат да бъдат отбелязани: издаденият през 2016 г. Наръчник за учители „Как да развиваме умения на 21-век в час“ по програма „Заедно в час“ като част от проект „Функционална грамотност за 21-ви век“; Методически наръчник „От дигитална компетентност към дигитално гражданство“, подготвен през 2017 г. от Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ и Факултета по начална и предучилищна педагогика на СУ „Св. Климент Охридски“; Наръчник за видеове онлайн тормоз, издаден от Центъра за безопасен интернет съвместно с Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ през 2018 г.; Помагалото „Медийна грамотност в класната стая“ на АЕЖ-България, разработено през 2019 г. като ресурс за учителите; Помагалото „Правото ми на мнение! Създаване на съдържание за социалните мрежи“ на УНИЦЕФ за ученици в гимназиален етап на образование по проект на УНИЦЕФ в партньорство с Асоциация на европейските журналисти – България от 2019 г.; Наръчникът на ЕС „Преподаване на медийна грамотност и борба с дезинформацията с eTwinning“, издаден през октомври 2021 г. под ръководството на UNESCO и предназначен за учители и ученици; Учебното помагало „Гражданско образование“ за 11. Клас. Помагало за учители на ЕК“, разработено през 2021 г. от български авторски колектив, подкрепен от Представителството на Европейската комисия в България; Наръчникът „Медийна грамотност през дистанционно обучение“ на Коалицията за медийна гра-

мотност, предназначен за ученици от 5, 6 и 7 клас и разработен през 2021 г. по програма „Следващите 10 – в подкрепа на значими идеи през следващите 10 години“; Наръчникът „Учебно помагало за млади репортери“, написан през 2021 г. по инициатива на Дружеството за ООН в България и Фондация „За ново партньорство в журналистиката“ по проект „Млади репортери за местна демокрация“; Цифровият наръчник „Пътеводител за проверка на фактите в дигитална среда“ на АЕЖ-България, разработен през 2021 г. в помощ на разследващите журналисти, но и на всички представители на гражданското общество, за които разобличаването на фалшивите новини и дезинформацията е от важно значение; „Наръчник за медийна грамотност. Фалшивите новини вредят на нашите права, сигурност и участие“, издаден през 2021 г. по проект „Фактите, моля! Борба против фалшивите новини – национални и европейски политики, насочени към младежта!“, партньори по проекта са Фондация Европартньори 2007 и РУО – Бургас, съфинансиран е от програма Еразъм+ на Европейския съюз; Наръчникът на UNESCO „Журналистика, „фалшиви новини“ и дезинформация: наръчник за академична и професионална подготовка по журналистика“, издаден през 2021 г.; Наръчникът „Журналистика за деца. Практически насоки“, издаден през 2021 г. от Асоциацията на европейските журналисти и проекта „Книговище“ с подкрепата на фондация „Америка за България“, фондация „Робърт Бош“ и посолството на САЩ в България.

Всички тези ресурси са представени накратко и са отбелязани основните тематични акценти на всеки един от тях. Те са и убедително доказателство за това, че усилията на неправителствения сектор са насочени към надграждане и модернизирание на уменията не само на педагози от основното, средно и гимназиално образование, но и към журналисти и към представители на различни възрастови и социални групи.

Анкетно проучване на учителските практики в полето на медийната грамотност

В началото на 2022 г. (07.01.2022-23.02.2022) научноизследователският екип проведе първото в България анкетно проучване на учителските практики в полето на медийната грамотност. Негова цел бе да установи както добрите практики, така и дефицитите в обучението в сферата на формалното образование.

Отзоваха се 534 респонденти от цялата страна, което дава достатъчно показателни резултати, тъй като по данни на НСИ през учебната 2020/21 г. общият брой на преподавателския персонал в общообразователните училища е 55 554. Общо 21% от респондентите работят в столични училища, 41% – в училища от областни градове и 38% – в училища в малки населени места.

Най-голям дял от респондентите обучават ученици от 8 до 12 клас – общо 373 или 70%, а именно към тази група са насочени и най-много усилия от гледна точка на обучението по медийна грамотност. От анкетираници 99 респонденти (19%) обучават ученици от 5 до 7 клас, а 62 респонденти (12%) преподават в начално ниво.

Въпросите към тях бяха свързани с тяхното разбиране за медийна грамотност: с възможностите за придобиване на допълнителна квалификация за преподаването ѝ в системата на средното образование; с оценката на държавната политика и на дефицитите в нея; с основните теми по медийна грамотност, които интегрират в рамките на своя предмет; с достъпа до ресурси и необходимостта от сътрудничество между сферите на средното и висшето образование в процеса на обучението по медийна грамотност.

От проведеното от изследователския екип количествено проучване – анкета за учителските практики в полето на медийната грамотност в България можем да стигнем до следните основни изводи:

1. Медийната грамотност като цяло е позната материя за учителите, но твърде малка част от тях имат самочувствието, че са запознати с нейната концепция. Това алармира за нуждата от допълнителна квалификация и по-добро интегриране на значимо поле, превръщащо се в ключова компетентност от все по-ранна възраст;

2. При анализа на отговорите като теми от медийната грамотност, считани за най-значими от учителите, категорично се очертават разпознаване и предпазване от фалшиви новини. Както и разпознаване и предпазване от кибертормоз, умения за откриване и интерпретиране на информация онлайн. С голяма важност са посочени и критично мислене, разбиране на функциите и ефекта на медиите;

3. Българските учители са отворени към темата и имат желание да я интегрират в обучението по предметите си. Но им липсват както подходящо планиране и прилагане на глобално ниво от МОН, така и необходимите ресурси. Мотивацията за интегриране се случва по-скоро на локално ниво – от училищните ръководства;

4. Поради горепосоченото те залагат основно на самообучение и сами откриват учебните материали, които използват;

5. На база наблюденията си върху медийната грамотност на учениците си учителите отчитат, че интегрирането на медийната грамотност в обучението е от много голямо значение. Те отбелязват сериозни дефицити от гледна точка на потреблението на медии и медийни продукти и ефектите, които те имат върху развитието и гражданската позиция на обучаемите;

6. Учителите са отворени за колаборация с висшите училища. Не само за добиване на допълнителна квалификация в областта на медийната грамотност. Те изтъкват собственото си професионално израстване. Но и използването на ресурси в помощ на интегрирането на тези знания за медиите в училищните предмети.

Проучването на медийната грамотност в сферата на формалното и неформалното образование в България категорично доказва спешната необходимост от ясна държавна политика и национална стратегия за нейното развитие. Очевидно неправителственият сектор е изключително активен и работи както с училищата и университетите, така и с различни възрастови групи за развитие на медийната грамотност на няколко поколения българи. Наличието на множество наръчници, помагала и други ресурси, които да бъдат в помощ на учителите, на учениците, на журналистите, на всички граждани, говори за това, че неформалното образование има водещата роля в медийното образование. А тук държавата значително изостава. Интегрирането на редица добри практики, анализирани в процеса на проучването на развитието на медийната грамотност в редица европейски страни, също може да бъде от полза в процеса на създаване на национална стратегия, като се надгражда постигнатото в България през последните години.

Заклучение

Научноизследователският интерес на екипа от катедра „Медии и обществени комуникации“ към темата за медийната грамотност и по-конкретно за нейното развитие в България беше продуциран от нарастващото значение на медийното образование в съвременната сложна, динамична и непрекъснато променяща се комуникационна среда. Постигнатите резултати в процеса на работа по проекта „Интегриране на обучителни практики по медийна грамотност в средните и висшите училища в България“ показват, че той значително надхвърли първоначално определените задачи. Даде много отговори на важни въпроси по темата, но и постави нови, не по-малко значими и интересни. Представеният обзор на развитието на темата за медийната грамотност и на дефинициите

на това понятие показва, че е необходима още много работа по прецизирането на същността на медийната грамотност. А от това зависи и успехът на стратегиите и политиките, свързани с нея.

Анализът на редица основополагащи документи на организации като ЮНЕСКО и на националните практики в образованието по медийна грамотност в страните от Европейския съюз и други държави показва, че е от изключително важно значение наличието на стратегии. Те пък трябва да очертават основните посоки и цели в развитието на медийната грамотност в международен мащаб. В същото време обаче всяка страна има своя визия за този процес и развива собствена специфична политика.

В някои от държавите е видима активната роля на правителствата през последните 15 години, наличието на отделни институции, работещи в полето на медийната грамотност. На други места по-значима роля имат неправителствените организации. В трети – държавата и неправителственият сектор много хармонично и успешно съчетават усилията си. Оценката на научноизследователския екип е, че именно това е най-успешната формула. Защото твърде силният контрол от страна на държавата може да ограничи инициативите и дейностите на други организации и институции, които могат да имат значителен принос за развитието на медийната грамотност с интересни идеи, инициативи, проекти и дейности.

Проучването на практиките във формалното и неформалното образование по медийната грамотност в България до голяма степен бе провокирано от факта, че от 2016 г. насам оценката на експертите за нивото на медийна грамотност у нас е много ниска. Именно поради липсата на развити политики и на значими мерки, предприети от държавата. В сферата на социалното включване медийната грамотност в някои от годините е посочена като зона с най-висок риск. А това дава своето негативно отражение

върху медийния плурализъм и развитието на гражданското общество.

Добра оценка получават усилията на неправителствените организации. Но те са оценени като откъслечни и недостатъчни поради липсата на устойчиво финансиране и безспорно не могат да компенсират липсата на системно обучение в средните и висшите училища в България. Анализът на постигнатите резултати през последните години в рамките на формалното и неформалното образование потвърди констатациите на експертите. В част от стратегическите документи на българските институции и в частност на Министерството на образованието и науката политиката за въвеждане и развитие на медийната грамотност не е negliжирана. В повечето документи обаче тя се споменава мимоходом и в общ контекст. Прави впечатление, че след 2008 г. понятието медийна грамотност е разширено до медийна и информационна грамотност или медийна и дигитална грамотност. Министерството на образованието се явява партньорска институция на повечето инициативи за насърчаване на медийната грамотност, но сътрудничеството с граждански сдружения и неправителствени организации не е разписано в разгледаните документи.

Неправителственият сектор в България развива редица инициативи за развитие на медийната грамотност много преди официалните институции и образователната система да насочат вниманието си към тях. От 2017 г. Коалицията за медийна грамотност обединява усилията на редица неправителствени организации в областта на образованието, медиите и гражданското участие и значително активизира тяхната дейност. През последните години са подготвени близо 15 наръчници, учебници и помагала, а също така видеоуроци и други електронни ресурси, които да подпомогнат обучението по медийна грамотност не само за ученици и студенти, но и за други въз-

растови групи. Прави впечатление обаче, че основната част от темите в тези ресурси са свързани със социалните мрежи, достоверността на информацията и борбата с фалшивите данни, кибертормоза, етичното общуване в интернет, езика на омразата. В същото време липсват важни теми, които са много съществена част от медийната грамотност – прозрачна собственост на медиите, медийна концентрация, състояние на медийната среда, роля на медиите за развитието на гражданското общество, медийни ефекти, регулация и саморегулация, медиен пазар, медийна икономика, медийна политика, механизми за създаване на медийно съдържание, отговорности на журналистите и други. Тези дефицити показват, че е необходимо да се положат още много усилия за развитието на медийната грамотност, която експертите определят като многоизмерна и интердисциплинарна.

В резултат на проведеното анкетно проучване с учители установихме, че медийната грамотност в средното образование се интегрира по-скоро в рамките на отделните изучавани предмети, но не присъства като отделна задължителна дисциплина. Предвижда се през 2022-2023 учебна година тя вече да присъства като такава и според нашия екип именно това е по-ефективният подход. Показателен е фактът, че по-голямата част от учителите безспорно определят медийната грамотност като изключително актуална проблематика. Мнозинството изтъква, че това е ключово умение за учениците, което те трябва да придобият още в началния етап на своето образование. А също и това, че те не се чувстват достатъчно подготвени да преподават такава дисциплина и имат нужда от съответните обучения и квалификации. Нуждата от сътрудничество между висшите училища, в които се преподават медии и обществени комуникации, средните училища, МОН, медиите и неправителствения сектор е повече от належаща. Защото тя

ще позволи на всички страни да координират своите усилия и да дадат своя принос за повишаването на медийната грамотност в България.

Публикацията съдържа резултати от изследване, финансирано със средства от целева субсидия за НИД на УНСС по договор № НИД НИ – 12/2019.

Цитирани източници:

Данов, Д., 2020. Медийната грамотност: преосмисляне на опита. София: изд. „Св. Кл. Охридски“.

(Danov, D., 2020. Mediynata gramotnost: preosmislyane na opita. Sofia: izd. „Sv. Kliment Ohridski“)

Заклученията относно медийната грамотност в постоянно променящия се свят. *Официален вестник на ЕС*, 2020, [online] Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2020:193:FULL&from=EN> [Accessed 7 June 2022].

(Zaklyuchenia otnosno mediynata gramotnost v postoyanno promenyashitia se svyat. *Ofitsialen vestnik na ES*, 2020, [online] Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2020:193:FULL&from=EN> [Accessed 7 June 2022])

Съобщение от Комисията до Европейския Парламент, Съвета, Европейския Икономически и Социален Комитет и Комитета на Регионите – Европейски подход към медийната грамотност в цифрова среда, [online] Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/HTML/?uri=CELEX:52007DC0833&from=BG> [Accessed 7 June 2022].

(Saobshtenie ot Komisiyata do Evropeyskia Parlament, Saveta, Evropeyskia Ikonomicheski i Sotsialen Komitet i Komiteta na Regionite – Evropeyski podhod kam mediynata gramotnost v tsifrova sreda, [online] Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/HTML/?uri=CELEX:52007DC0833&from=BG> [Accessed 7 June 2022])

Уебсайт на ЮНЕСКО, [online] Available at: <https://iite.unesco.org/mil/> [Accessed 7 June 2022].

(Uebsayt na YUNESKO, [online] Available at: <https://iite.unesco.org/mil/> [Accessed 7 June 2022])

Hattani, H., 2019. Media Literacy in Secondary School: Teachers' Attitudes, [online] Available at: <https://www.mrjournal.ro/docs/R2/33JMR1.pdf> [Accessed 7 June 2022].

Jolls, T., M. Johnsen, 2018. Media Literacy: A Foundational Skill for Democracy in the 21st Century, [online] Available at: https://www.researchgate.net/publication/325631643_Media_Literacy_A_Foundational_Skill_for_Democracy_in_the_21st_Century [Accessed 7 June 2022].

Kubey, R., 2002. Think. Interpret. Create. How Media Education Promotes Critical Thinking, Democracy, Health and Aesthetic Appreciation, [online] Available at: [http://www.medialit.org/reading_room/pdf/547_CICML\\$Kubey.pdf](http://www.medialit.org/reading_room/pdf/547_CICML$Kubey.pdf) [Accessed 7 June 2022].

Livingstone, S., 2005. Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies, London: Routledge.

Livingstone, S., 2019. Media literacy: what are the challenges and how can we move towards a solution? [online] Available at: <https://blogs.lse.ac.uk/parenting4digitalfuture/2019/03/13/media-literacy-what-are-the-challenges/> [Accessed 7 June 2022].

Media Literacy Defined, [online] Available at: <https://namle.net/resources/media-literacy-defined/> [Accessed 7 June 2022].

Media Literacy: A Definition and More, [online] Available at: https://www.medialit-org.translate.google.com/media-literacy-definition-and-more?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=bg&_x_tr_hl=bg&_x_tr_pto=sc [Accessed 7 June 2022].

Potter, W., 2010. The State of Media Literacy, [online] Available at: <https://www.semantic-scholar.org/paper/The-State-of-Media-Literacy-Potter/1086d0f6f096c8eca871fec2a4e6c7c251f6ce0c> [Accessed 7 June 2022].