



Препоръки за политики за образованието по медийна грамотност



ДОКЛАД

Съдържание

1. Въведение – относно проекта и проучването в рамките му.....	3
2. Преглед на литературата.....	5
2.1. Възможности за обучение по медийна грамотност в Словакия	5
Текущо състояние на обучението по медийна грамотност	7
Възможности за обучения за учители.....	9
Неформални инициативи.....	9
2.2. Възможности за обучения по медийна грамотност в България.....	12
2.3. Възможности за обучения по медийна грамотност в Словения	17
2.4. Възможности за обучения по медийна грамотност в Косово	22
Инициативи и проекти.....	23
Ponder	23
Learn to Discern (L2D) – Косово	24
2.4. Възможности за обучения по медийна грамотност в Гърция	24
3. Методология	28
Ограничения.....	29
4. Резултати от проучването и анализ.....	30
5. Препоръки за политики.....	42
Словакия	42
България	43
Словения.....	44
Косово	45
Гърция.....	46
На ниво ЕС.....	46
6. Заключение	48

1. Въведение – относно проекта и проучването в рамките му

21-ви век се асоциира с възхода на информационните и комуникационните технологии, които постепенно се превърнаха в част от нашето ежедневие. Всеки ден използваме дигитални инструменти на работното място, в училище и в свободното време. Днешната епоха може да се опише като цифрова и това се забелязва още по-интензивно по време на пандемията COVID-19, когато дори на лица с по-слаби дигитални умения им се наложи да прехвърлят дейностите си в онлайн среда.

Светът около нас непрекъснато се мени, а образованието, независимо дали говорим за формално или неформално, е много динамична област. Цифровите или дори социалните, икономическите или културните промени косвено засягат образователната система на всички страни и по този начин налагат преосмисляне на методите и средствата за образование. Системата трябва да е в крак с времето и да е отворена за нови възможности, а най-важно е младежките работници да се обучават постоянно в това отношение. Само по този начин те могат да вършат добре работата си и да предават ефективно и увлекателно на младите хора точните знания и умения.

Дигиталната младежка работа е бързо развиваща се област, а медиите са неразделна част от нея. Все по-честото използване на интернет и широкото разпространение на социалните мрежи доведоха до значителна промяна в споделянето и разпространението на информация. Появиха се много нови медии и обикновеният потребител не може да се справи с огромното количество информация, на което е изложен ежедневно. Недостатъчната медийна грамотност - неспособността да се оцени съответната информация води до склонност да се вярва на дезинформация и конспиративни теории. Това поляризира обществото и в крайна сметка застрашава основите на демокрацията.

Медийната и дигиталната грамотност, както и способността за критична оценка на информацията са ключови компетенции днес. Ето защо е особено важно учители, младежки работници и представители на младежките организации, които участват в обучението на

младите хора, да се усъвършенстват в тази област. Целият проект "GaMEfy", съфинансиран от програмата Еразъм+, се основава на тази цел.

Партньорите по GaMEfy работиха заедно за създаването на няколко образователни продукта на проекта. Първият от тях е планът за обучение, съдържащ полезен инструмент за разбиране на образованието по темите за дигитално-медийната грамотност както за младежите, така и за младежките работници и преподаватели. Тя ще ви помогне да разпознавате фалшивите новини и различните заплахи, произтичащи от онлайн света. Освен това в нея ще намерите много практически упражнения с различни нива на трудност, предназначени за младите хора.

Вторият резултат от проекта представлява страхотна интерактивна образователна игра, която дава възможност на целевите групи да учат по лесен и достъпен начин и да подобрят дигиталните си умения, както и знанията си относно медиите и фалшивите новини.

След като тестваха и подобриха играта, партньорите я изпробваха в 5 пълни цикъла, а университетите - в 10. Това означава, че те трябваше да намерят до 200 младежи, които да играят играта, след което да попълнят въпросник и да участват във фокус група, която имаше за цел да даде оценка за самата игра, но най-вече за състоянието на медийната грамотност и образователните възможности в тази област в съответната страна. Резултатите от количествените и качествените изследвания могат да бъдат намерени в следващите страници на настоящото Ръководство.

Партньорите също така разгледаха поотделно състоянието на медийната грамотност в родните си страни и изготвиха доклад за образователните възможности в областта на дигитално-медийната грамотност. Резултатът от тяхното проучване можете също да намерите в Ръководството. Въз основа на събраната информация и данни партньорите успяха да предложат препоръки за политики както на национално, така и на европейско равнище - препоръки за подобряване на образованието в областта на медийната и дигиталната грамотност.

2. Преглед на литературата

2.1. Възможности за обучение по медийна грамотност в Словакия

Въпреки че нивото на медийна грамотност в Словакия е сред най-ниските в ЕС (както показва Индексът на медийната грамотност за 2021 г.¹), има подобрения в подхода към формалното образование в тази област. Съществуват и многобройни възможности за неформално обучение, както и резултати от изследвания. В този контекст е от съществено значение, че задължението за информиране относно състоянието на медийната грамотност е уредено в [Закон №308/2000](#) за радиоразпръскването и ретранслацията и в изменението на Закон №195/2000 за телекомуникациите. Съгласно глава 5, чл. 2, буква j от този закон, [Съветът за радиоразпръскване и ретранслация](#) е задължен да *“предоставя на Министерството на културата и Министерството на образованието на Словашката република помощни материали за изготвяне на доклад, анализиращ състоянието и нивото на медийната грамотност”*².

Съветът за радиоразпръскване и ретранслация възложи тази задача на [Факултета по масмедийни комуникации](#) на Университета "Свети Кирил и Методий" в Търнава. Документ, озаглавен [“Концепцията за обучение по медийна грамотност в контекста на ученето през целия живот”](#) и одобрен от правителството на Словашката република през 2009 г., предвижда създаването на Център за обучение по медийна грамотност. Такъв център бе създаден към този факултет. Освен това документът определя мястото на обучението по медийна грамотност в ученето през целия живот и обществените институции, които трябва да участват в неговото развитие. Документът дава представа за тогавашната ситуация в тази област и освен някои препоръки и описание на самия център не предлага конкретни цели.

Важността на обществения достъп до обективни и плуралистични източници на информация и укрепването на независимостта на обществените медии е една от целите, заложи в [Визия и стратегия за развитие на Словакия до 2030 г.](#)

¹ <https://osis.bg/?p=3750&lang=en>. Slovakia ranks 22nd place in 2021 (45 points on a 0-100 scale)). In 2019, it was also in 22nd place with 44 points: <https://osis.bg/?p=3356&lang=en>. Media Literacy Index is published by the Open Society Institute – Sofia (<https://osis.bg/wp-content/uploads/2019/11/MediaLiteracyIndex2019 -ENG.pdf>).

² <http://www.slovakproducers.com/images/Act-on-Broadcasting-and-Retransmission.pdf>

Една от целите на [Словашкия аудиовизуален фонд](#) е развитието на образованието и професионалните изследвания в областта на аудиовизуалната култура и филмовото изкуство. Ето защо той е и важна заинтересована страна в областта на образованието по медийна грамотност в Словакия.

Един от показателите за състоянието на медийната среда - нивото на доверие в медиите - също не е благоприятен в Словакия. Резултатите от проучването, наречено [Trustworthiness of news media worldwide 2021](#) (Достоверност на новинарските медии в света), са публикувани на сайта Statista. То включва графика, показваща процента на възрастните, които се доверяват на новинарските медии през повечето време в избрани държави по света към февруари 2021 г. Според нея 30% от възрастните в Словакия се доверяват на новинарските медии, което е един от най-ниските резултати в сравнение с 65% във Финландия, която получава най-добри резултати в това проучване. Този резултат доста кореспондира с данните от [Атласа на европейските ценности](#). Съгласно него 39,75% от словаците имат доверие в пресата, а 27,22% от тях имат доверие в социалните медии (данните са от 2017 г., като са интервюирани и млади хора). Ако разглеждаме само младите хора, 33,24% от тях имат доверие в пресата и 33,96% имат доверие в социалните медии. [Световният индекс за свобода на печата от 2021 г.](#) поставя Словакия на 35 място (с резултат 23,02).

Важно е да се спомене и връзката между медийната етика, социалната отговорност и медийната грамотност, защото тяхното разбиране дава повече информация за света на медиите и техните механизми. Медийната етика и социалната отговорност не са основна тема в Словакия, но има повтарящи се проблеми и конкретни теми, които привличат вниманието на експертите и обществеността. Често се случва медиите да публикуват материали, без да проверяват цялата информация, и по този начин да объркват общественото мнение. Вместо да се борят с дезинформацията, те всъщност допринасят за нея. Това се случва много често в таблоидните медии, но и авторитетните (включително обществените) също са склонни към този лош навик, което го прави още по-сериозен проблем, защото обществото им се доверява все повече. Въпреки това, може да се спомене като положителен аспект, че професионалните медии поправят грешките си и често се извиняват за сериозните такива.

Текущо състояние на обучението по медийна грамотност

Обучението по медийна грамотност (Mediálna výchova) е включено в рамковите учебни планове за начално и прогимназиално образование като т.нар. междусекторен предмет. Критичното мислене, главно във връзка със средствата за масова информация, се споменава и в предмета "Изкуство и култура". По-голямо внимание на медиите е отделено в Рамковите учебни планове на гимназиите (както с 4 или 5, така и с 8 годишни образователни програми), чиито възпитаници са способни да мислят критично и да оценяват информацията, включително и тази, предоставяна от масмедиите. Позоваване на критичното мислене и използването на медиите може да се намери и в предметите Изкуство и култура или Словашки език и литература в рамковите учебни планове на гимназиите. Компетенциите, свързани с информационното общество (напр. авторско право, рискове, свързани с информационните технологии), са включени в предмета Информатика. Различна информация за медиите може да бъде намерена и в рамките на гражданското образование (80%), етичното образование (60%) и информатиката (60%) . При изучаването на Словашки език и литература учениците и студентите проучват теми като жанрове, вестници или статии.

Междусекторния предмет "Медийно образование" съдържа следните области: медиите в съвременния свят, видове медийни продукти, медиите и тяхното въздействие върху хората, медийна етика (таблоидизация на медиите), създаване на медийни продукти.

Ключовите точки от въведението за състоянието на обучението по медийна грамотност в Словакия, публикувано от Факултета по масмедийни комуникации на Университета "Свети Кирил и Методий" в Търнава, са:

- Ефективността на обучението по медийна грамотност под формата на междусекторни предмети (т.е. във връзка с друг предмет) в рамките на учебното съдържание на тези предмети е сравнително ниска.
- Училищата могат да включат предмета Обучение по медийна грамотност в своите учебни планове като самостоятелен предмет, което обаче не е задължително. Следователно от решението на ръководството на училището зависи дали то ще предложи такава възможност на своите ученици. Често при вземането на решение роля играе желанието на учителите и тяхната способност да преподават този предмет. Според изследване за състоянието на интегриране на медийното образование в учебните планове на училищата, в 283 основни

училища, което представлява 23% от изследователската извадка от основни училища³, и в 153 средни училища, което представлява 29% от общия брой 631 гимназии и средни професионални училища, участвали в изследването, медийната грамотност се изучава като самостоятелен предмет⁴. Според информация на Словашкия център за научна и техническа информация по време на проучването в Словакия е имало общо 753 средни училища⁵.

- Училищата могат също така да включват краткосрочен курс или проект, насочен към развиване на медийната грамотност, в училищния си план. Тази практическа форма на развитие на медийната грамотност на децата и младежите е най-разпространена в словашката училищна среда и има сравнително богати традиции⁶.

- Проблемен аспект на обучението по медийна грамотност в началните училища е липсата на подходящи методически материали и инструменти, които да са съобразени със съответните възрастови групи.

- Медийната грамотност - като част от междусекторен или самостоятелен предмет - се преподава и в средните професионални училища, въпреки че не е изрично включена като задължителна част от съответните национални образователни програми. Въпреки това в задължителните педагогически документи за този тип училища елементи на медийното образование присъстват, например, в предметите Информатика, Словашки език, Обществени науки и в някои професионални предмети.

- Един от проблемите на медийната грамотност в Словакия е недостатъчният капацитет за обучение и професионално развитие на бъдещите учители по този предмет. На практика това означава, че нито един от педагогическите факултети не предлага възможност за бакалавърско или магистърско обучение с фокус върху тази тема. В някои педагогически факултети медийната грамотност присъства в учебните им планове (напр. в Педагогическия факултет на Университета "Константин Философ" в Нитра), но само като избираема дисциплина.

³ Kačínová, V., Kolčáková, V., TINKA, J. Súčasný stav začlenenia mediálnej výchovy do obsahu vzdelávania na základných školách na Slovensku. Trnava. IMEC – Centrum mediálnej gramotnosti, FMK UCM Trnava, 2013. p. 18.

⁴ KAČINOVÁ, V., KOLČÁKOVÁ, V. Súčasný stav začlenenia mediálnej výchovy do obsahu vzdelávania na stredných školách na Slovensku. Trnava. IMEC – Centrum mediálnej gramotnosti, FMK UCM Trnava, 2013. p. 22.

⁵ <https://medialnavychova.sk/slovensko-2/>, https://www.cvtisr.sk/cvti-sr-vedecka-kniznica/informacie-o-skolstve/statistiky/statisticka-rocenka-publikacia.html?page_id=9580

⁶ VRABEC, N. Mediálna výchova: teoretické východiská a trendy. Trnava. Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2013. p. 39 – 40.

Възможности за обучения за учители

Националният институт за образование на Словашката република обръща внимание на обучението за учителите в областта на медийната грамотност, така че те да могат да предадат своите знания, умения и способности на учениците и студентите. Няколко примера можете да намерите на линковете по-долу:

- [Семинар за учители по медийна грамотност и превенция на омразната реч онлайн](#)
- [Уебинар за учители в детски градини](#)
- [Сайт за различни ресурси](#), като [10 компетенции за медийна грамотност](#)
- Документи, свързани с [“Референтна рамка на компетенциите за демократична култура”](#) (създадени от Съвета на Европа).

Неформални инициативи

Много полезна информация под формата на статии, видеоклипове и документи предоставят популярните уебсайтове [zodpovedne.sk](#) (responsibly.sk) и [Rodina a médiá](#) (семејство и медии). [Салезианското медийно училище](#) предоставя образователна програма за медийна грамотност, която е акредитирана от Министерството на образованието. Нарастващият брой на обученията или младежките обмени по програма Еразъм+ предоставя възможности на младежите да се развиват като медийно грамотни личности. Джуниър Ачийвмънт Словакия също така организира [“Media Cup”](#) (Медийна купа) с цел повишаване на медийната грамотност. През 2010 г. Словашката телевизия създаде поредица, наречена [“Media Spies”](#) (Медийни шпиони), която има 40 епизода и е насочена към обучението по медийна грамотност на младите хора с тяхното пряко участие.

НПО Žabky публикува три образователни материала: [Какво знам за медиите](#) (за ученици), [Обучение по медийна грамотност чрез игра за учители](#) и [Обучение по медийна грамотност чрез игра за родители](#).

Други неформални инициативи или материали се предоставят например от: [IMEC](#), [IUVENTA](#), [mediahub.sk](#), [Zvolsi.info](#), [DigiQ](#), [IPčko](#), [Checkbot](#), [nehejtuj.sk](#), [Youth for Equality](#) и [European Dialogue](#).

Медийна грамотност и медии или журналисти

Важно е също така журналистите и другите медийни творци да придобиват нови компетенции в области като най-нови технологии и подходи, журналистика на данните, журналистика на решенията, нови бизнес модели, гражданска ангажираност или социалната отговорност на медиите. Университетите предоставят такива възможности на своите студенти (самостоятелно или в сътрудничество с организации със стопанска или нестопанска цел), понякога медийните къщи също го правят. Вторите, обаче, не са склонни да дават достатъчно почивни дни на служителите си, за да могат те да посещават професионални обучения. В Словакия, European Dialogue непрекъснато организира такъв вид обучения, предимно международни, като предоставя и други възможности за професионално развитие на медийните творци (особено на младите хора), например създаване на контакти и менторство. [Фондация "Отворено общество"](#) организира Академия за разследваща журналистика и управлява Фонд за разследваща журналистика. Журналистическите и медийните награди и схемите за безвъзмездни средства също имат ефект върху насърчаването на професионалистите да продължават да се развиват.

Самите медии и журналисти също така повишават обществената осведоменост по теми като дезинформация, измислици, критично мислене или как работят медиите. Вестник Dennik N създаде уебстраница [Медийно образование](#) която съдържа различни статии, документи и видеоклипове по тези теми. В YouTube има и видеоклип "[Journalists are telling the truth about their job](#)" (Журналисти говорят истината за професията си). Тази практика не е широко разпространена, а и много рядко представители на медиите биха говорили открито за непрофесионални или дори манипулативни практики, използвани от самите традиционни медии.

Има ли напредък в областта на образованието по медийна грамотност в Словакия?

В старата [Стратегия за младежкия сектор в Словашката република](#) (2014 – 2020) "критичното осмисляне на медиите" се споменава само като една от ключовите компетентности в рамките на темата "Младежта и светът". В новата [Стратегия за младежкия сектор](#) (2021 – 2028) обаче медийната грамотност е изрично спомената като една от областите, в които трябва да се създават, развиват и прилагат нови програми (мярка № 6. 1. 5).

Съществуващи проучвания за състоянието на медийната грамотност

Най-сложните и продължителни изследвания по тази тема в Словакия се провеждат от [Факултета по масмедийни комуникации](#) на Университета "Свети Кирил и Методий" в Търнава. Те ръководят [Центъра за медийна грамотност](#) и издават научното списание [Медийна грамотност и академични изследвания](#), което е насочено към академичното осмисляне на проблемите на медийната и информационната грамотност, медийното образование, критичното мислене, дигиталните медии и новите тенденции в свързаните с тях области на медийните и комуникационните изследвания. В края на изследването си за [медийната грамотност на възрастното население в Словакия](#) (16-83 години) през 2015 г. те направиха много важни изводи, като някои от тях са:

- най-популярната медия е телевизията (68,8% от хората гледат телевизия ежедневно), след нея се нарежда радиото. Печатните вестници и списания са най-популярни сред по-старото поколение – 43,7% от хората над 65 години и само 19,5% от хората между 16 и 24 години четат вестници всеки или почти всеки ден;
- повече от две трети от отговорилите са наясно, че различните видове медии представят сходни събития или информация от различни гледни точки. Невниманието и безразличието към различните начини на представяне на едни и същи събития от медиите са – най-разпространени сред най- младите (42,4%) и най-старите (53%) възрастови групи от отговорилите;
- най-достоверната медия е радиото (счита се за надеждна или предимно надеждна от 37%), след него се нареждат вестниците (34,8%) – въпреки че резултатите показват ниска популярност на този вид медия. На телевизията се доверяват 30,4% от отговорилите, като също 30,4% от тях я смятат за недостоверен или ниско достоверен източник на информация, а това е най-високата степен на недоверие в медиите, установена чрез проучването;
- цели 72,3% от анкетираните отговарят, че могат да разпознаят основните съдържателни и формални аспекти на рекламните и популяризаторските съобщения;
- младите хора на възраст между 16 и 24 години (30,4%) и 25 и 34 години (25,3%) имат най-богат опит в създаването на информационно и медийно съдържание;
- коментари относно актуални социални или политически въпроси се правят по-често от мъжете (37,6%), докато при жените този процент е малко по-нисък (34,1%);
- при посещение на уебсайт първото нещо, което хората (цели 61,2% от пълнолетното население на Словакия) най-често правят е да проверяват дали предоставената информация или други информационни източници съответстват на това, на което са се натъквали преди;

- от общия брой анкетирани само 38,4% проверяват спорната информация и на други уебсайтове;
- от общия брой участници в изследването 28,5% твърдят, че за тях е лесно да оценят правилно противоречивата информация в интернет.

Друго проучване бе направено от Словакия младежки институт IUVENTA. Резултатите бяха публикувани в документа [“Младежта и медиите: Медийната грамотност на младите хора в Словакия”](#) през 2008 г. В него се споменава, например, че:

- 18% от учениците в начално училище, 21% от гимназистите и 25% от студентите в университетите почти винаги проверяват няколко вида медии едновременно;
- повече от 60% от учениците в началното училище заявяват, че изобщо не говорят за най-популярната медия - телевизията - в училищна среда;
- интернет е най-важният източник на информация: 45-48% от учениците в началното и средното училище и 78% от студентите в университетите го използват за тази цел.

Младежният съвет на Словакия проведе [Проучване за младежта и медиите](#) през октомври 2018 г. В него участват млади хора на възраст от 15 до 24 години. Резултатите са публикувани през 2019 г. и изтъкват необходимостта от проверка на информацията от различни източници, способността да се разпознава непроверена и подвеждаща информация и насърчаването на тези компетентности сред младите хора. В доклада се споменава, че само 16% от младите хора винаги сравняват информацията с други източници.

През 2001 г. е проведено и изследване "Младият човек и телевизионните новини". То е посветено на отношението на учениците от гимназията към съдържанието на телевизионните новини. В изследването участие са взели 875 гимназисти. Целта е да се очертае честотата на използване на отделните електронни новинарски медии като източници на актуална информация за събитията в Словакия и в света⁷.

2.2. Възможности за обучения по медийна грамотност в България

⁷ https://www.iuventa.sk/files/documents/7_vyskummladeze/publikacie/media_mlade.pdf

Резултатите от новото издание на Индекса на медийната грамотност за 2021 г., изготвен от Инициативата за европейски политики (EuPI) на Институт "Отворено общество" - София, сочат, че България се нарежда на 30-то място в класацията от 35 европейски държави. В доклада се препоръчва образованието като оптимален подход за справяне с фалшивите новини и дезинформацията.⁸ В момента няма конкретна стратегия или програма, която да насърчава медийната грамотност сред младите хора, или такава, която да налага задължително медийно образование в България. Все пак има няколко организации и кампании, които се занимават с темата за медийната грамотност и имат за цел да интегрират медийното образование в българските училища.

Една от тези кампании е Коалицията за медийна грамотност, която обединява много организации с обща дейност, насочена към образование, журналистика и гражданско участие, както и учени и експерти по медийна грамотност. Основната цел на Коалицията е медийната грамотност да бъде изцяло интегрирана в образователния процес и тя да се повиши като компетентност в обществото. Популярна кампания на Коалицията, която ще бъде организирана вече за четвърта поредна година, са Дните на медийната грамотност - под формата на видеоуроци, уебинари, анимационни курсове за онлайн безопасност, дезинформация и инициативи за проверка на фактите; презентации, онлайн обучения и курсове за ментори, учители и ученици, както и за възрастни хора в по-малките градове и села, КМГ популяризира значението и необходимостта от развитие на медийната грамотност на гражданите от всички възрасти. В края на 2020 г. Коалицията разработи, тества и представи първата в България техника за оценяване на уменията на учениците от средните училища в областта на дигиталните медии, а в началото на 2021 г. започна и изпълнението на проекта "Медийна грамотност чрез дистанционно обучение". Кампанията е подкрепена от Министерството на културата, Министерството на образованието и науката, Програмата за малки грантове на Посолството на САЩ, Фондация "Америка за България" и УНИЦЕФ, България.

Коалицията за медийна грамотност е провела проучвания в края на май и началото на юни 2020 г. – за ученици⁹ и учители¹⁰ - във връзка с дистанционното обучение по отношение на

⁸ Media Literacy Index 2021, <https://osis.bg/?p=3750&lang=en>

⁹ Full text of the survey available here <http://gramoten.li/wp-content/uploads/2020/09/%D0%94%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5-%D0%B4%D0%BE-%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B8-%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4.pdf>

¹⁰ Full text of the survey available here <http://gramoten.li/wp-content/uploads/2020/09/%D0%94%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5-%D0%B4%D0%BE-%D1%83%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B8-%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4.pdf>

развитието на дигитални умения и медийна грамотност. Целите на проучванията включват установяването на:

- аспекти на онлайн обучението, които изискват допълнително внимание, с акцент върху изграждането на дигитални умения и медийна грамотност;
- добри практики за развиване на критично мислене и умения за работа в екип;
- степента, в която учителите са запознати с учебната среда и процеса на провеждане на учебни часове (онлайн);
- предимствата и недостатъците на пренасянето на учебния процес в онлайн среда от гледна точка на учениците, критериите на учениците за добро провеждане на учебния процес; мнението им за областите на учебния процес, които трябва да бъдат подобрили;
- и др.¹¹

Поради факта, че в българските училища няма отделен предмет, посветен на медийната грамотност и дигиталните умения, учителите се опитват да интегрират темата в часовете си по Математика, Биология и др. Коалицията за медийна грамотност провежда обучения за учители, които се опитват да вплетат медийната грамотност в предметите, които преподават. Учителите твърдят, че такива различни инициативи на гражданското общество като Коалицията за медийна грамотност дават известна надежда за справяне с проблема. Въпреки това те не са достатъчни и все още има какво да се направи.¹²

Друга организация, която осъзнава дефицита на дигитални умения и медийна грамотност в България и се стреми да го преодолее, е Центърът SafeNet. Той функционира от 2005 г. с частично финансиране от европейските инициативи "Safe Internet" и от 2014 г. - "Better Internet for Children". Накратко, основните дейности на Центъра включват:

- обработка на сигнали за детска порнография и компютърни атаки срещу деца и непълнолетни;

[0%B5-%D0%B4%D0%BE-%D1%83%D1%87%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8-%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4.pdf](#)

¹¹ Official website of The Media Literacy Coalition, <https://gramoten.li/>

¹² Елми, Й., Как се учим на медийна грамотност, 17.07.2021, <https://toest.bg/kak-se-uchim-na-mediyna-gramotnost/>

- консултиране на деца, непълнолетни, родители и учители по телефон и онлайн канали в случай на инциденти с деца в интернет;
- създаване и провеждане на разнообразни обучения за деца, тийнейджъри, родители, учители и други специалисти;
- разработване на разнообразни ресурси за повишаване на обществената осведоменост относно опасностите, пред които са изправени децата, когато използват интернет, социалните медии и мобилните устройства, както и за начините за превенция и търсене на помощ.

Центърът провежда и голям брой обучителни събития, образователни уебинари и програми за ученици, учители и родители. Ресурсите и материалите по темата, създадени от Центъра, също са достъпни за заинтересованите страни.¹³

Необходимостта от осъзнаване на значението на медийната грамотност и дигитални умения се споменава и в новоприетия документ "Цифрова България 2025". В документа се посочва, че образователната система е в процес на реформи и макар че мерките все още не отговарят на обхвата на дигиталната трансформация, акцентът върху укрепването на дигиталните умения се е увеличил. Пример за това е преразгледаният училищен план, като от учебната 2018-2019 г. в трети клас се въвежда предметът Компютърно моделиране. В горния етап на средното образование вече има повече часове, насочени към ИКТ. Освен това в средните училища се предлагат и извънкласни дейности (като например Националната програма за професионално обучение по Информационни технологии). По отношение на реформата във висшето образование са предприети стъпки за засилване на сътрудничеството между образователните институции и бизнеса; Европейският социален фонд подкрепя проект за адаптиране на университетските курсове към нуждите на пазара на труда. Правителството подпомага обучението в някои области, в които са постигнати добри резултати, както и в съответствие с нуждите на пазара на труда (включително STEM и ИКТ факултетите).

Един от основните приоритети в документа е именно повишаването на дигиталните умения и компетентности. Основните мерки, разгледани във връзка с цел №6 от Стратегията: Модернизиране на училищното и висшето образование в областта на информационните и комуникационните технологии (ИКТ), са следните:

¹³ Official website of the SafeNet Center, www.safenet.bg

- осигуряване на подходяща инфраструктура в областта на информационните и комуникационните технологии в училищата;
- оценка върху дигиталните умения на учениците в края на първата година от гимназията (X клас);
- актуализиране на учебната програма и методите на преподаване;
- въвеждане на нов предмет в основното училище - Компютърно моделиране и въвеждане на обучение в профил "Софтуерни и хардуерни науки";
- подобряване на уменията на учителите;
- засилване на сътрудничеството между образованието, промишлеността и неправителствения сектор;
- създаване на координиран подход към ефективни мерки за дигитални умения и адаптиране към пазара на труда.¹⁴

Като се има предвид дигиталната среда, в която живеем и от която не можем да избягаме, образованието, насочено към медийните и дигиталните умения, трябва да бъде основен приоритет днес. Хората трябва да бъдат добре снабдени със знания и умения, за да могат да водят нормален начин на живот и да се адаптират успешно към промените, тъй като дигиталната трансформация се засилва все повече и повече. Безопасността на нашите деца е първата и най-важна причина за насърчаване на медийната и дигиталната грамотност във всички сфери на живота ни. Вярно е, че когато нямат друг избор, освен да се адаптират към бързо променящата се ситуация, хората ще го направят, но самоадаптацията, особено при децата, може да бъде рискована и да ги изложи на голяма опасност. За да се предотвратят подобни инциденти и да се гарантира благосъстоянието на нашето общество, медийното образование трябва да бъде въведено в училищните програми, не само чрез граждански инициативи, но и с подкрепата на държавните органи и националните институции.

¹⁴ Digital Bulgaria 2025, full text accessible here:
https://www.mtc.government.bg/sites/default/files/uploads/it/cifrova_bulgariya_2025.pdf

2.3. Възможности за обучения по медийна грамотност в Словения

Словения няма релевантен документ или стратегия за младежта в областта на медийната грамотност и безопасното използване на новите медии. В първоначалната стратегия за развитие на медиите до 2024 г. (Strategija razvoja medijev v Republiki Slovenije do leta 2024) има включена тема "Медийна грамотност и осигуряване", в която се посочва, че "медийната и дигиталната грамотност са част от задължителната учебна програма в основното училище". Първоначалната стратегия е предшественик на проекта за медийна стратегия за периода 2017-2025 г. (Osnutek strategije na področju medijev za obdobje 2017-2025). Все още предстои да бъде приета времева рамка за изпълнение. В стратегията не се споменават по никакъв начин новите медии. В нея се предвиждат следните стъпки:

- анализ на състоянието на медийната грамотност,
- въвеждане на програми за медийна грамотност или интегриране на медийното съдържание в други учебни предмети. Медийната грамотност във връзка с дигиталната грамотност се оформя като основно учебно съдържание, евентуално като част от друг задължителен предмет (напр. Гражданско образование), а не като избираем предмет и
- постоянно наблюдение на състоянието на медийната грамотност с проучвания на всеки две години.

Индикаторите са:

- сравнение на анализа на състоянието на медийната грамотност от 2017 г. с предишни анализи,
- степента на интегриране на съдържание от областта на медийната грамотност в училищните програми и
- степента на участие на възрастните в програмите за медийна грамотност.

Стратегията "Цифрова Словения - Стратегия за развитие на информационното общество до 2020 г." (Digitalna Slovenija - Strategija razvoja informacijske družbe do leta 2020) разглежда медийната грамотност, но не само в контекста на младежта. В нея младежта се споменава в контекста на следната мярка:

- насочване на младежите към избор на професии в областта на ИКТ и свързването им с частния сектор и неговите нужди, както и обучение за нови дигитални работни места.

Според Министерството на публичната администрация новата стратегия "Цифрова Словения 2030" е в процес на подготовка. Една от приоритетните области на новата стратегия ще бъде дигиталното приобщаване.

Медийна грамотност и онлайн безопасност във формалното образование

В Словения медийното образование понастоящем се предоставя само в основните училища, където учениците имат възможност да изберат отделен предмет по медийно образование (Vzgoja za medije). Едновременно с това то е включено и в други предмети в основните училища. Критичното медийно образование присъства най-интензивно в предмета Словенски език (Slovenščina), докато медийното образование се развива активно и в предмета Родно и гражданско образование и етика (Domovinska in državljska vzgoja ter etika). Там се разглеждат темите за печатните медии, радиото, телевизията и др.

В гимназиалното образование изключение прави Социологията (Sociologija), където има специална тема в учебния план, свързана със средствата за масова информация и комуникация. Във висшето образование има специални учебни планове, които се провеждат във Факултета по социални науки и са наречени "Комуникационни науки": Медии и комуникации (Katedra za medijske in komunikacijske študije).

Всички големи проекти са в съответствие със дейностите на Министерството на образованието, науката и спорта. Онлайн общностите са създадени в рамките на Словенската образователна мрежа. Министерството финансира програмата, известна като Safe Online (Varni na internet), чрез Arnes (Академична и изследователска мрежа в Словения). Програмата е предназначена главно за възрастни потребители и по-малки компании, но включва и срещи за директори на основни училища с по-широк контекст на информацията относно сигурността и злоупотребите в интернет. Словенският център за посредничество при мрежови инциденти (SI-CERT), който работи под егидата на Arnes, е национален координатор на кампанията за повишаване на обществената осведоменост относно информационната сигурност. Проектът е финансиран изцяло от дирекция "Информационно общество" на

Министерството на образованието, науката и спорта. По-късно дирекцията преминава под юрисдикцията на Министерството на публичната администрация.

Словения е първата страна в Централна и Източна Европа, която въвежда медийно образование в началните училища. Проектът се състои от две части: предмет на медийното образование в училище до 9-и клас и медийно образование, включено в различните предмети (Гражданско и патриотично възпитание, Етика и Майчин (словенски) език). По данни на Министерството на образованието през последните години медийното образование се предоставя от десет до двадесет процента от всички основни училища (в зависимост от учебната година) в седми, осми и девети клас. Учениците могат да го изберат като избираем предмет и в трите години, само в една или в нито една. Медийното образование се състои от три тематични кръга, всеки от които се разглежда през цялата учебна година. Учениците се фокусират върху пресата в рамките на първия кръг, радиото - във втория, а телевизията и интернет - в третия.

По-голямата част от обучението по медийна грамотност в Словения се провежда в рамките на гимназиалния учебен план. Най-всеобхватно обучение по медийна грамотност се предлага на учениците в гимназиите. В рамките на предмета Английски език като чужд има препоръчителна тема "Съвременна комуникация и медии". В рамките на избираемия предмет Европеистика има препоръчителна тема „Медийни изследвания“. Предметът Философия е в рамките на междупредметните теми, интегрирани в медийното образование. В рамките на предмета Информатика учениците се учат как да използват различни медии, как да търсят източници в различни медии, как да оценяват данни и как да обработват информация. В предмета Италиански език като чужд междупредметните теми включват медийно образование, по-специално работа с медиите и развиване на критично отношение към медиите, както и безопасно използване на технологии. По предмета Немски език като чужд препоръчителните теми са наука, технологии или масови медии. В частност, в контекста на междупредметните връзки - тема е „Медийно образование“.

Предметът Социология вероятно поставя най-голям акцент върху медийното образование в целия учебен план. Една от основните теми на Социологията, която е включена и в заключителната изпитна част на курса, е „Масмедии и комуникациите“ (в главата се разглежда противоречивата роля на масмедии при формирането и предаването на информация и интерпретации от гледна точка на обществото и индивида, възможността за автономия и контрол по отношение на политиката и собствеността, анализира се влиянието на процеса на създаване на новини, различните интерпретации на въздействието на медиите

и многостранната роля на новите комуникационни технологии в съвременното общество и в процеса на глобализация). Активното гражданство е задължителен предмет в категорията „Други форми на възпитателен процес“. Основната цел е да се насърчи активното, информирано и отговорно демократично гражданство. В рамките на Активното гражданство учениците развиват критично разбиране за съвременните медии, формират възгледи за възможностите и ограниченията на медийното отразяване и анализират ролята на медиите в съвременното общество. В контекста на задължителните избираеми предмети има избираем предмет, наречен - Библиотечни информационни умения - по този предмет учениците се учат да разбират променящия се характер на знанието и технологиите и да използват медиите критично.

Освен в гимназиите, в професионалното средно образование се разглеждат и теми, насочени към медийна грамотност в рамките на различни предмети. Както и в гимназиите, има предмет Активно гражданство. Във всички програми за средно професионално образование има модул по чужд език в гимназията, в който, наред с другото, се учи как се използват различни медии и съвременни технологии за проектно базирани изследвания на чужд език, комуникация и критична оценка на информация, както и да се използва световната мрежа като средство за информация и комуникация (търсене на информация, използване на енциклопедии, участие в междумрежови проекти). В някои програми за средно професионално образование може да се избере предметът Психология или Социология. В специалност "Социология" те могат да изберат избираемата дисциплина "Мултимедия", където се учат как да разбират средствата за масова информация и как функционира комуникацията, теориите за влиянието на медиите и представянето на различни социални групи.

Освен гимназиите и професионалното средно образование съществува и професионално техническо образование, където учениците имат същите възможности като в професионалното средно образование, но без предмета "Активно гражданство".

Насърчаване на медийната грамотност и онлайн безопасността чрез неформално и самостоятелно учене

Под егидата на SAFE.SI, създаден през 2005 г., бе разработена национална програма за повишаване на осведомеността на децата и тийнейджърите относно безопасното използване на интернет и мобилните устройства. Дейностите са насочени към четири групи:

- деца,
- тийнейджъри,
- родители и
- професионални работници (учители, социални работници, младежки работници).

SAFE.SI се управлява от Центъра за безопасен интернет в Словения - национален проект за насърчаване и осигуряване на по-добър интернет за децата. Проектът е съфинансиран от програмата Connected Europe на Европейския съюз, като в Словения финансовата подкрепа идва и от Министерството на публичната администрация. Проектът се изпълнява от консорциум от партньори, координиран от Факултета по социални науки към Университета в Любляна, Академичната и изследователска мрежа в Словения (Arnes), Словенската асоциация на приятелите на младежта (ZPMS) и Младежкия информационен и консултантски център в Словения (MISSS).

Повишаване на осведомеността относно рисковете, свързани с новите медии

Проектът "Център за безопасен интернет" (Center za varnejši internet) се изпълнява от: Университета в Любляна (Факултет по социални науки), Arnes, Асоциацията на приятелите на младежта в Словения и Института MISSS (Младежкия информационен и консултантски център в Словения).

Финансира се от агенция INEA към Европейската комисия (чрез програмата Connected Europe) и Министерството на образованието, науката и спорта.

Центърът за безопасен интернет предоставя три основни услуги:

- Информация относно безопасното използване на интернет и новите технологии, предназначена за деца, тийнейджъри, родители, учители и социални работници, чрез различни онлайн и офлайн дейности, обучения, семинари, материали, рекламни кампании и медийни кампании за това как безопасно и отговорно да се използват интернет и мобилните устройства.
- Линия за съвети при възникване на проблеми в онлайн пространството - Том Телефон 166 111. Консултантите отговарят на въпроси, разрешават дилеми и решават проблеми, свързани с използването на интернет, между 12 и 20 ч. всеки ден. От февруари 2013 г. започна да функционира чат стаята на ТОМ (ТОМ telefon za detí in

mladostnike), където децата, юношите и техните родители могат да получат съвети и помощ чрез онлайн чат.

- Анонимно онлайн докладване на неправомерно онлайн съдържание. Това включва видеоклипове със сексуално насилие над деца (детска порнография) и омразна реч. Ако човек се сблъска с такова съдържание в интернет, той/тя може да го докладва в уеб окото (Spletno oko). Подобни програми в цяла Европа са се доказали като ефективна мярка в борбата за намаляване на незаконното съдържание в интернет.

Източник: Youthwiki, достъпно тук:

<https://nationalpolicies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/slovenia/68-media-literacy-and-safe-use-of-new-media>

2.4. Възможности за обучения по медийна грамотност в Косово

Косово не разполага с конкретен план или стратегия за обучение по медийна грамотност; въпреки това различни институции, агенции и организации са положили много усилия за повишаване на осведомеността и образованието на гражданите по отношение на медийната грамотност. Сегашното състояние на образованието по медийна грамотност в Косово е най-добре разгледано от Дрен Георгури¹⁵, който обяснява, че в някои училища в Косово предметите, свързани с медийната грамотност, са включени като избираеми дисциплини. Въпреки това той казва, че има три фактора, които поставят под въпрос тази практика:

¹⁵ Дрен Георгури е преподавател в Катедрата по журналистика в университета "Хасан Прищина" в Косово. От 2009 г. работи и като журналист, а сега е редактор в радио Рарег и автор на подкаста "Log me Dren Gërgurin". Провеждал е няколко обучения по медийна грамотност и дезинформация в Косово, Западните Балкани и други европейски държави. Изнасял е лекции като гост-преподавател в някои европейски университети, сред които Марбургския университет и Вроцлавския университет. Последните му публикации са "Политическата комуникация в епохата на социалните медии" (книга, издадена от KAS) и "Косово: "Политическа криза, още едно предизвикателство наред с COVID-19", глава "Политическа комуникация и COVID-19" (книга, публикувана от Routledge). Личният му блог е: www.drenerguri.com

¹⁶<https://drenerguri.com/the-three-necessary-actions-of-the-ministry-of-education-for-media-literacy-in-kosovo/>

- Липсата на квалификация на учителите по отношение на медийната грамотност,
- липса на стандартизирани учебни планове (всяко училище разработва свои),
- класифициране на предметите за медийна грамотност като избираеми.

Освен това, Гентиана Пачаризи¹⁷¹⁸ твърди, че неформалното образование се превръща в процъфтяваща среда за развитие на медийна и информационна грамотност; тя обаче подчертава, че прилагането на подход, основан на проектни дейности, за създаване на умения за работа с медийна и информационна грамотност, не е устойчиво решение.

Инициативи и проекти

Някои от най-популярните инициативи в Косово, които се фокусират върху обучението по медийна грамотност, са:

- Ponder
- Learn to Discern (L2D) – Косово
- Документ за позиция относно медийната и информационната грамотност в Косово

Ponder

Ponder¹⁹ е проект на Лабораторията за иновации на УНИЦЕФ в Косово, осъществен в сътрудничество с НПО PEN. Ponder представлява тридневен семинар, който има за цел да насърчи медийната грамотност и критичния подход към информацията сред подрастващите и младежите. Учебният план на Ponder се осъществява чрез тридневен семинар, който има за цел да насърчи медийната грамотност и критичния подход към информацията.

Чрез Ponder Лабораторията за иновации досега е достигнала до повече от 80 подрастващи и млади хора от всички области на Косово и им е дала възможност да подхождат критично към информацията, да идентифицират и изследват пристрастията и да преценяват стойността, автентичността и авторитета на информацията, с която се сблъскват.

¹⁷ Гентиана Пачаризи е консултант по медийно и информационно образование, асистент в Катедрата по журналистика в Университета в Прищина, управител на творческа агенция "Taktika" и ръководител на проекта "Нова перспектива". Гентиана е била и главен редактор на първото списание за медийно и информационно образование в Косово, "INTRO", което се подготвя от студентите на факултета.

¹⁸ <https://seenpm.org/kosovo-needs-strategic-approach-to-mil-development/>

¹⁹ <http://www.ponder-ks.org/about/what-is-ponder/>

Learn to Discern (L2D) – Косово

Понастоящем KosovaLive и IREX изпълняват проекта Learn to Discern (L2D) - Косово²⁰, насочен към справяне с предизвикателствата, свързани с потреблението на медии и информация в Косово, като снабдяват повече от 1100 млади хора с умения за медийна и информационна грамотност чрез разработването на Very Verified (VV) - масов отворен онлайн курс (MOOK), който се фокусира върху уменията за критично и аналитично мислене.

KosovaLive и IREX създадоха кадри от обучители, наречени Very Verified Facilitators (VVF), които през декември и януари ще провеждат обучения чрез курса VV за минимум по 20 ученици и младежи.

Документ за позиция относно медийната и информационната грамотност в Косово

През 2018 г. INDEP²¹ публикува документ за позиция относно медийната и информационната грамотност в Косово, който има за цел да послужи като информационен документ за разработването на национална политика за създаване на законодателна и стратегическа рамка за развитие на медийни и информационни умения у всички хора. Въз основа на публикацията си "всички заинтересовани страни поддържат позицията, че хармонизираната политика и стратегическа рамка в областта на МИГ е от решаващо значение за интересите на обществото и институциите. Заинтересованите страни също така са на мнение, че официален участник трябва да държи юздите през целия процес на хармонизиране и разработване на стратегията, като гарантира, че работата ще бъде всеобхватна, ще се предава на поколенията поради устойчивата институционална памет и в крайна сметка ще бъде отчетна и прозрачна за всички."

2.4. Възможности за обучения по медийна грамотност в Гърция

Министерството на образованието и вероизповеданията отговаря за изготвянето на политиките в областта на образованието в Гърция. През последните години, въпреки че

²⁰ <https://www.irex.org/project/learn-discern-l2d-media-literacy-training>

²¹ https://seenpm.org/wp-content/uploads/2019/04/INDEP_Position_paper_on-MIL.pdf

необходимостта от обучение по медийна грамотност стана наложителна, не е разработена официална стратегия, засягаща темата. Учебните планове, които се прилагат на всички нива на образование, предоставят на учениците обучение само по темите, свързани с дигиталната грамотност. Фокус върху медийната грамотност може да се намери само в някои програми за придобиване на умения, одобрени от органите на министерството, като например програмите STEAM. Трябва да подчертаем, че в тези програми медийната грамотност не е самоцел.

Въпреки това учителите имат възможност да включват практики, насочени към повишаване на уменията на младите хора в областта на медийната грамотност по време на Гъвката зона в началното образование. "Гъвката зона за междупредметни и творчески дейности", която е част от седмичната програма с продължителност най-малко два часа, се стреми със своята свободна тема и активна методика да изпълни двойна цел: първо, да компенсира неприспособността, едностранчивостта и фрагментарността на училището; второ, бавно да проникне в ежедневната педагогическа практика със своите принципи и практики. Що се отнася до средното или висшето образование, на учителите се разчита да въведат образователни инструменти, които да повишат уменията, свързани с медийната грамотност.

По време на пандемията Министерството на образованието разработи MOOC програми, предназначени за учители от всички нива на образование. Целта на тези програми е да се повишат уменията на учителите в областта на дигиталната грамотност, за да могат да се справят с нуждите, възникнали след появата на коронавируса. Програмите за обучение се фокусират върху четирите основни умения, които се наричат 4Cs (въз основа на инициалите на названията им на английски език); това са сътрудничество, комуникация, критично мислене и креативност, които заедно помагат на учителите и учениците да се справят с тези предизвикателства.

Що се отнася до обучението по въпросите на медийната грамотност, Министерството създаде онлайн платформа - Образователна телевизия. Учителите, учениците и гражданите имат достъп до отворени образователни аудиовизуални ресурси за начално, средно, висше образование и учене през целия живот.

Материалите, които могат да бъдат изтеглени от платформата и са достъпни за всички, включват следните теми:

- Интернет сигурност с прости думи.
- Сигурност в социалните мрежи

- Кибертормоз с прости думи
- Кибертормоз
- Научавам относно личните данни
- Прекомерна употреба на интернет
- Правила за добро поведение в интернет
- Съблазняване в интернет - обгрижване
- Пристрастяване към киберпространството
- Правила за добро поведение в интернет
- Фалшиви новини

Следните семинари са също достъпни и във видео формат:

- Онлайн семинар за кибертормоза
- Онлайн семинар за киберзависимостта
- SafeLine Web Tutorial - незаконно съдържание
- Уебсеминар на SafeLine - полезни съвети
- Уеб урок на SafeLine за докладване на незаконно съдържание - полезни съвети

Освен това Образователната телевизия учреди наградата "Медийна грамотност", която отличава системното присъствие на училището в създаването и изпълняването на творчески продукти, както и дейности и критичния подход към аудиовизуалните медии.

Организация, която принадлежи към по-широкия публичен сектор и участва активно във въпросите, свързани с медийната грамотност, е Националният център за аудиовизуални медии и комуникации (ЕКОМЕ). ЕКОМЕ стартира ново партньорство с ЮНЕСКО и образователната мрежа GARMIL - Световен алианс за партньорства в областта на медийната и информационната грамотност, чиято цел е да насърчи уменията по медийна грамотност в Южна Европа.

ЕКОМЕ е и гръцкият партньор в проекта, в рамките на който беше създаден европейският инструмент, наречен "EduMediaTest". Инструментът, който вече е отворен и достъпен за използване от училищната общност, се описва като първия комбиниран инструмент за оценка на знанията и уменията в областта на медийната и дигиталната грамотност за ученици на възраст между 14 и 18 години. EduMediaTest е одобрен от Министерството на

образованието, за прилагане и внедряване в училищната общност на средното образование в Гърция.

Лаборатория на мирната журналистика (PJL), която е част от Факултета по журналистика и масмедии на Солунския университет "Аристотел", се занимава в широк мащаб с проблемите на дигитално-медийната грамотност. Всяка година PJL организира Седмица на медийната грамотност, по време на която в Атина и различни градове в Северна Гърция се провеждат публични речи и семинари, целящи да повишат осведомеността по темата. Семинарите са предназначени за библиотекарите, журналисти, преподаватели и обучители, които искат да обогатят знанията си и да се запознаят с нови практики по въпроси, свързани с дигитално-медийната грамотност. Освен това PJL провежда академични изследвания в тази област.

Що се отнася до дигиталната безопасност, през 2004 г. е създаден "Гръцкият център за повишаване на осведомеността - Saferinternet.gr". Той осъществява различни дейности, като информационни семинари, обучителни семинари за преподаватели, както и онлайн и офлайн кампании. Основната цел на Центъра е осигуряването на по-безопасна онлайн среда. Едноименната кампания за безопасност в интернет се осъществява от 2004 г. и според Saferinternet.gr основните цели са:

- *Защита на непълнолетните от незаконно и вредно съдържание, контакти и поведение по отношение на интернет и други онлайн технологии.*
- *Повишаване на осведомеността и обучение за родителите относно начините, по които те могат да защитят себе си и децата си от потенциалните опасности, които крие неправилното използване на онлайн технологиите, като интернет и мобилни телефони.*
- *Популяризиране на положителните аспекти на онлайн технологиите като ценни инструменти за подобряване на качеството на нашето ежедневие.*
- *Обучаване на учителите относно безопасното използване на интернет, като се гарантира, че те са наясно както с ползите, така и с рисковете, с възможностите за провеждане на дейности с мултиплициращ ефект в рамките на класа.*
- *Насърчаване на диалога между непълнолетните и родителите относно правилното използване на онлайн технологиите и въпросите относно безопасността, насърчаване на онлайн безопасността и критичното мислене.*

- *Подпомагане на прародители (баби и дядовци), педагози, както и на непълнолетните чрез подходящи материали за повишаване на осведомеността и информационни материали.*

3. Методология

За създаването на gaMEfy Ръководството, партньорството предприе поредица от изследователски дейности в съответните страни с цел да разбере състоянието на медийната грамотност и нуждите на младите хора.

Методологията на проучването включва няколко последователни стъпки:

1. Партньорите проведоха проучване относно състоянието на медийната грамотност в страните партньори; партньорите потърсиха съществуващото законодателство и проведоха проучване по следните два въпроса:
 - a. Какво е текущото състояние на образованието по медийна грамотност? (Съществуват ли някакви задължителни предмети, учебни планове, курсове и т.н.? Съществуват ли достатъчно неформални инициативи? Популярни ли са те? Постигнали ли са някакъв напредък в образованието по медийна грамотност във вашата страна?)
 - b. Има ли вече съществуващи проучвания относно състоянието на медийната грамотност във вашата страна? Ако има такива само на вашия език, можете да се позовете на тях и също така да преведете ключовите аспекти, да направите обобщения и заключения по тях.

Резултатите от изследването са представени в рамките на Преглед на литературата от настоящето ръководство.

2. **Пилотиране** на gaMEfy играта: след приключване с образователната игра gaMEfy и нейното тестване, партньорите решиха какъв да бъде оптималният минимален брой на групите, подходящи за пилотиране, свързано със събирането на данни за gaMEfy Ръководството. Както беше планирано, всички партньори проведоха поне 5 кръга на пилотиране, в които онлайн или лично сформираха минимална група от 5 младежи да играят играта gaMEfy. Събраните данни от играенето се използват за анализ на

реалното ниво на медийна грамотност сред младите хора в страните партньори и са описани в следващата част от gaMEfy Ръководството.

3. **Анкета** за обратна връзка и **фокус групи** с млади хора по темата за образованието по медийна грамотност: В края на всяка пилотна сесия на играта gaMEfy участниците бяха помолени да попълнят въпросник във Google Forms, свързан с медийната грамотност като цяло. Макар да засягат темата за играта като образователен инструмент, повечето въпроси в тази анкета се фокусират върху това как младежите са се докоснали до образованието по медийна грамотност; тяхната реалност и нужди. Резултатите от анкетата са анализирани и в следващата част на Ръководството.
4. **Изготвяне на препоръки за политики** въз основа на цялостното изпълнение на проекта gaMEfy. Партньорите по проекта работиха активно по темата за медийната грамотност не само в рамките на проекта, но и по други инициативи, като взаимодействия с експерти по темата, политици и лидери на мнение в страните партньори. Въз основа на всички проведени изследвания по време на проекта; всички неформални срещи със заинтересованите страни; пилотирането на играта gaMEfy; мултиплициращите събития в различни страни, партньорството gaMEfy предлага специфични за всяка страна и за целия ЕС препоръки за политики, насочени към подобряване на нивото на медийна грамотност и създаване на ефективни, полезни механизми за развитие в тази сфера. Разработените препоръки за политики могат да бъдат намерени по-нататък в този документ.

Ограничения

Въпреки че партньорството на gaMEfy се е постарало да проучи темата и да я представи с максимална точност и старание, както всяко проучване, то има своите ограничения:

- **Размер на извадката:** Дори и всички партньори да провеждат пилотните дейности за gaMEfy, в сравнение с младежкото население в страните партньори, размерът на извадката не е представителен за страните. Въпреки това данните не са незначителни, тъй като в нея се разглеждат в дълбочина въпросите за медийната грамотност и образованието по медийна грамотност и се включва механизъм за "безопасност" при отчитане на реалните резултати от играчите на gaMEfy играта.
- **Ограничения, свързани с играта:** Важно е да се спомене, че играта може да не е напълно еднаква по трудност при различните нива. По време на играта gaMEfy,

играчът може да се справи много по-лесно с някои теми в сравнение с други. Това произтича от цялостното естество на различните теми, но се дължи и на това доколко се обсъждат ежедневно различните теми, свързани с медийната грамотност, в обществото. Теми като "Електронна безопасност" имат "предимство" по отношение на по-високия процент на точност на отговорите, поне отчасти защото въпросите, свързани с темата, се изтъкват често и от много различни източници, докато при други теми материалът може да е по-далечен и непознат за младите хора.

- **Анкетата:** Както бе споменато, след пилотирането на играта gaMEfy партньорството използва като изследователски метод анкета в Google Forms. Проучването съдържа както качествени, така и количествени въпроси. Всички въпроси бяха оставени с незадължителен отговор, поради което размерът на извадката, използван по-нататък в документа за визуализация на данните и констатациите, варира в зависимост от броя на отговорите. Въпреки това при всички въпроси събраните отговори винаги са повече от 50 и следователно са статистически значими.

4. Резултати от проучването и анализ

Като се вземе предвид играта, налична на уебсайта на проекта, общият брой на играчите, преброени до март 2022 г., е 567. Уебсайтът проследява играчите, които се повтарят и които имат акаунт. Общият брой на играчите, които са участвали в играта поне два пъти, е 254. Това показва, че почти половината от всички играчи са се върнали да играят, вероятно за да могат да достигнат замъка и/или да спечелят повече значки, като завършат успешно дадена категория.

По-долу е представена таблица, генерирана от самата игра като показатели и статистика. На пръв поглед се забелязва, че най-играната категория (по брой играчи) е "Дигитално-медийна грамотност", а най-успешната (по отношение на най-много верни отговори) е "Проверка на информацията и критично мислене".

Нещо повече, бронзовите значки се дават, когато успеваемостта на категорията е поне 30%. За сребърната е необходим успех от 30% до 70% и накрая всеки успех около 70% ще даде на

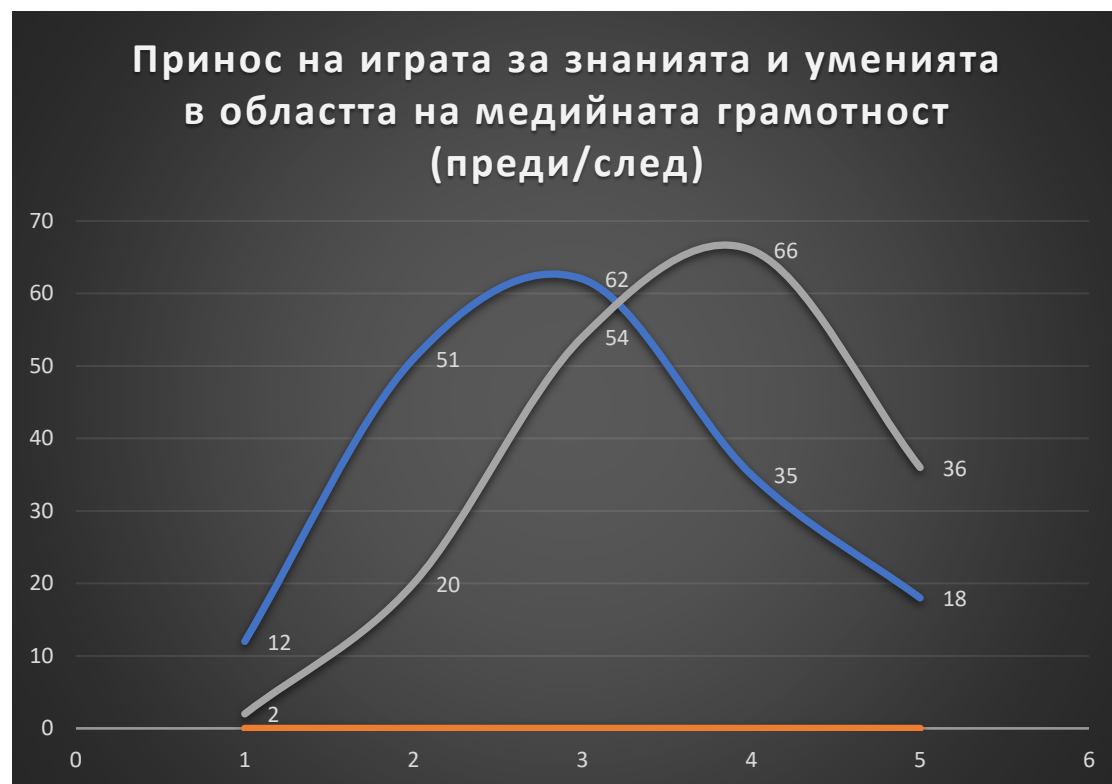
играча златна значка. Тази комбинация от проценти на успеваемост и награди е подбрана, за да се създаде балансирана система за възнаграждение спрямо различните трудности. Струва си да се отбележи, че значките не се дават за нивото на замъка. Успешното завършване на нивото на замъка води до получаване на сертификат.

Категория	Участници	Брой въпроси	Правилност	Златни значки	Сребърни значки	Бронзови значки
Обществени услуги и рекламни медии в дигиталната епоха	115	25	32.01%	7	51	48
Социална отговорност на дигиталните медии	109	15	30.66%	12	40	49
Проверка на информацията и критично мислене	98	28	61.57%	41	41	10
Дигитални медии	136	22	36.72%	12	73	37
Дигитално-медийна грамотност	225	35	37.30%	18	107	50
Електронна безопасност	102	23	48.47%	21	66	10
Замъкът	61	14	14.32%	N/A	N/A	N/A

Таблицата по-горе дава начален преглед на това как играта допринася за образователния аспект на медийната грамотност. Резултатите от играта сами по себе си не дават цялата "картина". Участниците, които взеха участие в мултиплициращите събития, бяха помолени да попълнят онлайн въпросник, за да се събере обратна връзка въз основа на въпросите,

както и да се събере известна информация относно базовите им познания за медийната грамотност.

Цифрите в графиката по-долу представляват индивидуалните дадени отговори. По хоризонталната ос 1 е Слаб, 2 - Среден, 3 - Добър, 4 - Много добро, 5 - Отличен. Това е използвано от участниците като самооценка, за да посочат нивото си на знания и умения по медийна грамотност преди и след играта. Важно е да се отбележи, че участниците отговориха и на двата въпроса в края на играта, а не преди и след нейното завършване.

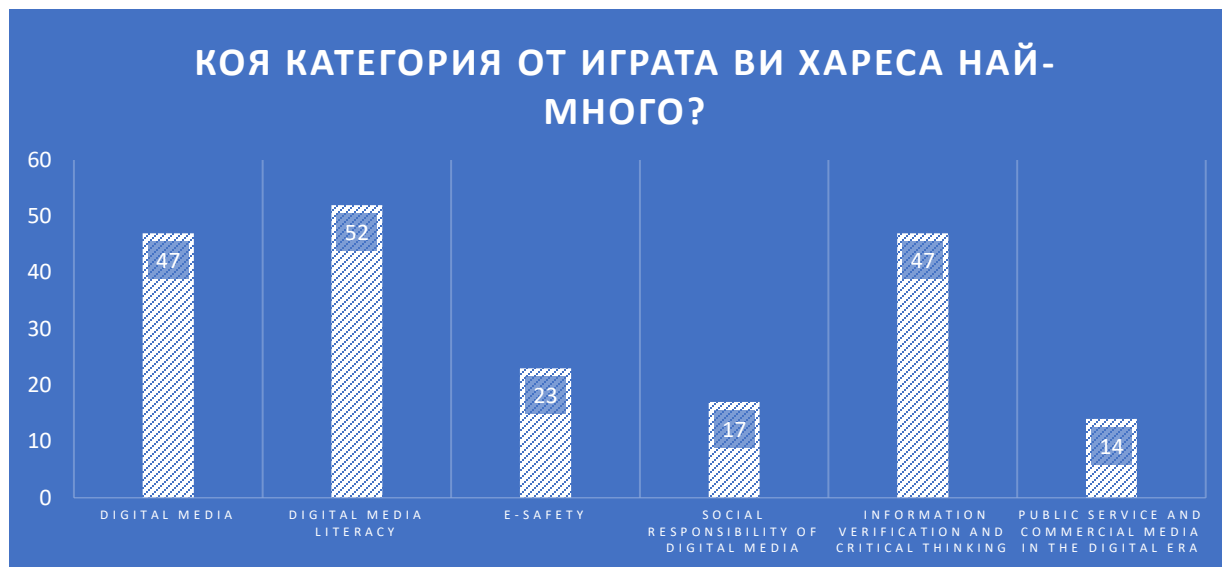


Както се вижда от точковата диаграма и линията на тенденцията, става ясно, че има значителна промяна в знанията и уменията по отношение на медийната грамотност. Данните показват, че участниците, играли играта и самооценили се, се чувстват по-знаещи след играта. Забележително е, че тези, които са се оценили с Много добър (4) преди играта, почти са се удвоили след изиграването. Нещо повече, броят на участниците, които са оценили нивото си на познание като Средно (2) преди изиграването на играта, е намалял с повече от половината; още по-малко са участниците, избрали Слаб (1), а още повече са участниците, избрали Много добър.

Освен това, когато бяха попитани дали са изучавали медийна грамотност преди да играят играта или преди да присъстват на пилотирането, от 133 отговора повече от половината участници отговориха, че не са. Другата половина от участниците са изучавали медийна грамотност или чрез формално обучение, като например курсове в гимназията и университета; чрез самообучение с онлайн курсове и материали, които са намирили сами; и накрая чрез неформално обучение, като например извънкласни занимания и неформално образование (НФО).

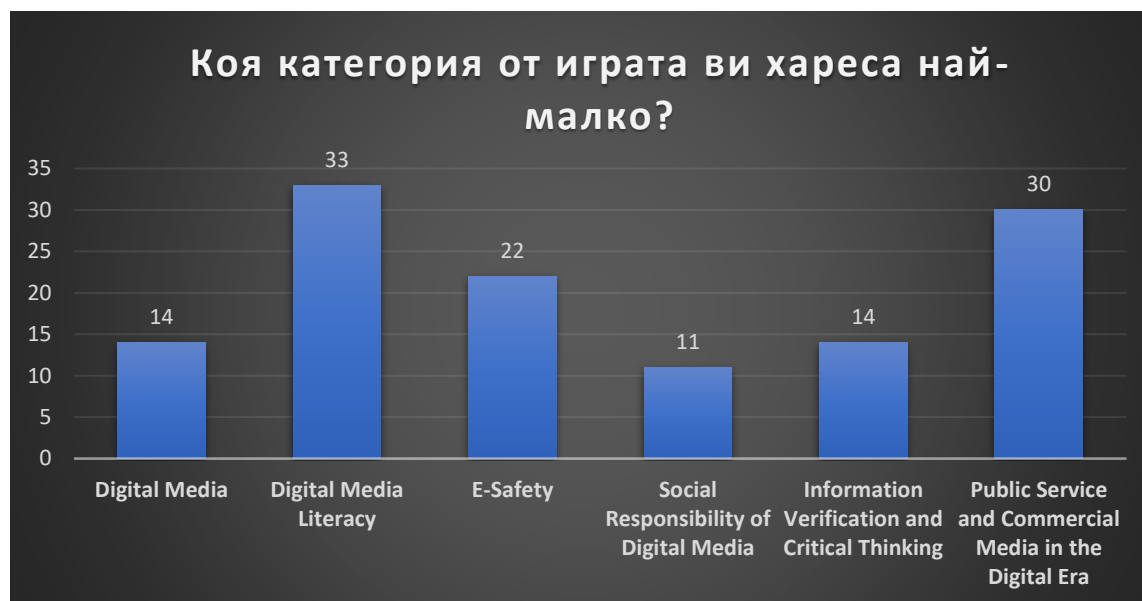


Освен това участниците бяха помолени да гласуват за това коя категория(и) им харесва най-много и коя най-малко. Те имаха възможност да изберат повече от една категория и резултатите са следните:



Резултатите показват, че темата за **Дигитално-медийната грамотност** е посочена като най-приятната за тях, а на второ и трето място са поставени с равен брой гласове темите за **Дигитални медии** и **Проверка на информацията и критично мислене**. Свързвайки данните от статистиката на играта, причината **Дигитално-медийната грамотност** да бъде избрана за най-приятна може да се дължи на факта, че в нея са участвали и най-много играчи. **Дигитални медии** е втората по брой играчи, а **Проверка на информацията и критично мислене** в момента има най-висок резултат за правилност (най-много верни отговори) и по този начин може да накара участниците да гласуват за нея.

Консорциумът искаше също така да получи обратна връзка относно коя тема се е харесала най-малко на участниците. Тази информация е полезна, тъй като дава представа за това къде би могло да се направи подобрене.



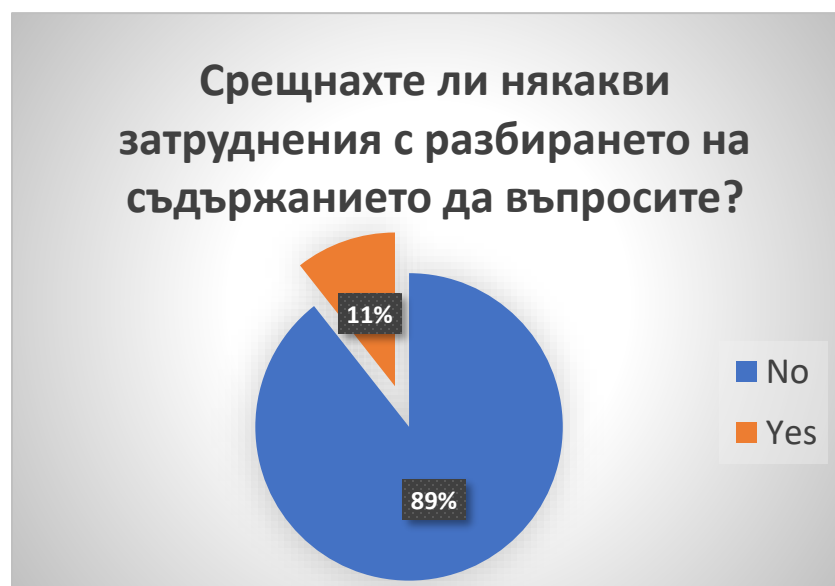
Интересно е, че въпреки че **Дигитално-медийната грамотност** е най-харесваната (както се вижда по-горе), тя е избрана и за най-малко приятна. Това може да се обясни и с големия брой участници в тази категория. Освен това, тази класация вероятно може да се обясни и с по-големия брой въпроси, на които участниците трябваше да отговорят, в съчетание с ниския процент правилни отговори, което означава, че участниците трябваше да преминат през всички въпроси вероятно повече от веднъж.

Също така категорията **Обществени услуги и рекламни медии в дигиталната епоха** може да не е била толкова харесвана поради малкия брой посочени правилни отговори и най-малкия брой получени златни значки.

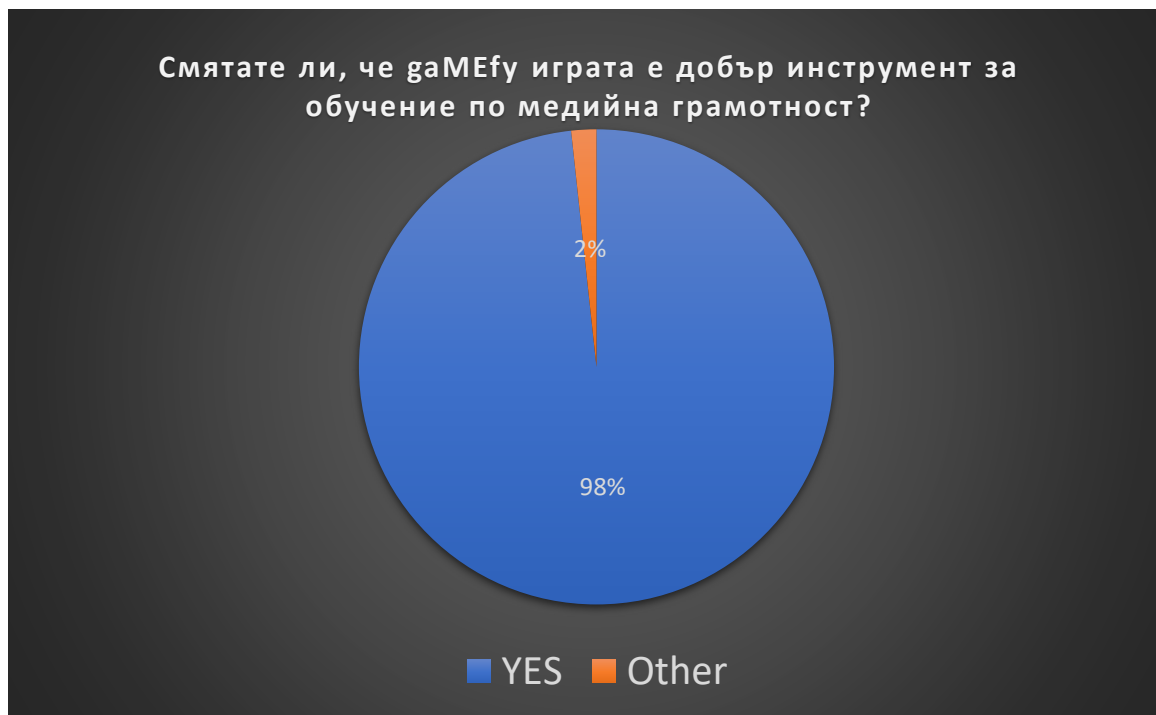
Що се отнася до темите, които обхваща играта, на въпроса коя е най-важната тема, за която трябва да се знае повече, участниците гласуваха за **Дигитално-медийната грамотност** (която беше избрана и като най-приятна и най-малко приятна). Това може да се обясни с анализа, даден преди това, но също така и с близостта на целевата група до дигиталните медии и опасностите, свързани с тях. На младежите постоянно се напомня да използват и оценяват критично медиите, които консумират; повечето от които са дигитални; поради опасностите от дезинформация

и фалшиви новини. Нещо повече, това би обяснило защо **Дигиталните медии** са избрани като най-малко важни, поради факта, че целевата група вече е добре запозната с тях и не смята, че трябва да научи нещо повече относно тях.

Въпреки трудностите по някои теми и етапи като, например **Замъка**, повечето участници казаха, че не са имали затруднения да разберат съдържанието на въпросите. Всъщност 89% от тях заявиха, че не са имали проблеми с разбирането на играта.



И накрая, що се отнася до концепцията на играта gaMEfy като цяло, следните статистически данни показват, че подобна игра е ефективен и ангажиращ инструмент за обучение на младите хора по медийна грамотност.



Сред отговорите, "Друго" е вид отговор, който насочва към потенциала и възможностите за подобрене, но нито един отговор не отхвърля напълно полезността на играта.

Както беше описано в Ръководството по-горе, партньорите проведоха проучването не само чрез анкета, чиито резултати обсъдихме досега, но и в рамките на по-малки фокус групи, въз основа на които всички партньори създадоха анализиращи доклади.

Що се отнася до **текущото състояние на обучението по медийна грамотност както във формална, така и в неформална учебна среда**, констатациите от анализиращите доклади показват, че въпреки разнообразните демографски характеристики на целевата група (по отношение на нивото на образование), повечето хора са имали възможности за обучение в неформални дейности. Някои от участниците заявиха, че проектите по програма "Еразъм+" и младежките обмени са били първият им опит с медийна грамотност и дезинформация. Друго средство за обучение по медийна грамотност за някои от целевите групи е било самообучението чрез онлайн курсове, семинари и видеоклипове. В Косово, обаче, и в двете събития участниците във фокус групи споделиха, че имат сериозен опит с медийната грамотност чрез формално образование. Те отбелязаха, че медийната грамотност е

била част от учебния им план. Но се съгласиха, че един по-практичен начин на преподаване на медийна грамотност би бил много полезен, вместо да се разчита само на теорията.

Когато бяха попитани **дали състоянието на образованието по медийна грамотност е достатъчно** по отношение на съдържание, достъпност и ефективност във всяка от страните партньори или в чужбина, почти всички фокус групи отговориха, че то е недостатъчно. Много от тях изглежда са съгласни, че няма особени усилия от страна на формалните образователни институции за насърчаване на образованието по медийна грамотност, а по-скоро се разчита на организации за неформално обучение да поемат тази задача. Освен това някои твърдят, че ако има инициатива за насърчаване на образованието по медийна грамотност, тя произтича от неотдавнашното развитие на социалните медии.

Общите аспекти относно **най-полезните начини за обучение по медийна грамотност** за повечето групи бе формата на обучение. В повечето случаи участниците твърдяха, че най-полезен би бил интерактивен и ангажиращ метод. Други отбелязват, че препратките към покултурата и създаването на кратки образователни видеоклипове биха съответствали на формата на медиите, които повечето младежи вече консумират. Общият извод е, че предмет като Медийната грамотност може, а в някои случаи и трябва да се преподава формално в класните стаи, където учениците и студентите могат да научат основите на разпознаването на фалшиви новини, но също така трябва да бъде по-ангажиращ и разширяващ се, така че да могат да се включат и много други хора (извън училищната среда). Въпрос, повдигнат от фокус групата на European Dialogue, бе, че образованието по медийна грамотност, макар и да трябва да се преподава от по-ранна възраст в рамките на формалната образователна система, има много хора, които са завършили образованието си и по този начин имат по-малко възможности за обучение; поне формално; и следователно има нужда и от неформално образование в тази област.

Освен това, когато бяха попитани **какво може да направи образованието по медийна грамотност полезно и привлекателно**, повечето се съгласиха, че

форматът, който има играта gaMEfy, вече е доста привлекателен, тъй като той игровизира процеса на учене. Играта насърчава здравословна конкуренция и ги мотивира да научат повече или чрез речника и допълнителните ресурси, или чрез собствено проучване. Нещо повече, в някои фокус групи беше споменато, че полезността на медийната грамотност може да бъде по-добре демонстрирана, като се покаже резултатът от ниската медийна грамотност. Като се приведат примери за въздействието на ниския индекс на медийна грамотност върху демокрацията, личното и общественото здраве, кибертормоза, хората ще бъдат по-мотивирани да научат за медийната грамотност.

Участниците във фокус групите бяха попитани за случаите, в които **медийната грамотност ги е накарала да видят дадена ситуация по различен начин**. Най-често участниците споменаваха настоящата глобална пандемия и последиците от подвеждащото съдържание и дезинформацията върху общественото здраве. Много от тях заявиха, че настоящата инициатива и тенденция за проверка на фактите ги мотивира да разкриват фалшиви истини и митове, на които са били изложени от ранна възраст чрез старите учебници в училище или чрез знанията, предадени от техни връстници. Освен това, след като са започнали да оценяват критично някои от медиите, които консумират, за тях станало неизбежно постепенно да започнат да оценяват всички медии, на които попадат, търсейки източници, проверявайки фактите и откривайки причината, поради която някои статии са написани по този начин (с емоционална манипулация, преувеличен речник и т.н.).

Участниците, също така, бяха попитани относно **някои подценявани инструменти за медийна грамотност, както и какво биха посъветвали по-младите си връстници да обърнат внимание**. Отговорите варираха в зависимост от демографските характеристики на фокус групите. Някои споменаха, че коментарите и дискусиите в социалните медии могат да бъдат едностранни и че трябва да се обърне внимание на това каква форма на пристрастие имат хората и каква форма на пристрастие имат медиите. Въпреки това повечето се обединиха около общата теза,

че трябва да бъдат много внимателни за това, което публикуват в социалните медии. Това се е превърнало в нещо още по-важно - идеята, че много често хората са създатели на медии, без да го осъзнават или да си дават сметка за това. Независимо дали става дума за коментар във форум или публикация във Facebook, или за снимка, публикувана в Instagram или Pinterest. Като такива създатели на медии, те носят отговорност за това, което публикуват или коментират. Също така фактът, че медийното съдържание, публикувано онлайн, "винаги ще бъде онлайн", ги кара да бъдат по-съзнателни по отношение на това, в което искат да бъдат замесени. Съществува и продължава да съществува тенденция за "пътуване" назад във времето и преглеждане на по-стари публикации на известни личности или хора, които представляват интерес, като много пъти се "открива" съдържание, за което човек може да съжалява на по-късен етап. Хората се променят, а понякога и мненията им, и може би стари мнения или онлайн публикации могат да бъдат използвани срещу някого в бъдеще. Често дадени примери са стари имейли, които хората са запазили, или постове/туитове в социалните мрежи. Бяха дадени и други примери за изборите в Съединените щати през 2016 г. и вълните от дезинформация, които доведоха до множество протести и компрометиране на демократичните процеси.

Друг въпрос бе дали играта **gaMEfy** е накарала участниците да преосмислят темите, които са били обсъждани по време на играта и пилотирането. Въпреки че повечето отбелязаха, че са имали представа за тези теми от собствени проучвания, те посочиха като предимство факта, че играта е засегнала тези теми и това, което им е помогнало още повече, са многобройните примери, използвани в играта. Бяха дадени някои забележителни отговори и коментари относно социалната отговорност, която имат като потребители и създатели на съдържание. Особено сега, когато създаваме медийно съдържание, когато споделяме новини или формулираме мнения като факти и т.н. онлайн, и имаме потенциално голяма аудитория. Нещо повече, друга тема, която беше обсъдена в тази връзка, беше количеството информация, която е налична и се отнася за дадено лице, и в много случаи не се знае колко уебсайтове

имат достъп до тази информация, което предполага, че електронната безопасност и събирането на данни са много важни.

Накрая, но не на последно място, като експерти, младежки работници, активни граждани и като цяло активни младежи, участниците във фокус групите бяха помолени да дадат **някакъв съвет (ако могат) на политиците и лицата, вземащи решения за бъдещето на образованието по медийна грамотност.** Едно от предложенията бе по отношение на въвеждането на обучение по медийна грамотност още от началното училище, тъй като настоящите проучвания показват, че дори повече младежи консумират медии на по-ранна възраст от сегашното поколение. Студентите от университетите също казват, че биха били благодарни, ако имат на разположение избираем курс по медийна грамотност. Освен това мнозина предлагат правителството и държавните служители и представители да бъдат потворени и прозрачни по отношение на дезинформацията, фалшивите новини и пропагандата. Или като подкрепят проекти, които помагат в борбата с това, или като сами дават пример и повишават осведомеността. Беше даден пример за словашкия президент Зузана Чапутова и нейния рекламен екип, който често създава съдържание за обучение по медийна грамотност и опасностите в онлайн пространството. По-нататък те предлагат да се въведат алтернативни и интерактивни начини за преподаване на медийна грамотност и че трябва да съществуват дори финансирани от държавата платформи за проверка на фактите. Някои участници във фокус групите обаче споменават също, че не могат да разчитат изцяло на държавни проекти и инициативи, защото в родните им страни липсва доверие от страна на хората към държавата и това предизвиква дихотомия сред хората.

Основният **извод** от статистиката на играта, проучването след нея и фокус групите е, че изглежда има интерес и нужда от темите за дигитално-медийната грамотност и електронна безопасност. Тъй като младежите започват да консумират (дигитални) медии на още по-ранна възраст в сравнение с предишните поколения, има нужда от

механизми за осигуряване на безопасност и предоставяне на необходимите инструменти за критична оценка и обсъждане на медиите, които използват. Освен това сме свидетели и на сериозен преход от традиционните към цифровите медии от страна на правителствата и други официални лица. Всъщност тези, които са избрали да използват дигиталните медии, с цел да провеждат кампании и да започват инициативи, са установили, че има по-добър положителен отклик от страна на своята аудитория/целева група. Ето защо хората трябва по-добре да разпознават кога дигиталните медии са манипулирани или пристрастни. Нещо повече, темата за електронната безопасност става още по-актуална поради начина, по който много уебсайтове и онлайн платформи съхраняват и използват предоставената лична информация. Като цяло повечето хора биха се съгласили, че най-ефективният начин за преподаване на медийна грамотност би бил с интерактивен ангажиращ метод, който не трябва да наподобява структурата или формата на формалната образователна система.

5. Препоръки за политики

Като се вземат предвид настоящите политики, нужди и обстановка в страните по проекта и в целия ЕС, описаните на следващите страници действия и мерки са предложени от консорциума на Gamefy, с цел подобряване на медийната и информационната грамотност в техните страни и в Европейския съюз като цяло.

Словакия

1. Медийната грамотност може да бъде самостоятелен предмет или част от друг такъв. Според концептуалната рамка на ОИСП "Бъдещето на образованието и уменията до 2030 г." добавянето на нови предмети или сфери на обучение може да доведе до претоварване на учебния план, докато включването им в рамките на съществуващите предмети може да се окаже предизвикателство, като се има предвид концептуалната

сложност на някои от тези компетентности. Някои данни сочат, че изолираното изучаване на специфичните за контекста предмети може да не е ефективно. Като се има предвид естеството на медийната грамотност и нейната връзка с други области - например правата на човека - е по-добре тази тема да се включи в други предмети (като Информационни технологии, История, Гражданско образование и т.н.) и да се постави по-голям акцент върху нея. Тогава за тези предмети ще е необходимо повече време в графика на училищата.

2. Би било полезно също така да се определи набор от различни компетенции и съответните ресурси в документи, изработени от публичните органи в сътрудничество с организации, работещи в тази област, за да се дадат насоки на училищата.

България

1. Медийното образование да бъде включено в училищните планове

В днешно време медиите са силно разпространени и включването на задължителен предмет, свързан с дигитално-медийната грамотност, в училищните програми е от решаващо значение за ефективното развитие както на младежите, така и на възрастните. Подобна политика ще помогне на учениците, от една страна, да бъдат в безопасност, докато сърфират в интернет, и, от друга страна, да бъдат грамотни по нещо толкова важно за бъдещото им развитие. Също така би било много полезно, ако подобен предмет бъде интегриран във всички различни нива на образование, дори в детските градини, но би било добре да се вземат предвид и някои алтернативи на ученето през целия живот.

2. Годишен доклад, възлаган от правителството и касаещ безопасността в интернет и начина на работа на популярни онлайн платформи

Тъй като младежите прекарват много време в социалните медии и други популярни приложения и уебсайтове, подобен доклад би бил от голяма полза за родителите и учителите в процеса на контролиране на това, което децата и учениците правят на телефоните си, и за осигуряване на тяхната безопасност в интернет. Докладът следва да включва кои платформи съдържат високи рискове за потребителите, както и съвети и насоки за безопасност в интернет.

3. Създаване на национална организация, която да се занимава и да насърчава дигитално-медийната грамотност

Такъв национален орган следва да се занимава с: провеждане на курсове за учители/педагози/младежки работници/родители по дигитално-медийна грамотност; провеждане на проучвания в областта на дигитално-медийната грамотност, които да са лесно достъпни за всички; подпомагане/ръководене на гореспоменатия годишен доклад, както и провеждане и разпространение на други изследвания в областта на образованието по медийна грамотност; работа в сътрудничество с други местни или международни организации, които се занимават с темата; провеждане на медийни образователни програми и инициативи като форми на неформално обучение; и др.

4. По-голяма подкрепа от страна на правителството към различни местни организации, занимаващи се с насърчаване на дигитално-медийната грамотност

Съществуват множество местни организации, НПО-та, Сдружения (както в областта на образованието за младежи, така и за възрастни), младежки центрове и др., които работят по проекти и наистина допринасят за промяната, насърчаването и преподаването на дигитално-медийна грамотност. Но ако те бъдат подкрепени от правителството, резултатът ще бъде по-голям. Например, предоставяне на бюджет на тези местни органи за провеждане на допълнителни дейности, насочени към насърчаване на дигитално-медийната грамотност.

5. Зачитане на свободата на словото като едно от основните права на човека

Дигитално-медийна грамотност е тясно свързана със свободата на словото и всички държави от ЕС трябва да се уверят, че имат свободни медии, за да могат хората да бъдат насърчавани да говорят и гласовете им да бъдат чути. По този начин ще се насърчи не само дигитално-медийната грамотност, но и активното гражданство.

Словения

1. Тъй като в словенските училища няма конкретен и самостоятелен предмет за медийна грамотност, препоръката е медийната грамотност да бъде въведена в системата на формалното образование като самостоятелен предмет или като тема, включвана във вече съществуващите предмети.

2. Втората препоръка е да се подобри взаимодействието между формалното и неформалното образование, като медийната грамотност се включи в неформалното образование с помощта на неформални методи. Въпреки това, да продължава да бъде част от формалното образование, но прилагана от външни неформални преподаватели. Това би намалило и тежестта на преподавателите във формалното образование.

Косово

1. В резултат на изразения по време на първоначалните допитвания ангажимент Службата за добро управление на Косово следва да поеме водеща роля при определянето на организационната структура на първоначалната работна група в сътрудничество с ключови гражданско-обществени организации. Първоначалната работна група трябва отговаря и за доброволното избиране на представител на всяка идентифицирана група заинтересовани страни - от отделни представители на малцинствата, експерти по темата, представители на индустрията и т.н.
2. Първоначалната работна група трябва да има за задача да разшири стратегическите и специфичните цели, разработени по-горе, и да изготви първоначален списък на инициаторите и участниците във всяка верига от цели. Тази работна група следва също така да гарантира, че с всички потенциални участници в стратегическите цели е установена връзка преди работните сесии и че те ще участват в процеса.
3. Под ръководството на Службата за добро управление първоначалната работна група, в сътрудничество с работните групи по стратегическите цели, трябва да разработи и механизми за проследяване на процеса на изпълнение на стратегията, политиката и изпълнението. Тези механизми за проследяване ще служат за гарантиране на продължаването на процеса и за проследяване на напредъка.
4. След създаването на работните групи по стратегическите цели и възлагането на основните им функции, тези групи следва да разработят подробни работни планове, включително провеждане на базови проучвания за постигане на съответните им цели.
5. Горепосоченият процес трябва да включва всички важни заинтересовани страни. В случай на маргинализирани групи, които не са включени в процеса, следва да се положат достатъчни усилия за намиране на представители на тези групи или експерти, ако се окаже трудно да се осигури доброволно представителство. Трябва да

се осигури приобщаване, за да се отговори на нуждите на най-уязвимите групи по време на този процес.

6. Преди работата на стратегическите работни групи по стратегическите цели следва да се проведе широка кампания за повишаване на осведомеността. Тя следва да запознае широката общественост с първоначалните концепции на медийната и информационната грамотност, целта на първоначалната работна група и на работните групи по стратегическите цели и да предостави възможности за предоставяне на обратна връзка от страна на гражданите.
7. Всички групи трябва да разработят подробни стратегически, законодателни и изпълнителни планове след първоначалните работни сесии, които ще допълнят и/или заменят този документ като първоначална позиция относно медийната и информационната грамотност в Косово.

Гърция

1. Медийната грамотност трябва да бъде включена като част от формалните училищни планове на различни нива (от детската градина до гимназията).
2. Медийната грамотност трябва да бъде част от учебните планове на колежаите, факултетите или катедрите, предоставящи образование в областта на педагогиката. Това би помогнало много за по-нататъшното популяризиране и развитие на тази област.

На ниво ЕС

1. За да се подобри качеството на предметите по медийна грамотност в училищата, е важно първо да се осигури качествено формално и неформално образование на учителите. Също така би било от полза да се увеличи броят на библиотекарите с възможност за преподаване на медийна и информационна грамотност в началните, средните, училищата и във висшите учебни заведения.
2. Както във формалното, така и в неформалното образование трябва да се обърне внимание и да се предоставят компетенции и от по-малко традиционни области на медийната грамотност, като например филмовата грамотност.

В този контекст следва да се разработи и приложи обучение на обучители със специален фокус върху педагозите (учители и др.) за това как да прилагат медийната грамотност в класните стаи. Това е повече от необходимо, за да се стигне до ефективно прилагане на медийната и информационната грамотност.

3. Провеждането на обучения за възрастни или пенсионери и за тези, които свързват поколенията, следва да се насърчава и подкрепя, тъй като тези дейности са жизненоважни за развитието на медийно грамотно общество, но съответните възможности за това липсват.
4. Важно е да се насърчава медийната и информационната грамотност и на медийните творци, тъй като съответните компетенции им помагат в усилията за повишаване на доверието в медиите и за предотвратяване, реагиране и справяне с различни форми на дезинформация и изкривено съдържание. Темата за медийната етика следва да се допълни със социалната отговорност като цяло.

Всичко това следва да бъде задължителна част от учебните планове на колежите, факултетите или катедрите, които предоставят образование в областта на журналистиката, медиите, комуникациите или връзки с обществеността. В началните и средните училища може да се въведе избираем предмет. Неформалното образование следва да се предоставя от специализирани неправителствени организации, медийни къщи или чрез сътрудничество между тях.

5. Гражданите трябва да имат възможност да участват в създаването на медийно съдържание и да предоставят обратна връзка на създателите на медийно съдържание, както положителна, така и отрицателна. Гражданите следва да имат възможност да споделят мнението си за медиите с онези, които могат да помогнат за поддържането на положителни отношения между децата и медиите: родители, професионалисти, включително учители и други възрастни и млади хора.
6. Важно е да се насърчават проучвания, семинари и конференции, които имат за цел да съберат на едно място заинтересованите страни от различни професии и сектори, засягащи медийната грамотност.
7. Трябва да се насърчава и подкрепя разширеното изграждане на мрежи чрез училища и младежки центрове и сътрудничеството с публичните власти.
8. Програми чрез извънкласни инициативи, програми, базирани в общността: възможности за съвместно обучение; партньорства и връзки с програми за формално

образование, например младежки филмови фестивали; уебсайтове, създадени от младежи, кратки списания, публично-частни партньорства и др.

9. Трябва да се създадат национални или европейски стратегии за медийната и информационната грамотност. Процесът следва да включва всички важни заинтересовани страни, включително непредставените маргинализирани групи, за да се отговори на нуждите на всички групи по време на целия процес. Ако това все още не е така, медийната грамотност следва да бъде включена като част от формалните училищни програми на различни нива (от детската градина до гимназията).

6. Заключение

Въз основа на отделните доклади за текущото състояние на образованието по медийна грамотност от страните партньори, както и на резултатите от качествените проучвания, проведени чрез фокус групи сред младите хора, може да се каже, че дигитално-медийното образование не е достатъчно. Въпреки че медийната грамотност придобива все по-голямо значение във все повече държави и най-вече като част от други задължителни предмети, продължават да съществуват проблемни въпроси за нейното добре обмислено разглеждане и за оценката на нейната ефективност.

Медийната и информационната грамотност вече са включени в формалните учебни планове, както и в общите образователни планове на много страни. Училищата могат да прилагат съответните предмети по различни начини - да предоставят само основни или разширени компетентности. Основният проблем обаче е, че предметите по медийна грамотност в училищата понякога са с ниско качество, с някои изключения, според интервютата с участниците с фокус групите. А в някои страни като Косово или България тя напълно липсва в училищната програма.

Неизменна част от медийната грамотност е критичното мислене, благодарение на което хората проверяват или обмислят всички медийни съобщения. Броят на възможностите за неформално учене се увеличава, но те са насочени предимно към младите хора. Налице е

търсене на нови възможности за учене и идентифициране на подходящи инструменти, но ще бъде важно да се повиши осведомеността за тези възможности и значението на медийната и информационната грамотност сред повече учители, училища, младежки центрове и други заинтересовани страни. По-голямото участие на медиите в обучението по медийна грамотност като цяло и сътрудничеството им с НПО-та и институции за формално образование също би било от полза. По-широкото обществено разбиране на медийната етика и социалната отговорност повишава медийната грамотност, но също така кара медиите да се замислят повече за своето съдържание.

Повечето дейности и инструменти за медийна грамотност в неформалния сектор се фокусират върху безопасното използване на интернет и комуникационните технологии, особено социалните медии, омразната реч, дезинформацията и критичното мислене. Броят на дейностите, фокусирани върху разбирането на света на медиите и разкриването на дезинформация, също се увеличава, но обучението по медийна грамотност на медийните творци и акцентът върху неетичните, манипулативните или непрофесионалните практики (схващането, че не само фалшивите новини и дезинформацията са проблем) в медиите все още са маргинални теми.

Много ефективен инструмент за повишаване на дигитално-медийната грамотност е симулационната игра gaMEfy, чието пилотиране оказва положителен ефект. Въпреки дребните проблеми с избрани въпроси, 89% от хората заявиха, че не са имали проблеми с разбирането на съдържанието. Играчите потвърдиха, че след играта тяхната медийна грамотност се е подобрила.

Препоръките за политики, предложени от партньорите по проекта въз основа на предишни изследвания, също са много ценни. Това е набор от препоръки на национално ниво, които се различават в някои отношения, тъй като се основават на различни национални реалности. Въпреки това бе възможно да се установят и няколко сходства, които са формулирани в частта с препоръки за политики на ниво ЕС. Едно от основните заключения и препоръки е - *"За да се подобри качеството на предметите за медийна грамотност в училищата, е важно първо да се осигури качествено формално и неформално образование на учителите."*

Резултатите от проекта Gamefy имат потенциал да бъдат използвани като основа за действия, интегриращи и развиващи медийната грамотност в образователната система. Така че бъдете вдъхновени и се възползвайте нашите образователни инструменти в младежката си работа или при промяна на политиките в тази област!