

## **Модули от лекции по дисциплини**

1. Модул от лекции по дисциплината „Социология на образованието“ в бакалавърска програма Социология на тема: „Дигитализация и Медийна социализация“ Модулът включва 9 лекции. Автор: проф.дсн В.Миленкова
2. Модул от лекции по дисциплината „Европейски политики“ в Магистърска програма „Социологически изследвания и политически маркетинг“ на тема „Дигитални политики“. Модулът включва 5 лекции. Автор: проф.дсн В.Миленкова
3. Модул от лекции по дисциплината „Обществено мнение и медии“ в бакалавърска програма „Социология“. Модулът включва 3 лекции. Автор: проф.дсн Д.Пейчева

### **I. Модул от лекции по дисциплината „Социология на образованието“ в бакалавърска програма Социология на тема: „Дигитализация и Медийна социализация“ Модулът включва 9 лекции. Автор: проф.дсн В.Миленкова**

#### **1. Дигитализацията и политики за нейното развитие в контекста на образованието**

Идеята на технологиите е споделянето на информация. Технологиите улесняват живота и работата на хората, правят иновативен и разнообразен комуникативния и образователния процес.

Технологичният прогрес води началото си от 70-те години на XX век. Това е време, в което, в световен мащаб протичат големи промени, когато властта - икономическа и политическа се прегрупира; капиталовите пазари се мобилизират, новите медии като Интернет са в разцвет. Телекомуникациите - в лицето на интернет и мобилния телефон стават важна част от ежедневието. Пак през този период се разгръща мултикултурализмът и културното разнообразие, а това изисква комуникация и възможност за свързване между повече хора. Цялата структура на обществото, на социалните актьори, на процесите в него, свързани със семейството, производството, пазарите на труда се променят. Постмодерната епоха в своята цялост и многостранност се основава на технологиите, знанието и иновациите. Процентът на активните потребители се увеличава през годините до 97%.

По думите на Георги Бисерински (изпълнителен директор на Bloomberg TV Bulgaria)- „През последните 15 години дигиталните медии и дигиталната среда изживяха бурен растеж. През този период традиционните медии загубиха голям пазарен дял, но те имат своята специфика и плюсове с оглед на възможността да предоставят по-задълбочени анализи и материали, отнемачи повече време. Развитието

на социалните мрежи постави предизвикателство пред дигиталните медии. Причината е, че социалните мрежи се превръщат в канал за генерирането на новини. Ако допреди година голяма част от хората се информираха през телевизионния екран, сега по-голяма част от времето прекарват в интернет. Средно около 3,5 часа те прекарват в интернет средата и около 2,5-3 часа пред телевизионния екран...” (*Социалните мрежи са най-голямата заплаха за дигиталните медии*”-интернет статия). Младите хора (на възраст 15-24 години) са най-свързаната с интернет възрастова група. В световен мащаб 71% от тях са онлайн, в сравнение с 48% от общото население. Това състояние на технологиите предполага реструктуриране на цялостния процес на социализация, както в семейството, така и в образованието.

**Sonia Livingstone 2004 “Media literacy and the challenge of new information and communication technologies” Communication Review, 2004, 1(7), pp.3-14**

Днес сме свидетели на голяма промяна в информационните и комуникационните технологии. Появява се една нова форма на грамотност – компютърната грамотност, интернет грамотност, която е в основа на различни дебати – академични, политически, публични.

Академичният интерес по въпросите на грамотността „в електронната ера” (Snyder 1998), информационната епоха (Kubey 1997), дигиталната ера (Warniek, 2002), дигиталният свят (Tyner, 1998), киберграмотността (Gurak 2001). Тези трудове очертават мултидисциплинарността и специалисти в областта на грамотност, култура, медийно образование, взаимодействието компютър-човек, социални изследвания по технология (Kellner 2002; Kubey 1997; Poster 2001; Tyner 1998).

Статията на С.Ливингстон очертава серия от ключови интелектуални предизвикателства, поставяни от новите ИКТ за нашето мислене за медийната грамотност.

Понятията „аудитория” и „възприемане” не работят добре за медията, която е социално диверсифицирана (повече, отколкото масова), технологично сближена (повече отколкото разграничена) и интерактивна (повече отколкото един-към-много).

Главното не е в това, че компютрите заменят телевизията, хората сега се ангажират с медийното обкръжение, което интегрира печата, аудиовизуалните, телефонни и компютърни медии.

Затова се нуждаем от концептуална рамка, която да обедини тези медии.

**Определение на медийна грамотност:** способността да се достига, анализира, оценява и създават нови съдържания в различни форми. (Определението е дадено за първи път през 1993, на конференция по Медийна грамотност, Аспен). Тези 4 компонента: достъп, анализ, оценяване, създаване на съдържание, създават базирания на способности подход към медийната грамотност.

Всеки компонент поддържа другите като част от не-линеен, динамичен процес на научаване: научаването да се създава съдържание помаг на човека да анализира това, което е създадено професионално от другите; уменията в анализа и оценяването отварят вратата за новите употреби на Интернет, разширяват достъпа и т.н.

**Достъп:** разбирането на бариерите пред достъпа е дебатирано за печатните медии (бариерите са свързани с образование и соц.мобилност). По отношение на новите медии, дигиталният разделящ дебат изследва предизвикателствата, че ИКТ осигурява повече умения, отколкото да подкопава равенството в образованието и участието в културата. Достъпът е динамичен и социален процес, свързан с качеството на медийните съдържания и услуги. Достъпът свързва двете неща.

**Анализ:** Въпросите за равенство в знанието, културата и участието чрез медията, не опира само до достъпа. Основното е: аналитичния компонент, читателите и зрителите трябва да бъдат компетентни на съдържанието, традициите и културата. Имаме 6-елементна схема: медийна агенция, м. категории, м. технологии, м. език, м. аудитория, м. представяне. Аналитичният репертоар – жанр, наратив, глас, модалност са малко приложими в новите медии.

**Оценяване:** то е решаващо. Това не е просто умение, а критическо оценяване по отношение на по-широкия социален, културен, икономически, политически, исторически контекст, в който медийното съдържание се създава. Има ключови филтри, опериращи към това избрания материал да бъде разпределен в съответствие с критериите за качество, идеология, пазарен натиск, професионални ценности.

Днес когато почти всеки може да създаде медийно съдържание, основата на критичната грамотност се променя.

**Създаване на съдържание** – не всички дефиниции вкл.този елемент. Социал.последствия на тази активност: участие, соц. капитал, гражданска култура.

**Заключение:** Грамотността се отнася традиционно до исторически и културно установени отношения между три процеса: 1)символното и материално представяне на знание, култура и ценности 2) дифузия на умения и способности за интерпретация на стратифицираното о-во. 3) институционално и държавно управление на властта, че достъпът и използването на знание, принадлежи на тези, които са грамотни (образовани).

**Новото:** изследването на аудиторията развива интерактивното виждане за **отношението между четящ и текст**, което е опосредено от технологиите. Грамотността не може да се възприема само като черта на user, но и като неговото взаимодействие с технологията.

**Важно е:** отношението за текстуалната компетентност и власт, които поставят тези, които виждат грамотността грамотността като демократизираща, даваща власт на обикновените хора: срещу тези, които я виждат като елитарна, разделяща, източник на неравенство.

## **2. Новите медии и дигитализацията**

Новите технологии притежават способността да създават у потребителите устойчиви представи за леснота на достъпа, както и да повишават увереността за свързаност в социален план. В своето историческо развитие масмедииите са претърпявали поредица от промени, днес обаче интензивността, с която се появяват нови варианти на дигитални технологични средства е безпрецедентна от гледна точка на усъвършенстване на възможностите за общуване, получаване и създаване на съдържание. Медиите в дигиталната епоха имат огромно въздействие както върху общуването и обмена на информация, така и върху бизнеса, политиката, образованието, изкуството и др. Тяхната популярност става безпрецедентна в съвременното общество.

Блоговете, форумите, социалните мрежи и интернет страниците завладяват все по-силно модерния човек. Живеем в общество, в което присъствието в мрежата се смята за задължителна форма на общуване. Присъствието в интернет пространството е необходимост, защото вече всеки потребител е част от огромна онлайн социална общност. Виртуалната комуникация отдавна се е превърнала в незаменим помощник в ежедневието, в основно средство за информиране, комуникация, бизнес и реклама. Интернет технологиите и новата дигитална среда мотивират потребителите да създават свои профили в социалните мрежи, да правят блогове, да комуникират във форуми и да публикуват различни съдържания.

Интерактивността, непрекъснатото допълване на информацията, предизвиква силен отзвук сред публиките, спомага за утвърждаването на влиянието и ролята на личностите, утвърждаващи се с дигитализацията. Новите възможности и техническият прогрес променят всички сфери на обществения живот и предизвикват фундаментални промени в обществото на 21 в. Може да се каже, че дигиталните технологии създават ново форматиране, нова инфраструктура в комуникацията, качествено различен медиен начин на живот. „Всички тези процеси се предопределят и от белезите на новото време – децентрализация, демасовизация, дестандартизация и т.н. Налице са сериозни предпоставки за преосмисляне и артикулиране на масмедийното въздействие в контекста на една единна теория за медиализация на обществото.” (Пейчева, 2013: 428)

Дигиталните медии са технологично създадени среди за комуникация, в които потребителите сами публикуват информацията и общуват помежду си. Публикациите могат да бъдат в различни форми: текст, изображения, аудио и видео записи. За разлика

от телевизията, радиото и пресата, в социалните медии потребителите участват активно в един двустранен процес на взаимно споделяне и информиране. Хората могат не само да четат, да гледат или слушат, а също така да споделят, да коментират и дискутират. Онлайн платформите изключително много улесняват комуникацията, когато става въпрос за големи разстояния. Същото се отнася и до търсенето на информация. Интернет изцяло променя живота на обикновения човек.

### 3. Дигиталните медии и тяхното влияние

Мануел Кастелс е един от най-изтъкнатите социални мислители и теоретици на съвременността, признат авторитет в осмисляне на информационното общество и автор на теорията за мрежовото общество. „В съвременното общество разпределението на властта зависи от възможността да се контролира не само информацията, но и комуникацията между хората.” Според Кастелс интернет е инструментът на демокрацията. Да се рапространява информацията, да се провеждат открити обсъждания...” - това е пътят на мрежовото общество. (Кастелс, 2012) <sup>1</sup>

Дигиталните медии в качеството си на нова и модерна комуникационна среда притежават уникалната специфика: медийните съдържания да се създават и допълват от самите потребители. Всеки индивид може по всяко време, избирайки формата и вида на информацията, да публикува виртуално съдържание по свой избор. Потребителите от своя страна могат да одобряват или да не одобряват публикуваното. Това прави възможно създаване на независим поток от информация, която да бъде качествено различна от официалния поток на утвърдените медии. Хората се информират помежду си самостоятелно и координират своите действия чрез интернет, включително като създават протестни движения срещу остарелите социални структури и формации. По този начин дигиталните технологии създават нова **колективна идентичност на обществото** (Кастелс, 2006: 63.)<sup>2</sup>.

Така протичат едновременно два полюсни процеса: от една страна, индивидуализация на медиите и създаване в пространството на съобщения, които са уникални, базирани на опита, наблюденията, мисленето, контактите на отделния човек.

---

<sup>1</sup> Кастелс, Мануел, 2012. Интернет: Култура БГ - интервю „ Мануел Кастелс за неизбежността на новата демокрация” / <http://kultura.bg/web/%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%8A%D1%82-%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D1%83%D0%B5%D0%BB-%D0%BA%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%81-%D0%B7%D0%B0-%D0%BD%D0%B5%D0%B8%D0%B7%D0%B1%D0%B5%D0%B6/>

<sup>2</sup> Кастелс, Мануел. Силата на идентичността. София: ЛИК, 2006, стр. 63

От друга страна, появили се в мрежата тези индивидуални съобщения стават основа за формиране на колективна идентичност като могат да въздействат бавно и постепенно или взривоопасно, но неизбежно стават носители на нещо ново и променят статуквото. В последните години има много примери за това как протестни движения и настроения се инициират в социалните мрежи, как се популяризира информация и съобщения различни от официално утвърдените, как обществото получава нова неподозирана до този момент вълна на осъзнаване.

В този смисъл, Интернет не е просто поредното звено от комуникационния процес, а представлява, съсредоточава и обхваща цялата комуникация, ставайки едновременно среда и средство на общуването. В интернет, комуникацията е многостранна, а основните принципи са равнопоставеност на участниците, компактност и бърз достъп до информационните източници, скъсяване на времето и преформатиране на пространството и средата. Всички останали медии съществуват отделно от потребителя на информация и се явяват външни за него. Но мрежата е място, в което всеки влиза и доброволно, става част от многостранната комуникация, затова интернет е най-мощният и глобален източник на информация за човечеството.

Свидетели сме на голямата популярност и всеобхватност на медията в света, на богатото разнообразие от приложения, които интернет има в различните сфери на социалното ежедневието на хората. Релефът на медийния пейзаж се променя качествено с появата и развитието на Интернет. За първи път се формира двупосочна комуникационна среда, която дава възможност да се реализират медийни практики, основани на индивидуализирана и равнопоставена комуникация.

Новите медии са продукти от типа Web 2.0 и според информацията в тях, те са насочени:

- към споделяне на контакти;
- към подържане на съвместни интереси (новини, музика, видео, снимки, хипервръзки към статии и др.);
- към представяне на авторско съдържание (изображения, музика, видео, статии и др.);
- към споделяне на лична информация.

Дана Бойд определя онлайн социалните медии като: "уеб-базирани услуги, които позволяват на хората: 1) да изградят свой публичен или публично-частен профил в

рамките на ограничена система; 2) да създадат списък с други потребители, с които те да споделят връзки; 3) да преглеждат списъка от връзки, създаден от други потребители в системата." (Boyd, 2011). Новите медии в интернет имат влияние върху формиране на общественото мнение (Cohen, 2010; Rosen, 2011). В някаква част от тези поствания, скрити зад привидната дистанция на екрана, хората споделят и пишат неща, които не биха казали или направили в реалния живот. По този начин публиката се връща като активна страна в обществената комуникация (Salmon, 2001).

**Медиите в интернет стават важна среда за формиране на социален капитал, защото благодарение на тях се създават нови контакти, заздравяват се съществуващи отношения между колеги, приятели, съмишленици, както за обмен на информация, така и за решаване на проблеми от всекидневието, включително и получаване на съвет или предлагане на решение от експерти, т.е. хората се събират в мрежите, за да общуват неформално (Levine, 2011), но в много от случаите имат идеи надхвърлящи неформалното общуване. От своя страна, социалните медии позволяват изразяване в нова среда (Siemens, 2005). Функция на новите медии е, че благодарение на тях се събират хора с общи интереси и се популяризират идеи; така се обединяват хора на различна възраст, занятия, ценности и бивайки алтернатива на по-традиционните начини за комуникация, интернет мрежите стават мощен инструмент за формиране на общественото мнение.**

Важен акцент представлява значението на интернет мрежите в публичната комуникация; а това предполага наличие на взаимно доверие между хората, участващи в подобно общуване. Както показват и анализите, броят на хората в мрежата е важен, но много по-важни са начинът и качеството на комуникацията и поддържането на взаимоотношения. Социалните медии все повече се превръщат в **платформа, където се разгръщат политически идеи, цели, позиции**, което води до повече и повече ангажирани потребители

Новата мултимедийната среда, включваща – хипертекстуализация, аудиовизуални продукти, мултимедийни бази данни, информационни ресурси и инфраструктури, плоски и триизмерни графики, и обекти, движението и интерактивността, посредством технологиите, превръщат мрежата в градивна виртуално-пространствена среда, а и в част от ежедневието на хората. Хипертекстът позволява създаването на множество връзки – линкове между различни документи, изображения или технологични формати. С разрастването на мрежата, степента на

взаимосвързаност между отделните сайтове нараства до такава степен, че преминавайки през множество линкове потребителите понякога попадат на все по-нова и неподозирана в началото на търсенето информация.

От своята поява до днес постепенно интернет се възприема като масово явление, чрез което световното общество преодолява ограниченията на физическата реалност, изгражда глобални информационни, комуникационни и технологични връзки, формира нови социални модели на взаимодействие или доразвива настоящите. Сред особеностите му могат да бъдат посочени появата на нови форми на комуникация като мрежовата комуникация, комуникацията човек – компютър и комуникацията компютър – компютър, още: нарасналите социални контакти; появата на виртуални общества; засилената интерактивност; провокирането на чувство за родственост и съпричастност.

Човечеството е изправено пред уникалната възможност - да има достъп до световното знание. За търсеция, ученолюбив и знаещ ум, това е една безкрайна вселена, но за непросветения и неориентиран ум, това може да се окаже просто хаос. Огромният риск на интернет обаче, си остава проблемът с интерпретацията и достоверността на информацията.

Мануел Кастелс, ясно онагледява новите форми за участие в комуникационния процес на индивидите, групите, обществата и нациите. Според испанския социолог, всяка държава и общност, е изправена пред предизвикателството или да намери свето достойно място в комуникационния процес, или да изпадне в социокултурен информационен блок (Кастелс, 2006).

В този смисъл може да се каже, че новите медии променят напълно медийната конфигурация – никоя медия да не може да съществува независимо, залагайки само на един метод за информиране. Конвергенцията на медийното пространство е неизбежна и има за цел приобщаването на по-голяма аудитория, адаптиране към иновативен тип комуникация, в която публиките стават и източник, и създател на медийно съдържание. В тази ситуация качествено се променят процесите на социализация, на семейно възпитание и въздействие в сферата на образованието, защото в обществото всички процеси и институции са взаимосвързани и в своята дълбока същност те понасят и оказват влияния.

#### **4. Дигитализацията в европейска перспектива**



Дигитализацията е неразривна част от живота на хората. Хора от всички възрастови групи се адаптират към променящата се дигитална среда. Техническият прогрес на обществото изисква приспособяване към иновациите, към развиващите се технологии и тяхното постоянно усъвършенстване. По този начин се подобрява и оптимизира работата и взаимодействието между институциите, както и между индивидите и институциите. Информационните ресурси се променят, а това предполага надграждане и развиване на уменията. Въпреки опасностите, които съпътстват дигитализацията-безспорен факт е, че технологиите вече са задължителни в образованието, ученето, работата, свободното време.

Как Европа помага в областта на цифровото образование, как насърчава използването на технологии и използването на дигитални компетенции в образование? Европа като политически субект и страните от съюза осъзнават необходимостта от модифициране на образователния процес чрез въвеждане на повече технологии в обучението. Това е важно, с оглед на професионалното развитие и подготовка на всеки индивид и неговата конкурентост на пазара на труда.

Проследяват се някои от политическите документи и мерки, насочени към развитие на дигиталните умения на индивидите и активното включване на образователните институции в този процес.

Показателни са думите на заместник председателя на Европейската комисия Нели Крус: „Животът на повечето европейци вече е обвързан с интернет и те очакват повече. Разрешихме проблема с достъпа до интернет, но разликите по отношение на цифровите умения се запазват. Ако всички ние не направим повече, рискуваме в Европа да се зароди класа от цифрово неграмотни лица.” ( <http://old.europe.bg/htmls/page.php?category =383&id= 44559>).

Добрите новини, според нея са, че на европейско ниво се е увеличило редовното използване на интернет: хората вече използват интернет поне веднъж-два пъти седмично. Процентът е нараснал от 60 на 72% от 2010 г. насам. Най-голям напредък в осигуряване достъп до интернет и социалните мрежи имат Гърция, Румъния, Ирландия, Чешката република и Хърватия.

Вече е реалност схващането, че интернет е за всички. Усвояването на дигиталните умения е необходимо и вече задължително при децата, тийнейджърите, дори хората в неравностойно положение, безработните и нискообразованите. Статистиката, която се води от европейските специалисти показва, че употребата на интернет от тези групи се е покачила на 57% от 41% преди четири години. Броят на

хората, които не използват интернет, е намалял с една трета: 20% от хората в ЕС никога не са използвали интернет. Това е с 1/3 по-малко в сравнение с резултатите от преди четири години (<http://old.europe.bg/htmls/page.php?category=383&id=44559>).

Интернет стимулира глобализацията и създава предимства за младите поколения, допринася за преодоляване на неравенствата между идентични възрастови групи от различни страни и в различна икономическа ситуация.

В тази посока трябва да се разглежда приетата още през 2010г. Лисабонска стратегия. С нейното приемане е взето глобално решение за модернизирани и повишаване качеството на образованието, а това трябва да доведе до овладяване на седем ключови компетенции: общуване на роден език, общуване на чужди езици, математическа компетентност и основни знания в областта на природните науки и технологиите; дигитална компетентност, умения за учене, обществени и граждански компетентности (<https://mycompetence.bg/static/9>).

Ключово значение за развитието на дигиталната компетентност и умения има приетата през 2010г. от Европейската комисия - **Програма в областта на цифровите технологии за Европа** известна като **Дигитална Европа** („Digital Agenda for Europe“), която представлява една от седемте водещи инициативи на Европейската Стратегия „Европа 2020“. Подчертани са новите възможности и приноса на информационните и комуникационните технологии (ИКТ) за успешно осъществяване на стратегията. Изведени са дигиталните компетенции, които хората трябва да притежават; в матрицата за самооценка фигурират група индикатори като: възможности за обработка на информация; познаване на формите на комуникация; създаване на съдържание; гражданско участие; сигурност; решаване на проблеми и пр. <https://europass.cedefop.europa.eu/bg/resources/digital-competences>

[https://europass.cedefop.europa.eu/sites/default/files/dc\\_-\\_bg.pdf](https://europass.cedefop.europa.eu/sites/default/files/dc_-_bg.pdf)

За по-добро разбиране на естеството на дигиталните компетенции, Европейската комисия разработва „**Европейска рамка за дигитална компетентност на гражданите**“-DigComp. Тя включва пет области с общо 21 компетенции. Областите са: информационна грамотност и работа с данни; комуникация и сътрудничество; създаване на дигитално съдържание; безопасност и разрешаване на проблеми. (<https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/digcomp-21-digital-competence-framework-citizens-eight-proficiency-levels-and-examples-use>); създадената Матрица позволява самооценка на дигиталните компетенции.

	Основно ниво на владееене	Самостоятелно ниво на владееене	Свободно ниво на владееене
Информационна грамотност и работа с данни	Мога да търсят информация онлайн. Знам, че не всяка информация е надеждна. Мога да запазвам или съхранявам файлове или съдържание (напр. снимки, музика, видео)	Мога да използвам различни търсачки за намиране на информация. Да сравнявам различни източници, за да оценя надеждността на информацията. Класифицирам информацията по методичен начин, с помощта на файлове и папки. Правя резервни копия.	Мога да използвам напреднали начини за търсене. Мога да оценя валидността и надеждността на информацията с помощта на набор от критерии. Наясно съм с новите постижения и областта на търсенето на информация.
Комуникация и сътрудничество	Мога да общувам, използвайки мобилен телефон, електронна поща. Мога да споделям файлове и съдържание с помощта на прости инструменти.	Мога да използвам разширени функции на няколко средства за комуникация. Мога да използвам някои функции на онлайн услуги (напр. обществени услуги, електронно банкиране, пазаруване онлайн). Предавам или споделям знания с други онлайн потребители (чрез социални мрежи или в онлайн общности)	Активно използвам широк набор от комуникационни средства (ел. поща, чат, SMS, бързи съобщения, блогове. Социални мрежи. Активно участвам в онлайн пространства и използвам няколко онлайн услуги (обществени услуги, електронно банкиране, пазаруване онлайн).
	Мога да създам просто цифрово съдържание (текст, таблици,	Мога да създам сложно цифрово съдържание в	Мога да създавам или модифицирам

<p>Създаване на съдържание</p>	<p>изображения, аудио файлове) в поне един формат, използвайки дигитални инструменти. Мога да редактирам съдържание, създадено от други. Знам, че съдържанието може да бъде обвързано със запазени авторски права.</p>	<p>различни формати (текст, таблици, изображения, аудио файлове). Мога да използвам инструменти/редактор и за създаване на уеб страница или блог, използвайки шаблон(WorPress). Мога да направя основно форматиране (напр. въвеждане на бележки под линия, графици, таблици). Имам основни познания по програмиране.</p>	<p>сложно, мултимедийно съдържание в различни формати, като използвам различни цифрови платформи, инструменти и среди.</p>
<p>Сигурност</p>	<p>Мога да предприема основни стъпки за защита на моите устройства (напр. използване на анти-вирусни програми и пароли). Знам, че не трябва да разкривам лична информация в онлайн пространството. Взимам основните мерки за пестене на енергия.</p>	<p>Имам инсталирани програми за сигурност на устройството/та, които използвам за достъп до интернет(напр. антивирусна програма, защитна стена). Използвам различни пароли за достъп до оборудване, устройства и цифрови услуги и ги променям периодично. Разбирам положителното и отрицателното въздействие на технологиите върху околната среда.</p>	<p>Често проверявам конфигурациите за сигурност и системите на моите устройства и/или на приложенията, които използвам. Мога да конфигурирам или да променя настройките на защитната стена и тези за сигурност на моите цифрови устройства. Знам как да криптирам електронни писма или файлове. За да се избегнат здравословни проблеми (физически и психически) използвам разумно информационните и комуникационни</p>

			технологии. Информирен/а съм по отношение на въздействието на цифровите технологии върху ежедневиия живот, онлайн потреблението, и за околната среда.
Решаване на проблеми	Мога да намеря подкрепа и помощ при технически проблеми, възникнали при използване на ново устройство, програма или приложение. Знам как се решават някои рутинни проблеми (напр. затваряне на програма, повторно стартиране на компютъра, повторно инсталиране/актуализация на програмата, проверка на интернет връзка). Знам, че дигиталните инструменти биха могли да ми помогнат при решаването на проблеми	Мога да разреша често срещаните проблеми, които възникват при използване на цифрови технологии. Мога да използвам ИКТ за решаване на (нетехнически) проблеми. Мога да избира цифров инструмент, който отговаря на нуждите ми и чиято ефективност да бъде оценена. Редовно актуализирам своите цифрови (дигитални) умения. Наясно съм с възможностите си и се опитвам да подобрявам познанията си.	Мога да разреша почти всички проблеми, възникнали при използване на цифрови технологии. Мога да избира най-подходящия инструмент, устройство, приложение, софтуер или услуга за решаване на (нетехнически) проблеми. Наясно съм с новите технологични разработки. Често актуализирам своите цифрови умения. <sup>3</sup>

Създаденият европейски индекс за навлизане на цифровите технологии в икономиката и обществото използва европейската рамка, за да състави показател, който да представи специфична за страните информация относно дигиталните компетенции на гражданите. Европейската рамка се използва и за планиране и разработване на

<sup>3</sup> <https://europass.cedefop.europa.eu/sites/default/files/dc - bg.pdf>

образователни и обучителни предложения при преразглеждане на учебните програми, при разработване на курсове за обучение на възрастни и при дизайна на програми за професионално развитие за учителите. С нейна помощ се определя нивото на дигитални компетенции, необходимо за различните сфери. ([https://www.schooleducationgateway.eu/bg/pub/viewpoints/experts/riina\\_vuorikari-becoming\\_dig.htm](https://www.schooleducationgateway.eu/bg/pub/viewpoints/experts/riina_vuorikari-becoming_dig.htm) )

Рамката за дигитална компетентност е разработена от Съвместния изследователски център на Европейската комисия през 2013г. като част от многогодишен научен проект, който идентифицира ключовите компоненти на дигиталните компетенции по отношение на познания, умения и нагласи, като разработва критерии за три нива на владене. Рамката е подкрепена от представителите на държавите членки на ЕС по време на тематичната работна група в областта на ИКТ и образованието (програма „Образование и обучение 2020“) и по време на работната група по преносими умения, а вече няколко държави членки я изпробват. Представената матрица на Europass цели правилна самооценка на всеки използващ информационни и комуникационни технологии по всяка от петте компетенции.

В днешният глобализиран свят всички усилия на обществото са насочени в посока създаване на благоприятни условия за развитие, отглеждане и обучение на децата и подрастващите.

Образованието, културата, дигитализирането са ключ към бъдещето - както за човека, държавата, така и за Европейския съюз като цяло. Образованието, респ. дигиталното образование и културата са двигателите за създаване на работни места. Те са отговорни за икономическия растеж, социалната справедливост и благосъстояние в европейски и международен контекст.

## **5. Европейски План в подкрепа на дигиталното образование**

Планът за действие (<https://ec.europa.eu/education/node/en>) е в няколко стъпки и цели да помогне на всички държави-членки на Европейския съюз да отговори на предизвикателствата, които стоят пред образованието в условията на дигитализация. Планът включва 11 стъпки за развитие на дигитализацията и дигиталните умения:

- По-добро използване на цифровите технологии за преподаване и учене:
  1. Свързаност в училищата.
  2. Наставническа схема за училищата
  3. Квалификации с цифрово подписване

- Развитие на цифрови умения:
- 4. Център за висше образование
- 5. Отворени научни умения.
- 6. Седмица на кодекса на ЕС в училищата
- 7. Киберсигурност в образованието.
- 8. Обучение за цифрови и предприемачески умения за момичета
- Подобряване на образованието чрез по-добър анализ на данните и предвиждане:
- 9. Проучвания за ИКТ в образованието.
- 10. Изкуствен интелект и анализи.
- 11. Стратегическа прогноза.

Първото действие има за цел да представи ползите от „широколентовия интернет” ([https://ec.europa.eu/education/node\\_en](https://ec.europa.eu/education/node_en)) за училищата, подобрена свързаност и преодоляване на цифровото разделение. Приблизително около 18% от училищата в ЕС разполагат с качествени компютри. Целите на широколентовите мрежи на съюза предвиждат до 2025г. всички училища да имат достъп до гигабитна интернет връзка. Широколентовата връзка улеснява достъпа до съвременни ресурси и специализирани материали; използване на платформи за сътрудничество и подкрепа за активно обучение и работа по проекти.

**Наставническа схема за училищата** е втората предвидена стъпка в плана за развитие и има за цел да подпомогне училищата с използването на цифрови технологии за преподаване и учене чрез: предлагане на всяко училище в Европа на възможност да използва SELFIE, безплатен онлайн инструмент за саморефлексия за използването на цифрови технологии<sup>4</sup>; стартиране на наставническа схема за мащабиране на иновационната практика, базирана на ИКТ между училищата на различни етапи на технологична интеграция ([https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area/digital-education-action-plan-action-2-selfie-self-reflection-tool-mentoring-scheme-for-schools\\_en](https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area/digital-education-action-plan-action-2-selfie-self-reflection-tool-mentoring-scheme-for-schools_en)). Тази стъпка се предприема с цел да се изгради

---

<sup>4</sup> **SELFIE** е инструмент за **саморефлексия** за начални, средни и професионални училища. SELFIE помага на училищата да оценят, макар и поредица от въпроси към учители, ученици и училищни ръководители, **къде стоят с използването на цифрови технологии за преподаване и учене**. Училищата могат да **персонализират инструмента**, като добавят или променят въпроси за тяхната конкретна ситуация. Училището получава **специално изготвен доклад, в който се очертават силните страни и областите за усъвършенстване**.

устойчива мрежа, в която учителите и училищата да си оказват подкрепа в процеса на обучение, а с това да обменят и опит помежду си.

По данни на Евростат само около 20-25% от учениците се обучават от учители, които са уверени в използването на технологиите. Това е сериозен проблем за училищното образование. За да се подобри начинът, по който учениците учат, технологиите трябва да се използват по холистичен начин, с ясен педагогически фокус и цялостен училищен подход. Затова ЕС разширява SELFIE до всички страни в ЕС и Западните Балкани, ангажира училищните ръководители и учители в разработването на цялостен училищен подход за прилагане на цифрови технологии за преподаване и учене.

SELFIE се основава на Рамката за цифрово компетентни образователни организации, разработена от Европейската комисия.

Повече от 67 000 директори на училища, учители и ученици от 650 общообразователни и професионални училища в 14 европейски държави са тествали бета версията на SELFIE през октомври 2017г.

Целта е до края на 2022г. тази схема да се използва от поне милион ученици, учители и училищни ръководители в цяла Европа и Западни Балкани ([https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area/digital-education-action-plan-action-2-selfie-self-reflection-tool-mentoring-scheme-for-schools\\_en](https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area/digital-education-action-plan-action-2-selfie-self-reflection-tool-mentoring-scheme-for-schools_en)).

**Квалификации с цифрово подписване** е следваща стъпка в Плана за развиване на дигитализацията и дигиталните умения. Цифрово подписаните квалификации са електронни документи, издадени от учебни заведения за обучение, които потвърждават присъждането на квалификация на дадено лице. Този документ може да се дава на работодатели, други образователни институции или трети страни. В рамките на това действие се разработва подход за издаване на цифрово подписани квалификации, с които да се гарантира, че сертификатите от една държава-членка могат да бъдат разбрани и правилно тълкувани във всяка друга ([https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area/digital-education-action-plan-action-3-digitally-signed-qualifications\\_en](https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area/digital-education-action-plan-action-3-digitally-signed-qualifications_en)).

Това е необходимо на обучаващите се в различните по вид училища, университети и колежи, защото е част от общата квалификация, като може да се вписва и в европейския формат на автобиография при кандидатстване на позиция във фирма или учреждение.



Компонентът отговаря на предизвикателствата, пред които са изправени ученици, студенти, завършили, работодатели и образователни институции в цяла Европа и е насочен към:

- процесите на обучение и начините за „улавяне“ на резултатите от тях.
- работодателите и доставчиците на образование, които да могат да проверяват дали сертификатите и другите квалификации са валидни и автентични.
- учениците, които се нуждаят от това да предоставят своите сертификати в електронен формат на работодатели или доставчици на образование.

Постоянно се търсят начини, изработват се програми и се предприемат стъпки с оглед всеобхватната дигитализация на образованието. Това позволява на обучаващите се да усвояват по-лесно материала, да надграждат и развиват нови дигитални умения.

Следващият пакет от действия е насочен към изграждане на дигитални умения и отговорността на образователните институции в този процес. Предвижда се създаване на онлайн платформа за висше образование, насочена към утвърждаване на **Център** за съществуващи европейски, национални и регионални платформи, занимаващи се с онлайн обучение, смесена/виртуална мобилност, онлайн кампуси и обмен на най-добри практики. Тази платформа е в симбиоза с програма Еразъм и има редица ползи, свързани с:

- подобряване на качеството и релевантността на обучението и преподаването;
- утвърждаване на висшето образование като достъпно за по-широк кръг студенти;
- създаване на връзки между висшите учебни заведения, изследователските институции, работодателите и широката общност.

На висшите училища се предоставя възможност за:

- Обучение за академичен персонал по иновативни педагогика и дизайн на учебни програми;
- Обмен на материали и най-добри практики;
- Смесено и дигитално обучение и смесена мобилност.

Действията по оптимизиране и дигитализация на учебния процес се осъществяват в цялост в европейска среда и показват общия път, по който да вървят образователните институции, за да получават обучаващите се идентично образование, без значение в коя държава са.

Ключова стъпка с оглед формирането на дигитални умения е: развиване на **Отворени научни умения**: преподаване, учене и оценка на умения за отворена наука.

Целта на това действие е да се ангажират, информират и обучават студенти, преподаватели, изследователи и служители от висшето образование, което да даде възможност да създават съвместно програми, посрещащи обществени и технологични предизвикателства. Отворените научни умения означават формиране на нагласа не само за усъвършенстване в придобитата кариера и издигане на по-високо ниво, но също и усвояване на нови знания у хората от различни възрасти и с различни професии, развиване на умения за академично писане и отвореност към научни предизвикателства.

Предприетите мерки са необходими, защото около 50% от научноизследователската общност нямат отворени научни умения, които включват умения по управление на данни, включително познаване на правните аспекти, технически умения, защита на данните, комуникация и разпространение. Това действие е насочено към докторанти и изследователи на всички етапи от кариерата им ([https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area/digital-education-action-plan-action-5-open-science-skills\\_en](https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area/digital-education-action-plan-action-5-open-science-skills_en)).

Действието **Седмица на кодекса на ЕС в училищата** е насочено към стимулиране на логическото мислене, кодирането, творческото и критично използване на цифровите технологии и развиване на креативност. Това е масово движение, управлявано от доброволци в цяла Европа. Целта е да се насърчат повече начални, средни и професионални училища да участват в инициативата; програмирането да стане по-видимо, за да се покаже на различните поколения неговото демистифициране, в следствие на което да се обединят мотивираните хора да учат.

Констатира се, че 1 от 5 млади хора няма основни цифрови умения, а 90% от всички работни места изискват поне основни дигитални умения днес.

Инициативата стартира през 2013 г. и дава възможност на всеки европеец да открие кодирането, с което се насърчава изчислителното мислене и творчество, а не пасивното потребление на цифрови технологии.

От 2013 г. участието в тази инициатива се развива със следната хронология:

- през 2013 г.: 10 000 души, 3 000 събития в 26 държави;
- през 2014 г.: 150 000 души, 4 200 събития, 36 държави;
- през 2015 г.: 580 000 души, 7 600 събития, 46 държави;
- през 2016 г.: 970 000 души, 20 000 събития, +50 страни.

През 2017 г. в Малта, Италия, Естония и Полша се провеждат най-много събития на ЕС Code Week на глава от населението. В абсолютно число Италия (16 000) и Полша (2400) са имали най-много събития с голямо участие на училищата. Целта е да нарасне участието<sup>5</sup> и да се предоставят на повечето деца равни възможности за развиване на положително отношение към кодирането, изчислителното мислене и STEM.

Като част от стратегията за единен дигитален пазар Комисията подкрепя седмицата на кода на ЕС и други независими инициативи, които имат за цел да повишат цифровите умения, включително програмирането, като умения на различни целеви групи. Седмицата на кода на ЕС се провежда всяка година в продължение на две седмици.

**Киберсигурност в образованието: повишаване на осведомеността на учителите и учениците** - е друг фокус на Плана за формиране на дигитални умения. Целта е да се повиши осведомеността за рисковете, които съществуват онлайн. Предвиждат се две инициативи:

- Обща за ЕС кампания за повишаване на осведомеността относно кибер културата, която да насърчава онлайн безопасността, медийната грамотност и „кибер хигиената“ за деца, родители и учители;
- Съчетан курс (онлайн и лице в лице) за учители по киберсигурност и педагогически подходи за преподаване на киберсигурност в началното и средното образование.

Тази стъпка е необходима, защото 1 на 3 интернет потребители е дете. Около половината от 11-16 годишните в ЕС са се сблъскали с един или повече от най-честите интернет рискове. Около 51% от европейските граждани не се чувстват информирани как да се справят с кибер заплахите<sup>6</sup>.

В плана на съюза е предвидено около 6000 учители в училищата на средно и начално ниво да бъдат обучени по киберсигурност и педагогически подходи към киберсигурността.

Тази стратегия за по-добър интернет за децата съчетава финансовата подкрепа и законодателство на държавите-членки и гражданското общество. Кампанията SaferInternet4EU стартира 2018г, като се предвижда в различни части на Европа да се организират курсове по обучението на обучители в киберсигурност на начално и

---

<sup>5</sup> 50% от училищата в Европа да участват в Седмицата на кода на ЕС до 2022 г.

<sup>6</sup> В подкрепа на киберсигурността и у нас е предвидено до края на 2022г да се проведат редица събития, в това число Деня на по-безопасен Интернет. Това цели да се повиши информираността на хората, на учениците в училищата и студентите във ВУЗ-те по проблемите на безопасно, когато са онлайн на училище, на работа или в свободното време.

средно ниво ([https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area/digital-education-action-plan-action-7-cybersecurity-in-education\\_en](https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area/digital-education-action-plan-action-7-cybersecurity-in-education_en)).

С оглед изграждане на дигитални умения, специално място в Плана е отделено на: **Обучение за цифрови и предприемачески умения за момичета.**

Това действие е от голяма важност, защото се преодоляват разликите между половете и цифровия сектор, в училищата и университетите. В подкрепа на това в Европа се провеждат семинари за придобиване на дигитални умения за момичета в основно и средно образование. Семинарите имат задача да действат стимулиращо на момичетата, за да ги вдъхновят за създаване на кариера в областта на технологиите, предприемачеството и иновациите. Курсовете се провеждат съвместно с големи компании от ИТ бизнеса.

Това действие е продиктувано от факта, че около 52% от европейското население са жени, а само 30% от тях са предприемачи, а 32% са икономически лидери. ([https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area/digital-education-action-plan-action-8-training-in-digital-and-entrepreneurial-skills-for-girls\\_en](https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area/digital-education-action-plan-action-8-training-in-digital-and-entrepreneurial-skills-for-girls_en)).

Отнесено към бизнеса - само 15% от работниците в ИТ сектора на европейско ниво са жени. Статистически представено, това означава, че на всеки 1000 жени едва 24 завършват специалност, свързана с ИКТ. Проблемът с намаляването на жените в този сектор може да се предотврати чрез повишаване на цифровите умения и насърчаване на позитивни модели за подражание. Така нараства участието на жените в науката, технологиите и бизнеса.

Предвижда до края на 2022г. около 20 000 момичета в основното и средното образование в Европа да вземат участие в работни срещи, с оглед:

- повишаване на дигиталното предприемачество при жените;
- образование и обучение в областта на дигиталните умения.

Важен пакет от действия в Плана за дигитализацията е подобряване на образованието чрез по-добър анализ на данните и предвиждания, което включва няколко активности.

Първото от тях е свързано с провеждане на **Проучвания върху ИКТ в образованието.**

През октомври 2018г. е проведена конференция, която представя резултатите от изследване, проведено от Ipsos MORI и Deloitte, по поръчка на Европейската комисия, озаглавено като ESSIE 2, чиято цел е да покаже и измери напредъка в използване на технологиите в училищата. Това изследване анализира също и новите критерии за

дигитални и предприемачески компетенции във връзка с укрепване на европейската идентичност чрез образование и култура.

Изследването ESSIE 2 оценява доколко са напреднали училищата в дигитализирането, като се сравняват данни с идентично изследване от 2011-2012г. Получените резултати са предпоставка за прогнозиране на финансови средства за дигитално оборудване на училищата и обединяването им в т.нар. „свързана класна стая”, която включва прогимназиални, гимназиални и професионални училища в 31 държави (28 от ЕС+ Исландия, Норвегия и Турция). Изследването е под формата на интервюта с училищни ръководители, класни ръководители, ученици и родители. Провеждането на подобни изследвания е важно, защото допринася проследяване на технологичното развитие в образователните институции и тяхното бъдеще ([https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area/digital-education-action-plan-action-9-studies-on-ict-in-education\\_en](https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/european-education-area/digital-education-action-plan-action-9-studies-on-ict-in-education_en)).

Развитието на **Изкуствен интелект и анализи** е друга важна стъпка за подобряване на образованието. Това действие е свързано с развитието на дигиталните умения в бъдеще, както и подобряване и оптимизиране на учебния процес. Затова е необходимо комбиниране на данни и стартиране на различни пилотни проекти, развиване на образователната политика и прогнози, отчитане на дефицити в обучението, онлайн кандидатстване за работни места, подкрепа на образователните системи в Европа и у нас.

С оглед анализа на получените данни от различни изследвания се цели създаване на единен цифров пазар за Европа, включващ хранилище на данни за бъдещи компетентности, умения и учебни дейности ([https://ec.europa.eu/education/digital-education-action-plan-action-10-artificial-intelligence-and-analytics\\_en](https://ec.europa.eu/education/digital-education-action-plan-action-10-artificial-intelligence-and-analytics_en)). Друго следствие е въвеждане на по-строги правила за киберсигурност, което е следствие от опасенията за етичните, правните и социално-икономически последици от използването на изкуствен интелект, какъвто е интернет.

В Плана за развитие на дигитализацията е предвидена и стъпката: **Стратегическа прогноза**, която предполага публикуване на политики за въздействието и ефектите на цифровите технологии в основното, средното и висшето образование. В съвременния свят, който непрекъснато се променя и усъвършенства образователните институции са поставени в условия на постоянно предизвикателство и модернизиране на своята база, учебен процес и подготовка на учители.

Мерките, които се взимат от страна на Европейския съюз показват насоката, в която вървят държавите-членки. С общи усилия те се опитват да улеснят, да оптимизират и развият технологично процеса на обучение.

Друга дигитална инициатива на европейско ниво представлява **Европейската онлайн платформа за училищно образование** (School Education Gateway), която е създадена с цел поддържане на единна отправна точка за учителите, училищните ръководители, експертите и други специалисти в областта на училищното образование. Този сайт включва множество тематични страници в областта на училищното образование като: основни умения, образование и грижи в ранна детска възраст; езиково обучение; гражданство; приобщаващо образование и справяне с преждевременно напускане на училище, учители и училищни ръководители; компетенции в областта на културата и на творческите изяви; личностно развитие и благополучие; обучение по предприемачество. Включени са онлайн курсове, курсове на място и ресурси като публикации, ръководства и учебни материали; с помощта на които да се информират преподавателите и да подобряват своята педагогическа практика.<sup>7</sup>

Общността на училищата в Европа **eTwinning** предлага платформа за педагози (учители, главни учители, библиотекари и др.), които работят в училище или детска градина в една от европейските страни и са се включили, за да си общуват, сътрудничат и развиват общи проекти, за да се чувстват и да бъдат част от най-възбуждащата учебна общност в Европа. Към тази общност само от България са присъединени (до 2018г) 779 учители, 2498 училища и 5071 проекти. В eTwinning се насърчава училищното сътрудничество в Европа посредством Информационни и комуникационни технологии (ИКТ), като осигурява подкрепа, инструменти и услуги на училищата. Тази общност също така предлага възможности за безплатно и непрекъснато онлайн професионално развитие за преподаватели. Включени са обучителни събития, онлайн семинари, онлайн курсове, работилница за професионално развитие, тематични конференции, годишни конференции и др.

eTwinning включва дейности, базирани на информационни технологии и Интернет. Той не е просто място за виртуално общуване и размяна на информация между учители от различни европейски страни, а и възможност за самообучение,

---

<sup>7</sup> [http://www.edutechjournal.org/wp-content/uploads/2018/08/1\\_2018\\_42-44.pdf](http://www.edutechjournal.org/wp-content/uploads/2018/08/1_2018_42-44.pdf)

експериментиране с нови методи на преподаване, обединява дейности, базирани на информационни технологии и Интернет.

В eTwinning:

- продължителността и сложността на задачите се съобразяват с възрастта на децата;
- за реализиране на задачите е необходимо създаване на личен план за работа;
- има личен контакт и общуване (<http://etwinning.hrdc.bg/wp-content/uploads/2018/03/12eTwinning.pdf>).

Ползата от работа по eTwinning за децата:

- Научават се да използват новите технологии за целенасочена дейност;
- Получават информация за живота и страните на своите връстници;
- Усвояват нови знания и придобиват умения по достъпен и забавен начин;
- Запознавайки се с деца от други страни и вероизповедания, се учат на толерантност.

eTwinning създава поле за обмяна на опит между учители с различна европейска практика, в неформална среда и обстановка. Особено ценни са свободата, творческото начало, равнопоставеността на учители и ученици. Приоритет са високотехнологичните умения, защото са в основата на дейностите и комуникацията.

eTwinning е поле за неограничена творческа изява на учениците. Екипното, а не индивидуалното начало е доминиращо и ръководи участниците в техните отношения. Партньорствата прерастват в приятелства във Facebook и други социални мрежи, и така надхвърлят своя замисъл. Самоувереността и себеуважението на учениците се задълбочава, често те получават признание за работата си от класния ръководител или от ръководството на училището.

В рамките на ЕК се следи дигитализацията и нивото, до което са усвоени цифрови умения в държавите-членки; дава се информация за предходните години за всички страни, като отразява промените в избора на индикатори и съответно тяхното коригиране.

Представените политически действия са ориентирани към по-задълбоченото разбиране на дигитализацията, както и равнището на дигитални умения и компетенции при различните възрастови групи и индивиди, преодоляване на затрудненията при тях и разработване на нови образователни мерки и инициативи. В този смисъл европейските образователни политики за дигитализация са насочени към създаване на Европейското образователно пространство, справяне с различни предизвикателства, като дефицит на

умения и технологично развитие, застаряване на обществото, диспропорции в икономическото развитие на области и региони.

## **6. Национални политики за дигитализация**

Основно предизвикателство пред България като държава-членка е свързано с ниското ниво на цифрови умения сред гражданите, а и сред младите хора, а това е съпътствано от ниската интеграция на дигиталните технологии от бизнеса.

Ниското ниво на цифрови умения, в съчетание с недостигът на ИКТ специалисти и недостатъчното инвестиране в дигитални инфраструктури може да са сред причините, поради което процесът на дигитализация в България е бавен както в публичния, така и в частния сектор.

В доклада на ЕК за нивото на дигитализация, частта за България (доклад DESI) е структурирана в пет глави:

1. Свързване: отнася се до създаване на фиксирана широколентова, мобилна широколентова връзка и цени.
2. Човешки капитал: засяга използването на интернет, формирането на основни и усъвършенствани цифрови умения.
3. Използване на интернет услуги: отнася се до степента на използване на интернет за комуникация, онлайн сделки и създаване на съдържание.
4. Интеграция на цифровите технологии: засяга дигитализирането на бизнеса и електронната търговия.
5. Цифрови обществени услуги: свързва се с електронното управление и електронно здравеопазване.

България е на 26-о място от 28-те държави-членки на ЕС. Като цяло тя се запазва в класацията от миналата година, с някои леки подобрения в резултата. В сравнение с 2018г. нашата страна е постигнала напредък в свързаността и наличието на цифрови услуги. По-специално цифровите публични услуги са се подобрили, което е довело до увеличен брой потребители.

България е на 25-о място по *измерение на свързаността* според доклада. Общият обхват на фиксираните широколентови мрежи остава непроменен на 95% от домакинствата, малко под средното за ЕС (97%). На 4G покритие нашата страна изостава от средното за ЕС (91%) само със 72%.

Важна особеност при поемане на фиксирана широколентова връзка е и цената на абонамента за осигуряване на тази връзка. В България цената на електронните услуги и



интернет/ширококолентова връзка е доста по-висока от цената, на която тази услуга се предлага в държавите от ЕС. Това се комбинира с други причини като различни социални интереси, предпочитанията на потребители за излъчване на продукти, относително ниски нива на цифрови умения и застаряващо население в някои отдалечени райони.

В съответствие с Програмата за цифрови технологии за Европа, още през 2014г. България създава Стратегия за ширококолентова връзка. Въпреки това са необходими допълнителни мерки за увеличаване на интереса на клиентите, за да намалее цифровото разделение е нужно да се намалят и разходите за внедряване на технологии, а това е почти невъзможно с оглед на икономическата, финансова и демографска криза, в която се намира нашата страна. Мерките за приспадане на данъци са недостатъчни, за да насърчат по-голямата част от домакинствата да поемат по-висока скорост на връзката. От голямо значение е и комбинирането на частно финансиране с европейско, тоест - нужно е да се увеличат европейските субсидии в тази област.

*В измерението на човешкия капитал* България напредва бавно. Общото ниво на дигитални умения са сред най-ниските в ЕС и са много разнообразни сред различните социално-икономически групи. Въпреки нарастването на броя на хората с основни цифрови умения от 26% през 2017 г. до 29% през 2018г., страната ни остава сред най-слабо представящите се страни през ЕС. Това е свързано и с ниския брой хора, които използват интернет, което представлява 62% от всички 16-74 годишни.

През 2014г. е разработена Стратегия за електронни умения, която да определи начини за модернизиране на образователната система, да подобри достъпа до качествено образование и да увеличи използването на информационни технологии в неформалното образование. По-конкретни мерки са определени в Плана за Изпълнение на Стратегията 2015-2017г. От 2015г правителствен акт регулира ИТ обучение в училищата. Първите обучения са проведени в първи и пети клас през 2016-2017г, продължават в седми клас през 2017-2018г, а в бъдеще целта е да бъдат разширени в следващите години.

Реформата в системата на висшето образование е насочена към повишаване на ефективността и актуализиране на пазара на труда. Определен е списък с 32 приоритетни професионални области, които дават приоритет на финансирането в публичните университети. Включват се области, свързани с науката, технологиите, инженерството и математиката (STEM), по-специално ИКТ и математика.

Ако погледнем статистическите данни броят на завършилите STEM леко е намалял в сравнение с 2017г., но това все още остава положителен елемент в сравнение с другите измерения на индекса на човешкия капитал.

Българският цифров национален алианс продължава да изпълнява няколко дейности, насочени към повишаване на дигиталните умения. Дейностите се отнасят до различни сегменти на населението, например малки деца, момичета или възрастни хора и се провеждат в партньорство с частния сектор, доставчиците на образование и международните заинтересовани страни.

Данните показват, че в България хората са активни потребители по отношение на *телефонни разговори, сърфиране в интернет или видео разговори*. Също така в страната *използването на социалните мрежи също е сред най-високите в ЕС*. Въпреки това, те далеч не използват пълния потенциал на електронната търговия. През 2017г. делът на интернет потребителите в България, които поръчват стоки или услуги чрез интернет през предходните 12 месеца е бил най-ниският в ЕС- с 27%, а средно за съюза е 68%. Броят на хората, ползващи онлайн банкиране, също е малък- само 9%от всички потребители на интернет.

В съвременността всички аспекти и сфери на обществения живот са повлияни от навлезлите нови технологии. Информационните технологии са застъпени масово и лавинообразно и в обучението, възпитанието, в цялото ежедневие на децата и младежите в световен мащаб. Това променя изцяло изискванията и съответно очакванията към младежите във всички образователни форми.

„Интегрирането на Интернет и новите технологии в образованието се превръща в мощен инструмент за промяна на много от образователните практики, насърчаващи развитието на критическото мислене, интелектуално-творческия потенциал на всеки човек. Целта е всеки европеец да стане дигитален, а това неизбежно включва образованието и обучението” (Пейчева, 2017:108).

Този факт, в комбинация с огромния информационен растеж създава благоприятна среда за обучение, образование и личностно обогатяване. В почти всички високоразвити страни са приети специални програми за организирано внедряване на компютърната техника в средното образование. Те включват:

- целеви инвестиции за закупуване на микрокомпютри и обзавеждане на учебни кабинети в средните училища;
- организирана подготовка на учители за работа с микрокомпютърна техника;

- написване и издаване на учебници и учебни помагала както за учители и ученици, така и за общо ползване;
- финансиране на създаването на компютърни програми за учебни цели;
- организиране на факултативни или редовни занятия по информатика („Основи на информатиката с електронноизчислителна техника”, „Компютърна наука”, „Компютърна култура” и т.н.);
- организиране на регионални, национални и международни научни форуми за обмен на опит и дискусии по проблемите, свързани с внедряването и използването на компютърната техника в образованието. (Павлов, 1988:12)

Дигитализирането, т.е. използването на компютри и информационни технологии обхваща цялата система на образованието: от детските градини, през висшето образование и дори следдипломната квалификация. Обучението в дигитални умения е най-ефективен в пубертета и след него, когато учениците са достигнали определено ниво, в което лесно усвояват нови умения, придобиват базови знания, отворени са към иновации и са мислещи млади хора.

Идеята за придобиването на дигитални умения е намерила място и в позицията на просветния министър Красимир Вълчев: „Образованието и дигиталните технологии са двете основни неща, които ще формират кода на нашето общество в бъдеще” (4 май 2017г). Според Вълчев иновациите в училищата трябва да бъдат насърчавани, но рецептата не е тоталната дигитализация. По-важно е учениците да имат дигитална образователна култура, която да използват в процеса на обучение. („Образованието през 21 век - инвестиция в обучение на учители и дигитализация”, интернет статия). Министерство на образованието и науката полага усилия, за да бъде в помощ на училищата и университетите с цел да се интегрират информационните технологии в процеса на обучение. През 2018г МОН стартира проект за дигитализация, финансиран от Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж”. Проектът е представен на конференцията „Educate to create: от дигитални ползватели към дигитални създатели” (<https://www.manager.bg/politika/zapochva-golyam-proekt-za-digitalizaciya-v-obrazovaniето>). Проектът е насочен към създаване на достъпно електронно съдържание, за обучение по компютърно моделиране и програмиране от най-ранна възраст, както и за обучение на учителите.

Първата дейност е за създаване на отворено образователно съдържание, като учителите и учениците създават образователни ресурси, които да могат да се ползват от всички. Приоритет е „разширяване” на обучението по информатика, по програмиране и

по компютърно моделиране, като се въвежда задължителен учебен предмет „Компютърно моделиране”. Предвижда се да се изучава в трети и четвърти клас, а в пети клас се предвижда „Информатика”, която се изучава до 11-и и/или 12-и клас, според профила на училището. В края на проекта се очаква предлагане на предложения за промени в учебните програми, които да включват базови умения за компютърно моделиране още от първи клас.

Проектът, зад който стои образователния министър К.Вълчев има положителен старт, още в самото начало са се записали около 1200 ученици, а прогнозите са броят им да нарасне до 5000. (<https://www.manager.bg/politika/zapochva-golyam-proekt-za-digitalizaciya-v-obrazovaniето> „Започва голям проект за дигитализация в образованието”).

Дигиталните технологии имат голям потенциал да разширят обхвата и да подобрят качеството на образованието, но това, което не е наред в образованието, не може да бъде поправено само чрез технология. За да се подобри ученето на децата, дигиталните инструменти трябва да бъдат подкрепени с ерудирани учители, мотивирани ученици и солидна педагогическа визия и подход.

Дигиталната икономика отваря нови пазари и създава възможности за работа, включително за млади хора без специални умения. Младежите са изправени пред предизвикателството да са дигитално грамотни, защото това ще им даде предимство в личностното развитие, ще ги образова и подготви за живота извън училище. Въпреки че са родени в дигиталната епоха и използват интернет от ранна възраст, повече от всяко предишно поколение, днешните български младежи имат все по-голяма нужда да развият медийно-дигиталната си грамотност, така че успешно да се справят с рисковете и да се възползват от възможностите на интернет. Отправят се препоръки към частния и публичния сектор, МОН, училищата и родителите, така че децата ефективно да бъдат подкрепяни в тази дейност.

Освен достъпни, разнообразни и разпръснати форми за разпространение на знания, ефективното участие в мрежовата среда изисква разширяване на фокуса върху критичната грамотност, за да включва търсене на информация, навигация, сортиране, оценяване на значението, на източниците, съдейки за надеждността и идентифицирайки предпочитания. Ефективната работа и обучение в информационната среда изисква изграждане на нови способности и умения, каквито са дигитални умения и дигитална грамотност, които са предпоставка за достъп и използване на различни дигитални източници на информация, за тяхното комбиниране, структуриране и създаване на ново

съдържание, с оглед решаване на конкретни задачи и потребности (Milenkova, Peicheva, Marinov, 2018).

Образованието в своята двойна роля, както социална, така и икономическа, трябва да играе ключова роля, за да гарантира, че европейските граждани ще придобият ключовите компетенции, необходими за гъвкавото им адаптиране към тези промени. По-специално, въз основа на различни индивидуални компетенции, различните нужди на учащите трябва да бъдат изпълнени чрез осигуряване на равенство и достъп за онези групи, които поради недостатъци в образованието, причинени от лични, социални, културни или икономически обстоятелства, се нуждаят от специална подкрепа, за да изпълнят образователния си потенциал. Примери за такива групи включват хора с ниски основни умения, по-специално ниска грамотност, преждевременно напускащи училище, дългосрочно безработни и тези, които се връщат на работа след продължителен отпуск и др.

## **7. Практически подходи за прилагане на дигитализацията в образованието**

Електронното обучение се определя като „използване на новите мултимедийни технологии и на Интернет, за да се подобри качеството на обучение чрез улесняване на достъпа до ресурси и услуги, както и отдалечен обмен и сътрудничество”. Технологично поддържаното обучение (е-обучение) помага да се отговори на необходимостта от адаптиране на системите на образование и обучение към новите изисквания на европейското общество за знанието „като лост за промяна и като възможност за повишено качество, удобство, разнообразие и ефективност”. („Информационната грамотност-ключов фактор за ефективно обучение”-електронна статия [http://www.su-varna.org/Humanitarni-1-011/124\\_129.pdf](http://www.su-varna.org/Humanitarni-1-011/124_129.pdf) ).

Иван Господинов - учител на „Заедно в час”, председател на Сдружение „Образование без граници”, представя различни дигитални инструменти и платформи, които да са в помощ на българското училище, за да улесни процеса на преподаване и работата на учителя.

Малко хора осъзнават колко времеемко е използването на технологии в сегашното ежедневие на учителя. Истината е, че много от методите на преподаване с технологии могат да се случват и със собствените домашни или мобилни устройства на учениците. Друго важно е, че тези педагогически практики са до една тествани в българския контекст на училища из цяла България и работят тук, и сега. От

съществена важност е преценката на учителя- как един инструмент или платформа ще са полезни в неговите часове(<https://teacher.bg/%D0%B4%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B8%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8-%D0%B8-%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D1%82%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B8-%D0%B7%D0%B0/>).

В помощ при изграждане на дигиталната грамотност се явява платформата „***Khan Academy***”. На нея има над 8000 видео урока по изучавани в училище предмети, но и много общообразователни модули като история на изкуството, здравеопазване, финансова грамотност и др. Тя е напълно безплатна и се превежда на български език. На този етап платформата служи, за да се правят междупредметни връзки между обучението по английски език и останалите учебни предмети.

Най-развита е платформата в частта с математиката, която позволява на базата на над 100 хил. упражнения учениците да покажат владеене на множество умения. Най-ценното в нея е, че тя обработва огромни бази данни за всеки индивидуален ученик и подкрепя учебния процес в помощни видео уроци. Един учител може да създаде дигитален клас, в който да наблюдава напредъка на всеки един ученик и да общува с родителите. Платформи като горепосочената преобразуват образователния процес към използването на повече данни и позволяват дистанционни форми на обучение като например популярната вече и в България методика на Обърната класна стая. „Khan Academy” се използва месечно от над 15 милиона потребителя от цял свят. Платформи като тази, които предлагат свободно достъпно образование и инструменти за учителите са бъдещето на образованието (<https://teacher.bg/%D0%B4%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B8-%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8-%D0%B8-%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D1%82%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B8-%D0%B7%D0%B0/>).

### **Classdojo**

За учениците от първи до пети клас Classdojo е удобен начин да онагледят очакванията към тях. Тази платформа служи за управлението на класа в реално време. Родителите заедно с учениците задават всички правила на учебния процес и определят колко точки носи или отнема определен тип поведение. Когато имат ясно разписани

правила и последствия в класната стая, децата много по-лесно се адаптират към тях, защото могат да видят как тяхното поведение се измерва в точки и става ясно какъв тип поведение се очаква от тях, за да участват пълноценно в обучителния процес.

Всяко дете получава свой собствен аватар, който показва в реално време колко точки и за какво са били получени или отнети. Тези данни могат да отиват и директно при родителя, ако са убедени, че има смисъл да отделят време да се регистрират. В самата система може също да изпращат и получават съобщения от родителя. Не е нужно децата да имат каквато и да е било технология пред тях, достатъчно е родителите да притежават устройство като смартфон или таблет, за да могат в реално време да дават и отнемат точки. На края на часа ще получат обзор на поведението на целия клас и това ще бъде добра информация, с която могат да водят сериозните разговори за дисциплината.

### **Office Word**

Word може да бъде много ефективен инструмент, ако се използва за повече от простото писане на текст. Силната страна на Word е, че може да служи за много прецизна обратна връзка за писмени работи. Първо: ако учениците имат OneDrive и си запазват писмените работи в него, могат да изпращат тези работи на учителя, или да ги пишат в реално време, заедно с други съученици всеки от собственият си компютър вкъщи като групов проект. От своя страна, учителите и други ученици могат да избират изречение или цял абзац и да публикуват коментари към тях. Така се осъществява обратна връзка за конкретна дума или изречение, разменят се работите на ученици, с цел коментари в текста и обратна връзка. Това помага на учениците да вникнат в процеса на писане на писмена работа и да не използват Word само за писането, но и за анализиране и подобряване на собствения и чуждия труд (<https://teacher.bg/%D0%B4%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B8-%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8-%D0%B8-%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D1%82%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B8-%D0%B7%D0%B0/>).

### **OneNote**

OneNote е изключително пренебрегнат и непознат инструмент на Microsoft за българското училище, но всъщност е доста удобен и ефективен. One Note е най-доброто решение за програма, която да замести тетрадката на учениците. Този инструмент подпомага личното организиране и планиране на уроци. Освен че може да се пише,

чертае, прикачва видео, да се записва звук, да се прилагат цели документи, в OneNote може да се споделят всички материали с един обикновен линк. OneNote е перфектният дигитален дневник, в който да се събира всичко.

Всъщност огромното преимущество на технологиите е, че изменят критериите за учителски професионализъм като акцентират изключително на събирането, обработката, онагледяването на данни и даването на обратна връзка. Тъй като всеки клас и всяко дете имат различни нужни, няма универсална методика за работа с данни. От друга страна използването на дигитални инструменти винаги развива директно или индиректно дигиталните умения на учениците. (<https://teacher.bg/%D0%B4%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B8-%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8-%D0%B8-%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D1%82%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B8-%D0%B7%D0%B0/>).

В последните години това провокира училищата да правят тестове, които да оценяват нивото на дигиталните умения, да се видят къде са пропуските в обучението и варианти за тяхното отстраняване. Разработват се учебни планове за дигитално обучение още в ранна детска възраст, защото децата вече използват технологиите още в детската градина и вкъщи.

В хода на историята се доказва, че фактор за успеха на един човек е образованието в училище. На база на обучението той гради себе си като личност, добива обща култура, умение да се справя със заобикалящия го свят. Този процес се усложнява все повече, защото към големият набор от умения вече се добавя и умението за работа с компютър и информационни технологии. Дигиталната грамотност, предмет на анализ в много учебници, книги, е ключова за интелектуалното личностно усъвършенстване, което е индивидуално за всеки човек.

## **8. Препятствия пред навлизането на технологиите в образованието**

Дигитализацията се отчита като важна и необходима за обществото, респективно в образованието, но тя се сблъсква с редица предизвикателства.

Сериозен проблем са остарелите преподавателски методи, тъй като израсналите в дигитален свят деца имат съвсем различни навици на възприемане на информация. Често учителите сравняват собствената си учебна култура от ученическите им години с тази на сегашните ученици и заключават, че на новите поколения им липсват внимание, интерес, амбиция, постоянство и др. Хората са различни, информацията е различна,



навиците – също; затова образователната система трябва да стане по-гъвкава. Практики като заучаване, писане на план и безропотно слушане в час не се подобряват с технологии; нито резултатите от изпити, които разчитат на подобни практики. Затова използването на дигитални технологии идва обикновено с педагогическите методи на т.нар. конструктивистка теория; според която ученикът не просто възприема познанието, а сам го създава и го свързва с личния опит, за да го научи. (<https://ec.europa.eu/epale/bg/node/25320>).

Учебникът е антипод на интернет. Информацията, която се съдържа в учебниците ограничава критичното мислене единствено в рамките на страниците му. Така в процеса на преподаване - учителите се ограничават до информацията, написана в тях. Липсва гъвкаво преподавателско мислене и свобода в процеса на обучение, защото цялата такава дейност е обвързана със стандартизирани изпити и контрол от Министерство на образованието.

Обособяват се две напълно противоположни тенденции, обясняващи дигитализирането и усвояването на технологиите (дигиталната грамотност).

Първата приема технологиите като неизменна даденост. Оттук следва, че образованието трябва да се преустройва в зависимост от техните възможности. Използваната сега компютърна техника е създадена за общо предназначение. Възможностите на лаптопа, особено без съответните периферни устройства, твърде съществено се отличават от потребностите на учебно-възпитателния процес. За педагогически компетентния специалист не е трудно да проследи последиците от това противоречие и да направи извод може ли да се приеме за правилен подобен подход.

Втората тенденция се съобразява със специфичните изисквания на образованието и се стреми да приспособи компютърната техника към тях. Например, в Англия, Франция, Унгария и др. се разработват и произвеждат компютри специално за учебни цели. Техническата характеристика, като се започне от клавиатурата и се стигне до обема на паметта, може да бъде съобразена с възрастовите особености на учениците, с характера на учебното съдържание и с много други педагогически изисквания.

Двете тенденции потвърждават необходимостта в дигитализирано общество като нашето - компютърната техника да е по-адаптирана към учебно-възпитателния процес.

Сериозно предизвикателство на дигитализацията са неравенствата провокирани от нея. Традиционните неравенства: етнос, доходи, произход се възпроизвеждат в дигиталната среда. Учениците имат нееднакви нива на възможност за развитие на дигитални

умения. Децата от по-богати семейства имат повече възможности да ползват новите технологии. Проблем възниква с останалата част от децата и младежите, които израстват в бедни семейства, нямащи възможност да осигурят последен модел компютър, таблет или модерен телефон.

В тази връзка може да се посочи предложението на Коалиция за медийна грамотност, която през 2017г. изразява становище във връзка с идеята на правителството за покупка на 400 хиляди дигитални устройства за ученици от социално слаби семейства с мотива да не изостават в развитието и образованието си, спрямо връстниците си. Това е безспорен пробив за социално слабите; поне в известна степен ще се минимизира разликата между децата и шансът да усвояват дигитални умения и компетенции, за да се развиват образователно, а по-късно и професионално.

Сериозно затруднение е, че българското образование всекидневно се изправя пред постоянно възникващи различни проблеми, но безспорно най-дълбокият проблем е как да се осигурят възможности на децата, за да се образуват пълноценно, а в частност да станат и дигитално компетентни. България от години изостава и на икономическо, и на образователно ниво, а това създава предпоставки за проблеми и затруднения и при младежите, които завършват средно или висше образование. Това е така, защото в много аспекти българското образование не съответства на европейското, или образованието по света.

Българските деца са изправени пред тежката задача да усвоят дигитални компетенции и умения, да се дефинират като дигитално грамотни, за да се класират за работно място например в Германия или Англия. Младежите, които завършват в последните години предпочитат да се реализират професионално извън България, поради ниското заплащане тук, или защото са недооценени, тоест, според българските работодатели- прекалено квалифицирани и компетентни кадри заемат ниски позиции, защото не могат да им се предложат такива, които да отговарят на очакванията им.

Друго препятствие свързано с дигитализацията е обстоятелството, че ползвайки интернет, учениците и студентите губят способност да мислят самостоятелно и критично, и да създават авторски текстове и разработки.

Училищата правят всичко възможно да оgramотят учениците технологично, да ги научат на всичко, което е заложено в учебната програма. Фокусът на обществото пада върху тях, т.е. изискванията са големи и за двете страни. Ако се замислим обаче, осъзнаваме, че в извънучебно време, тоест вкъщи или навън с приятели- децата и

младежите са постоянно онлайн. Телефонът или таблетът изместват игрите и разговорите.

Въпреки че приоритет в образованието е дигитализацията - технологизирането на учебния процес вече е изключително необходимо и неизбежно- редно е да обърнем внимание и на времето, което децата и младежите прекарват извън училище. Предизвикателство е, защото децата използват социалните мрежи, в тяхното ежедневие, когато не са на училище- трайно присъстват Фейсбук, Туитър и др. Това създава трудности при изпълняване на поставените задачи за домашно, тъй като все повече преподаватели изискват това да става на компютъра. Има редица проведени такива изследвания в подкрепа на това твърдение.

Трудност, когато трябва да се усвоява нещо ново, да се прави домашно задание, дори да се чете нещо на компютър е липсата на интернет.

Много домакинства в България се сблъскват ежедневно с този проблем и търсят решение как детето да не изостава в развитието си, или в ученето от другите деца.

По данни на НСИ от направени изследвания в периода 2006-2017г. няколко са основните причини семействата да се сбоят с компютър и интернет, за да може детето да не изостава в технологичното си развитие:

- оборудването е твърде скъпо: до 2017г този отговор е посочен от 9.0 % от анкетираните лица.

- разходите за достъп са твърде високи (телефон, абонамент и др.) - според 7.2% от анкетираните.

- има опасения относно поверителността или сигурността (напр. за предоставяне на лични данни в интернет или вирусни атаки) – според 0.3%

- не се предлага интернет (широколентов интернет) в района, в който живеят – казват 2.3% от изследваните лица (<http://www.nsi.bg/bg/content/2812/%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%87%D0%B8%D0%BD%D0%B8-%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B8-%D0%BA%D0%BE%D0%B8%D1%82%D0%BE-%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D0%BD%D1%8F%D0%BC%D0%B0%D1%82-%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8A%D0%BF-%D0%B4%D0%BE-%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82>).

Относителният дял тук е изчислен на база генерална съвкупност на населението между 16 и 74 години. Размерът на извадката всяка година е около 5000 домакинства, избрани на случаен принцип.

Финансовата ограниченост също е силен фактор, който влияе върху нагласите на потребителите да ползват интернет или не. Цената на оборудването, което е

необходимо за осигуряване на достъп до мрежата, както и високата цена на достъпа или цената за свързване са причини за липса на достъп до интернет.

Посочено в много изследвания е, че децата и младежите използват компютъра, Мрежата, или Интернет за споделяне на файлове или музика, включително и в социалните мрежи. Наблюдава се и тенденция, при която младежи създават уеб-страници с любителско съдържание. Интернет се използва от учениците и младите хора за комуникация, търсене на разнообразна информация, политическо участие. Това е предизвикателство през дигитализацията, пред обучението им по електронни технологии в училище, защото използването на интернет изисква минимални познания, а по този начин не могат да усвоят важните знания и умения, които ще им трябват, когато вече излязат на пазара на труда. Там печели по-силният, тоест този, който има по-висока квалификация и повече умения, а те се придобиват в училище.

Информацията, която търсят в интернет е разнообразна, на различни теми, но в повечето случаи няма никакъв принос в обучението на децата и младежите в училищата.

В последно време нараства тенденцията различни събития да се превръщат в обществено-значими тогава, когато вниманието към тях бъде насочено чрез генериране на обществена енергия и развитие на активна гражданска позиция, използвайки различни технологични инструменти (сайтове, блогове, чат-платформи, сайтове за свързване в социалните мрежи и др.). Интернет вече е инструмент за информационно влияние, а дигиталната компетентност е властта, чрез която се променя виртуалното пространство ([http://ppm.swu.bg/media/47423/hristova\\_marieta.pdf](http://ppm.swu.bg/media/47423/hristova_marieta.pdf)).

## **9. Медийна социализация в условията на социални трансформации**

В условията на дигитализация индивидите всекидневно взаимодействат с различни социални медии. В рамките на това взаимодействие се постига процес на двустранна интеракция: от една страна медиите въздействат – информират, възпитават, образоват, проблематизират; а от друга страна, индивидите внасят своя отпечатък върху социалните медии, посредством посланията които създават и постват. Медийната социализация става значим елемент на изследователски интерес с развитието на информационните технологии – в последните десетилетия на 20 век и показва значението на медиите като фактор на обучение, възпитание и образование.

Фокусът е върху представянето на медийната социализация като важен фактор за социално участие и формиране на гражданско общество, защото инициира различните мрежи и контакти, в които участват индивидите и които влияят на техните постижения, резултати и мобилност.

В същото време, образованието е много важно, защото то допринася за независимото критично възприемане и оценка на обществото и на самите медийни съдържания и медии, стимулира компетентното общуване между хората, които правят информиран избор. В образователните институции се събират деца на различна възраст, с различен социален произход и възможности, с различни ценности и семейно влияние, и образованието става среда, в която медиите и особено дигиталните медии стават основа на обучителния процес и релации. В този смисъл образованието е свързващото звено между медийната социализация и формирането на култура, свързана с дигиталните продукти и услуги, разпространявани чрез глобалната мрежа, както и изграждане на социален опит и знания в по-широк смисъл. Така може да се каже, че зависимост от своята структурираност, организация и насоченост; зависимост от своите модели на обучение и възпитание, образованието е предпоставка на индивидуалния и обществения просперитет, в който голямо значение има медийната социализация. Просперитета в известна степен зависи от наличието на възможности и ниши, за които информация се получава от сайтове и мрежи и които улесняват индивидуалната мобилност и развитие.

### **Медийна социализация – концептуална рамка**

*Социализацията* е процесът, при който човешката личност възприема и интериоризира през своя живот социо-културните елементи на средата, интегрира ги към структурата на своята личност под влияние на опита и значимите други и се адаптира към социалното обкръжение, в което живее. Социализацията трябва да се възприема като един процес, който се разпростира върху целия живот на човека.

Формирането на социалната природа на индивида означава придобиване на опит и знания, адаптация към образците и моделите, включване в обществените отношения, усвояване на системата от ценности и норми (Durkheim, 1968: 30).

В теорията на Парсънс социализацията е процесът на асимилиране и интернализиране на ролевите полета от социалното обкръжение (Parsons and Bales, 1955). По време на социализацията актьорът абсорбира стъпка по стъпка експлицитните и поведенчески

стандарти на социалната система, докато те станат интернализирани цели и Аз-ефективни мотивиращи сили за действие и формират личностната система. Всяка личност се движи в нарастващо по-сложни ролеви структури и трябва да взаимодейства с реципрочните очаквания в различните отношения, които се променят в отделните фази на индивидуалния живот (Фотев, 2002).

Наред с усвояването на социален опит, осъществявано като въздействие на средата се създават предпоставките за включването на индивида в обществените отношения. Според Бъргър и Лукман (Berger and Luckman. 1991) социализацията е процес на всеобхватно и последователно въвеждане на индивида в обективния свят на дадено общество или част от него. Всеки индивид се ражда в обективна социална структура, в рамките на която той се сблъсква със значимите други, отговорни за неговата социализация. Значимите други опосредяващи за него социалния свят, модифицират този свят в процеса на социализацията.

Агенти на социализация са: семейството, образованието, приятелските общности, професионалната среда, медиите.

**Медийната социализация** е процесът на усвояване на медийно съдържание, което активира познавателни процеси и става основа за нови знания, умения, нагласи, критичност. В медийната социализация участват всички медии, които имат различна степен на участие в развитието на индивидите.

Медиите са специфична система за събиране, създаване, предаване и възприемане на социална информация, насочена към обществото и неговото развитие. Чрез информацията индивидите осмислят заобикалящия ги свят, вникват в същността на нещата и явленията, развиват ценностната си система и установяват позицията си в обществото. Светът днес е много сложен и разнообразен и медиите са посредник, който помага за опознаване на заобикалящата действителност. В този смисъл медиите са регулатори на обществени отношения, те могат да влияят на социални общности, въздействайки върху личностните нагласи и поведение и имат голям принос за социализационния процес.

Социалните Медии като Facebook, Twitter, Instagram, etc. отварят индивида към различни култури, представят различни норми и въвеждат често пъти един различен свят чрез виртуални срещи с хора. Така медиите помагат да се научават много неща, които се случват на различни места и дават информация за последните събития почти

мигновено. Социалните сайтове позволяват да се контактува с хора, които човек не е виждал и му помагат да бъде активен.

Хората постоянно са заобиколени от медиите, които имат властта да диктуват информираността ни за това какво се случва в света, както и как да общуваме помежду си. Медиите свързват хората с различни социални институции. Освен това, по-голямата част от информацията, която хората имат се основава на това, което виждат и четат в медиите, а не на личния опит. Младите хора искат да бъдат възприемани напредничаво от обществото, и медиите създават идеалния образ, който представя какви качества трябва да има индивидът, за да бъде подходящ за референтната среда.

Има още една важна страна в социализационното действие на медиите; това е посредничеството, което те осъществяват за предаване на ценности, вярвания и норми, част от общностната и личностната среда и култура; но освен това, самите медии създават ценности и субкултури, продуцират нови модели за подражание и мотивират младите хора да ги следват и вярват в дадени каузи. По този начин медиите имат голямо въздействие, защото служат за трибуна на важни за младежите лица и идеи (Greenfield, P., & Yan, Z. (2006). Children, adolescents, and the Internet: A new field of inquiry in developmental psychology. *Developmental Psychology*, 42 (3), 391-394).

Като цяло, въздействията на медиите са променливи величини и те са обусловени от множество фактори. На пръв поглед въздействието зависи от съдържанието на медийните послания, от навиците на публиката, нейната образованост, подготвеност, зрялост и емоционално състояние. В този смисъл медиите се диференцират според публиките. Въздействието в широк смисъл обхваща процесите на поведение и преживявания на индивида в полето на масовата комуникация.

Не всяко въздействие води до промяна в поведението. Влиянието на медиите поражда явления, които заслужават по-сериозен анализ, особено, когато се отнася за въздействие върху индивида и най-вече как той участва в този процес, като в същото време може да се разглежда и като медиен продукт. Масовите комуникации наред с другите фактори, като семейство, училище, връстници, участват в „първичната социализация”, която обхваща периода на детството и юношеството, но медиите участват във формирането на социално съзнание през целия живот на индивида. Разбирайки социализацията на личността посредством медиите като процес, чрез който се постига усвояване на ценности, норми, нагласи на индивида, както и на неговите

интереси, цели, информираност; може да се каже, че медиите участват и във формирането на гражданско общество и социалната ангажираност на различните групи и общности.

**Медийната грамотност** е умение да се анализират и оценяват образите, звукът и посланията, които хората получават всекидневно чрез медиите. Медийната грамотност (Пейчева, 2014) е компетентност за разбиране на медиите, за анализ и оценка на тяхното съдържание, за работа с тях и за създаване на адекватно медийно послание. С.Ливингстън (Livingstone, 2004) разглежда медийната грамотност в модел от четири компонента - *достъп, анализ, оценяване и създаване* на медийно съдържание. Тези 4 компонента: създават базирания на способности подход към медийната грамотност. Всеки компонент поддържа другите като част от не-линеен, динамичен процес на научаване, което отваря възможността за новите употреби на социалните медии и за разширяване на достъпа.

В статията на С.Ливингстън се акцентира на:

- Историческите и културни аспекти на релацията: познание-медии-образование-образование.
- Обстоятелството, че използването на медиите е символичен и материален израз на знание, култура и ценности; на анализиране и управление на действителността.
- Темата за медийната грамотност, която се поставя в контекста на индивидуалното развитие.

Ливингстон отнася медийната грамотност до всички видове медии - печатни, електрони и базирани в интернет. В този смисъл медийната социализация предполага компетентности и знания към всички медии. Затова говорим за интернет грамотност, компютърна грамотност, информационна грамотност и те предполагат достъп, способности за анализ на съдържанията, оценка и създаване на нови съдържания в различните видове медии - печатни, електрони и базирани в интернет.

Медийната социализация представлява целенасочен процес, който в най-чист вид протича в образователна институционална среда, в която използването на информационните технологии е ключов елемент.



**II. Модул от лекции по дисциплината „Европейски политики“ в Магистърска програма „Социологически изследвания и политически маркетинг“ на тема „Дигитални политики“. Модулът включва 5 лекции. Автор: проф.дсн В.Миленкова**

**1. Медийно образование**

Появата на новите медии и социалните мрежи и тяхното масово използване, създаде качествено нова ситуация в човешката комуникация. Обществото започна да приема света, ръководейки се и от моделите, които са продукт на медийния свят. Това превърна медийната реалност от функционална в реална. С революцията на дигиталните технологии и тяхното използване в комуникационната парадигма се появява необходимост от нов тип знание. Новите информационни и комуникационни технологии не са вече само инструменти, които подпомагат или допълват образователното съдържание. Днес те са решаващи за включеност и участие в образователните процеси. Тази ситуация изведе на преден план и засили значението на медийното образование и медийната грамотност, като съществено прецени тяхната същност, роля и функция. Нараства нуждата от медийна грамотност с превръщането на медиите в ключов фактор за по-добро разбиране на процесите в обществото и пълноценното участие в демократичните и културните промени в него.

Медиите се превърнаха в среда и средство за усвояване на познание и това превърна медийната грамотност в основно право на всеки гражданин и стана залог за развитие и свобода.

Направлението “медиаобразование” започва да се формира в рамките на педагогическата наука в края на 60-те години на миналия век във Великобритания, Канада, Австралия, Франция, а по-късно в САЩ. Целта на новата дисциплина е да се помогне на учениците и студентите по-добре да се адаптират към света на медиакulturата, да усвоят езика на средствата за масова информация, да умеят да анализират медиатекстовете. За интензивното развитие на медиаобразованието помага експанзията на продуктите на американската масова медийна продукция, като много европейски педагози се посвещават на задачата да развиват критическото мислене на учениците, за да им помогнат да устоят на въздействието на американската масова култура.

През 1989 година Съветът на Европа, опирайки се на документите на ЮНЕСКО приема “Резолюция по медиаобразование и новите технологии”. В нея се казва:

“Медиаобразованието трябва да подготвя хората за живота в демократичното гражданско общество. Хората трябва да разбират структурата, механизмите и съдържанието на медиите. В частност хората трябва да развият способностите си за независимо критическо възприемане и оценка на съдържанието на медиите.

Като признава решаващата роля на опита на децата в сферата на медиите – телевизията, киното, радиото и др., медиаобразованието трябва да започва възможно най-рано и да продължава през всичките училищни години в качеството си на задължителен предмет, или поне свободно избираема подготовка.”

Според комисаря по Информационната сфера на ЕК - Вивиан Рединг : “Днес медийната грамотност е толкова важна за активното и пълноценно гражданство, колкото е била грамотността в началото на 19 век. Тя е важна също и за влизането в новия високоскоростен свят на съдържание, достъпно навсякъде и по всяко време”.

Способността за критическо възприемане на медийните послания, най-често е възприемана като основен елемент на медийната грамотност. За основна институция, която трябва да подготвя децата и младите хора да “мислят критически за това, което гледат, т.е. да разбират защо харесват или не определени програми или жанрове”, както и да анализират предпочитанията си от морална и интелектуална гледна точка се счита училището.

Сериозният анализ на общуването с медиите предполага наличие на своеобразната нова култура, родена от техническите нововъведения. Технологични, демографски и икономически сили повлияват формирането на тази нова култура.

Глобалната мрежа осигурява на съвременните деца достъп до дигитални продукти, услуги, електронни обучаващи системи. Именно заради това става изключително важно да се потърсят критерии и показатели, по които да се направи конкретна оценка при изграждането на онези медийни умения и навици сред децата, които да са съобразени с възрастовите и психологическите им особености и които да направят престоя им в дигиталното пространство конструктивен и да ги превърнат в медийно компетентни участници в онлайн общуването.

На 20. август 2009г. в Брюксел Европейската Комисия откроява 10 (десет) принципа на образованието по медийна грамотност. Счита се, че те помагат за развиване на медийната компетентност, а спазвайки ги ще бъдем интелигентни потребители на информация в пространството:

1. Средството: форма на комуникация – телевизия, видеоигра, списание и пр., която предава съобщения, разказва истории, структурира ученето и изгражда, конструира “реалността” – създава образ на света;

2. Медийна грамотност: образователен подход, чиято цел е да даде на потребителите на медиите по-голяма свобода и избор като ги учи как да получат достъп до медиите, да анализират, оценяват и създават медийни продукти;

3. Конструиране на “Реалността”: Медиите формират нашата култура. Потребяването на медиите винаги включва избори, които подобряват или влошават нашия живот. Трябва да се запитаме: Кой е авторът на това медийно съобщение? Какъв вид реалност създава това съобщение? Колко адекватен е този образ на реалността? Кои “разкази” за реалността не се съобщават и защо?;

4. Техника на създаването: Медиите използват техники за създаване на съобщения, които могат да бъдат идентифицирани. Рекламата, индустрията на връзките с обществеността и други могъщи медийни “производители” изразходват гигантско количество енергия и време, създавайки послания, които да повлияят върху мисленето и поведение, върху избора какво да купуваме и какво не. Анализът на техниките за производство – ъгъла на снимане, редакцията на съобщенията, звуковите ефекти, цветовете, символите може да ни помогне да си изградим компетентност, водеща до по-внимателно и “грамотно” потребяване на медийните продукти. Запитайте се: Какви видове техники за създаване на послания са използвани в това съобщение?;

5. Ценностните послания: Медийните съобщения съдържат идеологически и ценностни послания. Някои от тях са предварително замислени, други не. Посланията могат да са положителни или отрицателни и да са адресирани към специфична група. Запитайте се: Какви ценностни послания се съдържат в това медийно съобщение?

6. Комерсиални мотиви: Медиите са бизнес и имат бизнес интереси. Затова въпросите, свързани със собствеността, производството и разпространението на медийните продукти са важни, за разбирането на влиянието им. Запитайте се: Какви са бизнес интересите зад това съобщение? Кой плаща това съобщение и защо? Кой е собственикът на този медиен продукт?

7. Индивидуален смисъл: Хората разбират медийните съобщения субективно. Всеки влага свой смисъл в съобщението. Ако родителите, учителите, учениците и гражданите трябва да се обучават как да възприемат медийните съобщения, добре е да се уважават и дискутират индивидуалният смисъл, който всеки отделен човек извлича от съобщенията. Задайте въпроса: Какъв смисъл виждаш ти в това съобщение? Какъв различен смисъл могат да открият други хора или групи в него?

8. Емоционално заразяване: Рекламите и другите мултимедийни продукти въздействат предимно върху емоционалната сфера и обикновено са създадени така, че да прехвърлят емоции от един символ или стил на живот върху друг – обикновено продукт или поведенчески акт. Запитайте се: Какви емоции излъчва това съобщение? Какво откриваме, ако се замислим по-дълбоко върху това съобщение?

9. Скоростта: Телевизията излъчва 30 кадъра в секунда, филмите – 24. Съзнателният ум може да обработва не повече от 8 кадъра в секунда – следователно телевизията и киното по принцип възпрепятстват съзнателния анализ и размисъл върху отделните съобщения. *Запитайте се:* Какво откривам в това съобщение, когато се замисля върху него? След като чуете/видите/прочетете медийното съобщение няколко пъти, забавете скоростта или спирайте от време на време, за да дискутирате видяното/чутото/прочетеното;

10. Символичната реторика/Техниките за убеждаване: символите, ласкателствата, страхът, хуморът, въздействащите думи и сексуалните образи са доста често срещани и ефективни техники на медийното въздействие. Запитайте се: какви техники за убеждаване използва това съобщение?

Редица педагози, занимаващи се с медийно образование, смятат, че качеството на живота се определя от качеството на мисленето. То на свой ред се определя от качеството на въпросите, които задаваме. Въпросите са движещата сила на мисленето.

Ако не питаме, няма за какво да мислим. Но ако не зададем някои основни въпроси, често пропускаме да фокусираме вниманието си върху същественото и значимото. Тук идва логичното заключение, че за да имаме успех, трябва да задаваме съществени въпроси: когато четем, пишем и говорим, когато пазаруваме, работим и възпитаваме децата си; когато създаваме приятелства, избираме спътник в живота, а също и когато взаимодействаме с медиите и с интернет.

## **2. Национален и европейски дневен ред**

В областта на медиите и комуникациите, медийната грамотност заема все по-важно място и в политическия дневен ред на европейско, национално и световно ниво.

Дигиталната грамотност започва да представлява интерес за изследователите през 90-те години на 20 век. Тя представлява сравнително нов дял в развитието на теорията и практиката на медиите. Започва да се разглежда като познание, което се отнася до всички медии - както тези, разпространявани чрез традиционните канали - телевизията и киното, радиото и музикалните записи, печатните и др., така и тези, разпространявани чрез интернет и посредством новите дигитални технологии.

Това разширено разбиране за медийното познание рефлектира и в общоевропейския подход към медийната грамотност в цифрова среда: Директива 2007/65/ЕК на ЕК сочи, че „...медийната грамотност се отнася до умения, познания и разбираня, които позволяват на потребителите да използват медиите ефективно и безопасно;...общността се нуждае от медийно грамотни хора, в състояние да упражняват информиран избор, да разбират естеството на съдържанието и услугите и да се възползват от пълния диапазон от възможности, предлагани от новите комуникационни технологии“.

След официално Становище на Европейския съюз, според което „местните, регионалните и националните власти на страните-членки следва да развиват и прилагат политики в подкрепа на медийната грамотност във формалното и неформалното образование и обучение, насочени към всички граждани и най-вече към децата и младежите, хората с увреждания и социалните групи, изложени на риск от социално изключване“(С 325/70 ВГ Официален вестник на Европейския съюз 19.12.2008 г.) развитието на медийната грамотност във всички обществени сектори се превръща в основен приоритет.

Учените в областта на медиазнанието дават различни определения на понятието.

Международната асоциация по съобщенията на своя годишна конференция в Маями от 1992 предлага дефиниция, според която “медийната грамотност е способността за достъп, анализ и оценка на медийното съдържание в съчетание със способността да се създават и разпространяват медийни съобщения в различни форми и по различни канали“(International Communication Association).

Определението става обект на много спорове, особено във втората си част. През 2002 година американският психолог Робърт Кюби обосновава валидността на тази дефиниция, като развива идеята за достъп, анализ и оценка, създаването и разпространението на медийно съдържание. Той извежда медийната грамотност като възможност за:

- свободен и неограничен достъп до средствата за комуникация,
- способност за анализ на тяхното съдържание,
- умение да се разбират идеите заложи в това съдържание, да може да се приеме положителното и отхвърли отрицателното
- свободно и компетентно да се създава и разпространява медийно съдържание, което е свързано с широки компетентности за начина по-който се създава информацията и за механизмите на нейното въздействие (Kubey, 2002)

В съобщение от Комисията на европейските общности до Европейския парламент, Съвета, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите медийната грамотност се определя като способност за използване на медиите, за разбиране и критична оценка на различни аспекти на медиите и тяхното съдържание и за изграждане на комуникации в различни контексти. Това определение получи одобрението на голямо мнозинство от участниците в публичното допитване, както и на членовете на Експертната група по медийна грамотност ([http://ec.europa.eu/avpolicy/media\\_literacy/docs/report\\_on\\_ml\\_2007.pdf](http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf)).

В своя статия от 2014г. Добринка Пейчева пише, че“ от изследователска гледна точка, понятието медийна грамотност включва основните измерения на европейския подход:

- разбиране на всички аспекти на съществуващите медии от вестници до виртуални общности;
- активно използване на медиите чрез /наред с интерактивна телевизия , ползване на интернет търсачките или участие във виртуални общности, по-добро използване на потенциала на медиите за развлечения, достъп до

културата, межкултурния диалог, обучение и ежедневните приложения (например чрез библиотеки, подкасти);

- като критичен подход към медиите по отношение на качеството и точността на съдържанието (да е налице възможност да се оцени информацията, рекламата в различни медии, да се използва търсачки интелигентно и пр.);
- използване на медийната креативност, тъй като развитието на медийните технологии и нарастващото присъствие на интернет като канал за разпространение, позволяват все по-голям брой европейци да създават и разпространяват изображения, информация и съдържание;
- разбирането на икономиката на медиите и на разликата между плурализъм и медийна собственост;
- знание на проблемите с авторските права, които са от съществено значение за „законната култура“, особено за по-младото поколение в едновременното си качество на потребители и производители на съдържание.

В такива рамки медийната грамотност се определя като възможност на млади и стари да развият знания, ценности и широк диапазон от умения и компетенции за критическо мислене, общуване и управление на информацията, да станат разумни потребители и творци. Затова тя е важна и прогресивна стратегия за възпитаване на мислещи, ангажирани и информирани граждани“ (Пейчева, Д. 2014)

### **3. Медийните продукти като политически конструкти**

Общ консенсус относно понятието идва след публикация на Соня Ливингстоун „Медийната грамотност и предизвикателствата на новите информационни и комуникационни технологии“ през 2005 г. за онлайн изданието Media@ LSE.

Според британската изследователка този модел от четири компонента: достъп, анализ, оценяване и създаване, има предимството да бъде еднакво приложим в печата, радиото, телевизията и интернет. Според нея използването на медиите е израз на знание, култура и ценности. То е отговорност за бъдещето, обществена и институционална, защото по думите и това бъдеще не е възможно без властта на знанието, което се създава, утвърждава и разпространява чрез медиите.

Комплексното разбиране на медийната грамотност, което Соня Ливингстоун предлага преди повече от двадесет години, продължава да е масово прието и днес в литературата и широко се използва и прилага от изследователите в областта на медиазнанието, комуникационната теория и медийната педагогика.

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

**Достъпът** е основан на динамичен и социален принцип. Той е процес, по време на който се осъществява активно взаимодействие с медиите и потребителите развиват интереси, умения, потребности и навици за тяхното ползване. След като вече имат достъп, потребителите са мотивирани да променят начините, по които усвояват познанието (ъпдейт, обновяване и разширяване на хардуерните и софтуерните приложения). Проблемът, който възниква от материалното и социално неравенство, което се отразява на онлайн обучението и комуникацията, е задача, върху която се работи, чрез разработване на различни методи за работа с технологиите, които методи децата усвояват като част от педагогическото взаимодействие с тях в образователния процес или чрез различни специализирани програми.

**Анализът** включва познания, които се отнасят до правилното разбиране на медийните послания, способността да се разграничи вярното от фалшивото, лъжата, манипулацията, анализът предполага наличието на критичен поглед при използването на медиите, за да може да се формират и наложат утвърдени ценностни и културни елементи.

**Оценяването** повдига някои въпроси, които са свързани с отношението към медийното съдържание. Тук важат етически, политически, идеологически, икономически критерии за грамотност. Оценката като по-висш етап на анализа предполага „конструиране и деконструиране на оценявания обект, на неговата същност и изграждащи елементи, цялостна проекция в контекста на ценностната система и изваждането на изводи и поуки. Това изисква ясни педагогически правила при ползването на медиите, пряка взаимоотноообвързаност с етапите на достъп и анализ.“(Данов, 2018:52).

Тук идва и ролята на медийната педагогика като средство за формиране на грамотност и навици и за развиване на умения за критично оценяване на медийните продукти.

**Създаването на съдържание** е елемент, който върви ръка за ръка с достъпа. Новите технологии превърнаха потребителите на медийно съдържание от разпространители в създатели на медийно съдържание. Възрастта за създаване на дигитално съдържание непрекъснато пада. Във все по-ранна възраст децата вече са



способни да създават профили в социалните мрежи, да коментират медийно съдържание, да качват снимки или видео.

Но за да се ползват ефективно, конструктивно и рационално медиите, не е необходима само грамотност по отношение на ползване на технологиите. Ефективното ползване е свързано с развитие на способностите за анализ и оценка, способности, които предполагат умения не само да се създаде дигитално съдържание, но и да се разбере и вярно разчете медийното съобщение. Според Данов тези способности са възможни „ само когато субектите на медийната грамотност успешно са преминали през два отделни етапа на използването и овладяването на медиите“ (Данов, 2018:53).

Първия етап той свързва с осъзнаването на онова, което медийните продукти предлагат, какви потребности и нужди удовлетворяват и до каква степен стига тази удовлетвореност, как и какви форми на зависимост създават и как може да се противопостави на това.

Вторият етап е свързан с придобиване на умения за критичност при възприемане на медийните продукти. Този етап изисква развиване на способности за деконструиране и конструиране на посланията, което е сложен процес и изисква време и педагогическа подкрепа.

От всичко казано до тук, се налага изводът, че медийната грамотност ще е резултат от целенасочено медийно обучение и образование , което ще помогне и за развитие на една обща медийна култура.

Това налага специално внимание към въпроса защо медийната грамотност се оказва в настоящето със специално място и има ли трудности за постигането и в национален мащаб .

Три важни сфери биха могли да дадат отговори на този въпрос:

- политиките в публичния сектор (*официални документи, стандартни рамкови средства, стандарти*);
- ресурси изграждащи капацитет и включени актьори в образователната система (обучение, материали, финансиране);
- ролята на други актьори, извън образователната система (роля на частния сектор, на гражданското общество във формалното и неформално обучение) и техните собствени инициативи и събития в ученето (Divina, 2013).

#### **4. Нормативната рамка на дигитализацията**

Нормативната рамка на проблема включва редица документи, които трябва да бъдат взети под внимание в медийната политика на България:

- Декларация на ЮНЕСКО от Грюнвалд относно медийното образование (1982 г.);

- Резолюция по медиаобразование и новите технологии от 1989 г. чрез Съвета на Европа, опирайки се на документите на ЮНЕСКО;

- Парижката програма на ЮНЕСКО от 2007 г.: 12 препоръки за медийното образование;

- Доклад на комисията по култура и образование (А6-0461/2008);

- Становище на Комитета на регионите относно "Медийна грамотност" и "Творческо онлайн съдържание" (2008 / С 325/12);

- Европейски подход към медийната грамотност в цифрова среда. Отправни документи, съобщение на комисията до Съвета, Европейския парламент, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите;

- Творческо онлайн съдържание в съобщението за единния пазар от Комисията до Съвета, Европейския парламент, Европейския икономически и социален комитет и Комитета на регионите;

- "Брюкселска декларация за ученето през целия живот на медийно образование" от декември 2010 година.

Според Пейчева „Може да се каже, че значението на медиите в процеса на обучение и възпитание на младите хора, както и значението на различните форми, в които медийните послания във всекидневния живот, като програми, филми, образи, текстове, сайтове могат да въздействат и да променят очакванията към подготовката и квалификацията на учителите и променената комуникационна среда, в която протича образователния процес, не са осмислени и експлицирани в нужната им категоричност. А целеви групи са всички слоеве от населението: деца, младежи, възрастни, хора в напреднала възраст, хора с увреждания и пр.“(Пейчева, 2014).

Медийната педагогика, грамотност, образование и култура се превръща в неотменна част от гражданското възпитание, обогатява го с нова посока на развитие, наречена медийна социализация.

Как Европа помага в областта на дигитално медийното образование, как насърчава използването на технологиите и дигиталните компетенции в образованието?

Страните от Европейския съюз осъзнават необходимостта образователният процес да се модифицира чрез въвеждане на повече технологии в образованието. Това

ще допринесе за повишаване на професионалното развитие и подготовката на всеки човек и значително ще увеличи неговата конкурентност на трудовия пазар.

В тази посока се разглежда Лисабонската стратегия от 2010 година. С нейното приемане се прави крачка към глобалното решение за модернизиране и повишаване на качеството на образованието, чрез овладяване на седем ключови компетентности: общуване на роден език, общуване на чужди езици, математическа компетентност и основни знание в областта на природните науки и технологиите, дигитална компетентност, умения за учене, обществени и граждански компетентности.

Приетата през 2010 година от Европейската комисия Програма в областта на цифровите технологии за Европа, известна като Дигитална Европа (Digital Agenda for Europe) има ключово значение за развитие на дигиталните компетентности и умения. Програмата е една от седемте водещи инициативи на Европейската стратегия „Европа 2020“ и подчертава новите възможности и приноса на информационните и комуникационните технологии. Изведени са основните дигитални компетенции, които хората трябва да притежават.

За по-добро разбиране на естеството на тези компетенции, Европейската комисия разработва „Европейска рамка за дигитална компетентност на гражданите“, наречена на кратко „ДигКомп“. Рамката се състои от пет основни области на компетентност: информационна грамотност и работа с данни; комуникация и сътрудничество; създаване на дигитално съдържание; безопасност; решаване на проблеми. Всяка от основните области се състои от редица компетентности, като общо за модела те са 21. Европейската рамка е дело на Съвместния изследователски център на ЕК и е разработена през 2013 година като част от многогодишен научен проект. Изпробвана е вече от няколко държави, сред които е и България. Матрицата цели правилна самооценка по всяка от компетенциите на всеки, които използва информационни и комуникационни технологии.

Друга важна стъпка, която имаше за цел да подпомогне всички държави-членки на ЕС, за да отговорят на предизвикателствата, които стоят пред образованието в условията на дигитализиране на обществата е Европейският План за действие в областта на дигиталното образование - 2018-2020г., в който бяха включени следните приоритетни области:

1. по-добро използване на цифровите технологии за преподаване и учене;
2. развитие на цифровите компетентности и умения;

3. подобряване на образованието чрез по-добър анализ на данни и предвиждане.

Между юни-септември 2020 година се проведе открита обществена консултация относно новия План за действие в областта на цифровото образование.

Планът за действие в областта на цифровото образование (2021—2027г.) очертава визията на Европейската комисия за висококачествено, приобщаващо и достъпно цифрово образование в Европа. В него се призовава за действия за по-тясно сътрудничество на европейско равнище за:

- извличане на поуки от кризата с COVID-19, по време на която технологиите се използват в мащаб, невидан досега в образованието и обучението;
- приспособяване на системите за образование и обучение към цифровата ера;

Новият план има два стратегически приоритета:

1. Да се стимулира развитието на високоефективна цифрова образователна екосистема

За това са необходими:

- инфраструктура, свързаност и цифрово оборудване
- ефективно планиране и развитие на цифровия капацитет, включително съвременни организационни способности
- компетентни и уверени в областта на цифровите технологии учители и персонал за образование и обучение
- висококачествено учебно съдържание, удобни за използване инструменти и сигурни платформи, които зачитат неприкосновеността на личния живот и етичните стандарти

2. Да се подобрят цифровите умения и компетентности, които са необходими за цифровата трансформация

За това е необходимо:

- основни цифрови умения и компетентности от ранна възраст
- цифрова грамотност, включително борба с дезинформацията
- компютърно образование
- добро познаване и разбиране на технологиите с интензивно използване на данни, като например изкуствения интелект
- задълбочени цифрови умения, които осигуряват повече специалисти в областта на цифровите технологии, и гаранции, че момичетата и младите

жени са равностойно представени в обучението и работата в областта на цифровите технологии

## **5. Национални политики**

В България започва да се акцентира върху медийна грамотност и медиаобразование в началото на 21. Век. Началото е поставено с публикации, свързани с влиянието на телевизионните програми върху децата в предучилищна и начална училищна възраст. Формирането на медийната грамотност се схваща като част от гражданското образование и понастоящем липсва в задължителните учебни дисциплини.

Образователната система у нас продължава традицията за усвояване на знания, а не за формиране на критическо мислене за възприемане на света около нас. Тази традиция беше правилна преди появата на информационните технологии и електронните медии, но технологичния бум предполага развиване на функционална грамотност, свързана с новите източници на информация, начините на приемането и преработката ѝ, формирането у учениците на умения да намират, подготвят, предават и приемат необходимата информация, в това число и предимно с помощта на съвременните информационни технологии и електронни медии.

На 11 септември 2017 година в София по инициатива на Центъра за безопасен интернет и Центъра за култура и дебат „Червената къща“ и с участието на Института за прогресивно образование, Центъра за приобщаващо образование, Асоциацията на европейските журналисти в България, Заедно в час, Национална мрежа за децата, Образование България 2030, Фондация „Гласът на децата“ е обявено учредяването на Коалиция за развитие на медийната грамотност на българските деца.

Националният център за безопасен интернет споделя данни от свое [Национално-представително изследване](#) от края на 2016 г., което показва, че „над половината от българските деца не могат да отличат вярна от грешна и фалшива информация. За съжаление, същото признават и 40% от техните родители.

Липсата на една от ключовите компетентности - умението да се търси, обобщава, оценява и създава информация - се отразява негативно на перспективите за социално и кариерно развитие и по този начин и върху благосъстоянието на цялото общество.

Децата днес влизат в интернет още преди да влязат в училище. Част от родителите се възприемат като недостатъчно подготвени да ги направляват в огромната

и хаотична информационна среда и не участват в изработването на позитивни и безопасни модели за работа с информация в дигиталния век. Това прави ролята на училището изключително важна, но развитието на медийна и дигитално-медийна грамотност у децата не се радва на нужния приоритет в учебните програми, съдържание и методи на преподаване.

Коалицията за медийна грамотност на децата има за цел да стимулира обществения дебат по темата, да събере и популяризира съществуващите добри практики на отделни училища, преподаватели, образователни институции, организации и медии, насочени към изграждане на базови дигитално-медийни умения у децата от 1 до 4 клас. Върху тези умения като основа ще се гради бъдещото образование, за да могат учениците да излизат от средното училище с достатъчна медийна грамотност, за да се включат в икономиката и обществено-политическите процеси като успешни и активни граждани.

От учредяването си до сега Коалиция за медийна грамотност и нейните членове организират серия от събития за повишаване на медийната грамотност сред учениците, техните родители и учители. Партньори на различните събития са Министерството на културата, УНИЦЕФ и Бюрото на Европейския парламент в България, Програмата за малките грандове към Посолството на САЩ в България.

Пандемията от COVID-19 в Европа и предприетите национални мерки за борба с разпространението на вируса предизвикаха значителни смущения в осигуряването на възможности за образование, обучение и мобилност за учащите, учителите и преподавателите в Европейския съюз.

Онлайн инструментите, подобно на много цифрови инструменти (онлайн и офлайн), могат да бъдат използвани за различни образователни цели:

- свързване на преподавателите и учащите едни с други, когато се намират на различни места
- достъп до информация и среда, които обикновено не са достъпни във всеки дом или институция
- подкрепа на продължаващото професионално развитие на преподавателите по гъвкав начин.

В интернет е достъпен широк набор от учебни материали, които могат да помогнат за осигуряване на непрекъснатост на дейностите за образование и обучение:

- [онлайн платформи](#)
- [финансирани от ЕС проекти](#)

Глобалната мрежа осигурява на съвременното дете достъп до дигитални продукти, услуги, електронни обучаващи системи. Именно заради това става изключително важно да се потърсят критерии и показатели, по които да се направи конкретна оценка при изграждането на онези медийни умения и навици сред децата, които да са съобразени с възрастовите и психологическите им особености и които да направят престоя им в дигиталното пространство конструктивен и да ги превърнат в медийно компетентни участници в онлайн общуването.

**III. Модул от лекции по дисциплината „Обществено мнение и медии“ в бакалавърска програма „Социология“. Модулет включва 3 лекции. Автор: проф.дсн Д.Пейчева**

#### **1. Ефекти от дигиталната медиализация на обществото**

Безспорна истина е обстоятелството, че едни от сериозните предизвикателства, пред които е поставено човечеството в нашето съвремие, са свързани с различните рефлексии на медиите. Светът днес е изключително сложна комуникационна мрежа от медийно детерминирани дейности, които проникват в цялото многообразие от материални и жизнени форми.

Новият медиен контекст, в който се разгръщат и функционират отделните социални сфери, предполага артикулациите за обществото да се базират в един различен наднационален и социо-културен план, тъй като новите реалности поставят социума в центъра на една нова комуникационна битийност, в нови комуникационни реалии, като едновременно с това разширяват ситуирането на нови подходи за неговото осмисляне.

Съвременният свят на комуникациите се оказва един свят на ярко взаимопроникване и обвързване на класическите и новите медии с конкретните социалните сфери - икономика, култура, наука и пр., резултиращи в нови електронни форми на битийност. Медиите станаха среда за икономическа дейност, допринасяйки за разгръщането на споменатите е-търговия, е-пазар е-транзакции и пр., както и за разгръщането на медийните измерения на културата. Медиите станаха среда за научна дейност, за осъществяване на творчество, публикационна дейност, разпространение и потребление на научна продукция, за кооперирано сътрудничество. Процеси на взаимопроникване и обвързване са характерни и между самите медии ( включване на старите медии в новите, а в определена степен и обратно). Станахме свидетели как интернет и мобилният телефон наложиха постепенно новия тип комуникация на съвремието, променяща ролята на реципиента от пасивна в активна и елиминираща една от иманентните характеристики на масовата комуникация, свързана с пасивност на възприемането, с отсъствие на мигновена обратна връзка. Обществото в световен мащаб днес вече преодоля няколко столетните технически ограничения на масовата комуникация за осъществяване на непосредствена обратна връзка. Новите интерактивни медийни конструкти - интернет и неговите приложения – блогове, уебсайтове, кибер общества от различен род, презентираха една огромна медийна промяна (Mansell, 2007 ). Тази промяна е свързана и с позиционирането на ресурс за обратна реакция, позволяваща участието на потребителите в масовите комуникационни процеси да резултира в съучастие в тези процеси, поставяйки активността в центъра на съвременната аудиовизуална комуникационна култура.

Като най-съществен момент в еволюцията на масмедииите, възможността за мигновена реакция, заедно с възможностите за персонализиране на медийните продукти, революционизираха няколкостолетна история на медиите и медийната ефективност.

Новите медии поставиха една демаркационна линия между тях и предхождащите ги и предизвикаха прелом в историята на комуникациите и медиите. За пореден път се появиха основания за етиктиране на медиите на стари и нови, на модерни и постмодерни или на традиционни и модерни, но в един ежедневен невеберов смисъл. Днешните нови медии са базираните в интернет средства за масова комуникация. Те са обозначаваните като нетрадиционните или постмодерни средства за комуникация, които инициираха и наложиха новия тип медийна детерминация в социума. Наред с традиционните вече медии – радио и телевизия и пр. допринесоха за различен тип



последници, много от които с нееднозначен характер. Отделните сфери на обществото вече се базират на една нова медийно детерминирана траектория, придобиват медийни метаморфози, наложиха новия тип комуникация. Масовизацията, която се целеше повече от 500 години след изобретяването на печатарската преса от Гутенберг и резултира в създаване на средства с възможно най-масов обхват, днес се съпровожда с *демасовизация и сегментация, но и с една нова небивала масовост, с една масовизация на квадрат, доколкото включва и двата процеса.*

Всъщност процесите на демасовизация се проявиха още при развитието на традиционната телевизия. Многоканалната, кабелната и онлайн телевизията сегментираха масовата аудитория. Аудиторията се редуцира до своя абсолютен минимум. Масовизацията, разбрана като осъществяване на контакти за единица време с едни и същи съдържания, като цел за привличане на зрители за конкретни издания на отделните програми, отстъпи на демасовизацията, сегментацията, персонализацията. Наложиха се търсене на друг тип ефективност. Нетрадиционните медии заложиха на такава ефективност, която да е равнозначна на брой посещения, в продължение на по-дълъг период от време, подобно на посещенията на дадена театрална пиеса, опера, кино и пр., на удовлетворяването на профилирани персонални интереси.

Сегментирането на контактите с медиите не намали като цяло техния брой, а само ги персонализира, предизвиквайки един друг тип масовост - една много по-голяма като количество масовост на контакти за единица време, но вече с различни медийни съдържания, една масовост в квадратична прогресия, която включва паралелното съществуване на традиционната и новия тип масовост. Масовизацията демасовизацията и новият тип масовизация предпоставиха едно ново разбиране на комуникационната динамика, съчетаваща в себе си едновременно два противоположно разгръщащи се процеси.

Нетрадиционните медии предпоставиха и позиционираха модификациите на междуличностната комуникация на най-високия пиедестал. Междуличностната комуникация еволюира обаче от по-малко опосредствана във все повече и повече опосредствана. Утилитарността и рационализацията може би са в основата на тези забележими трансформации и модификации на промените в характера и начина на комуникирането, но техните проективни експликации провокират един медийно детерминиран изследователски ракурс.

## 2. Промени в структурата на комуникацията

В структурата на комуникациите настъпиха значими промени и размествания. Ще е по-прецизно да се каже продължават да настъпват. Комуникирането стана все повече медийно обвързано и все по-многопластово опосредствано. Традиционната междуличностна комуникация в нейния директен вариант – лице в лице или индиректен – чрез стационарния телефон и стария тип писмо, както стана вече ясно, стесни своя периметър в общата структура на комуникациите и като обем и като форма. Много от валидните аргументи, които обуславяха живите контакти се ограничиха поради възможностите, които предоставиха новите електронни средства за комуникация.

Освен с относителното намаляване на дела на междуличностната (лице в лице) комуникация в общата структура на комуникациите, промени настъпиха и в медийно опосредстваните комуникации. Интерактивността постепенно увеличи своя дял и в традиционните радиа и телевизии.

Промените са свързаха и с реструктуриране на съотношението традиционни - нетрадиционни медии. Нетрадиционните медии увеличиха и увеличават своя дял. От една трета страна, промените са свързаха и с реструктуриране на съотношението сред новите медии - компютърът (стационарен или лап топ) като центриращо съсредоточие на интернет намалява своя относителен дял за сметка на увеличаващия се дял на мобилните телефони, които станаха друго центриращо средище. Нещо повече, разкриха се като нова метамедийна единица, позволяваща досегашното съсредоточие на компютъра, респективно на интернет и на неговите приложения, но и на видео и фотокамерата. Промените се съпроводиха и с преливане на традиционните в нетрадиционни медии. Не рядко в нетрадиционните медии се ситуират традиционни в онлайн варианти или в нови самостоятелни е-издания. (Nightingale, 2007) Наблюдава се и преливане на едни нетрадиционни в други нетрадиционни медии. Имат се предвид възможностите са свързване на мобилния телефон с компютъра и интернет в къщи, имат се предвид и „мобилността” на интернет от компютъра в мобилния телефон, в дигиталната камера и пр. Налице е и „вграждане” на една нетрадиционна медия в различни „фундаменти”, предполагащи взаимна допълняемост и заменимост.

Ако трябва да се отговори на въпроса кое е онова, което се случва като резултат от непрекъснатата динамика и реструктуриране на медийно детерминирани

комуникации, това е както едновременното универсализиране и разидентифициране (Лаш, 2004) на новите медии, така и почти повсеместното им присъствие и взаимозаменяемост. „Еманципацията“ на отделните нови медии става все по затруднителна и нерелевантна, но медийно детерминирани комуникационни действия са новия пейзаж на реалната действителност. Последиците от медиализацията биха могли да бъдат проблематизирани и артикулирани чрез медийно детерминирани неоконструкции и явления с нееднозначен характер, повечето от които не са осмислени, не са тематизирани и в този смисъл не са «вкарани» в концептуална рамка.

Ето някои от по-съществените медийно детерминирани неоконструкции и явления с нееднозначен характер, които биха могли да бъдат изведени като първоначални ефекти:

- Наченки на преобладаване на „всеобща съобщаемост“.

Съобщаемост по класическите медии, съобщаемост по новите медии, съобщаемост в междуличностните контакти, в груповите форми на общуване. Очаваният от всеки текст „месидж“ (message), имплициращ в себе си нещо ново, става критерий за оценка дори на научни текстове. Какъв е месиджът, има или няма месидж? - това са все въпроси, свързани с новото, с новинността, поради която се прави съобщението, или се защитава тезата на авторите. От всеки разговор и от всеки контакт се очаква да се научи нещо ново. Новинността се превъплъти в основно измерение на всеобщата съобщаемост. Всяко едно звънене по телефона, всеки един линк по интернет, всеки пореден сериал съобщават нещо ново на реципиентите и са част от безкрайната съобщаемост.

Всеобщата съобщаемост, от своя страна, изведе «лийд»-ирането като иманентна характеристика на комуникациите. Представянето на същностното, на важното на значимото в началото на съобщаваното се разкри като своеобразна неоконструкция и в извънмедийните рамки на комуникациите. Какво друго ако не своеобразни лийдове на научни обективации са изведените в началото на всяка статия текстове, предхождащи основния текст, съдържащи най-важните моменти от съдържанията на материалите в научните списания, или пък трейлърите на кинофилмите, разкриващи накратко тяхното съдържанието. Какво друго, ако не лийдиране, е все повече налагащият се слайдови начин на поднасяне на доклади, лекции, презентации и пр. в рамките на провеждани конференции, конгреси, съвещания, промоции, в учебния процес и пр., при които се извеждат основни моменти и се акцентира на значими моменти.

Слайдовете са конструировки на един нов вид „текстове”, които са съчетание от лийдове, синтезиращи най-важните моменти от всеки един теоретичен акцент, графики, снимков материал и вербален дискурс по време на презентациите. В тази неоконструкция от съобщаем тип като цяло, дискурсът, разбран като аналитичност, е в подчинена позиция, извършва се паралелно със съобщаемостта и се възприема като част от общата слайдова съобщаемост. Не без основания в този смисъл Скот Лаш твърди, че съвременният дискурс се вкарва в един нескончаем поток от съобщения. (Лаш, 2004: 105)

Всеобщата съобщаемост се измерва и с налагаща се *краткост* на различните форми на изяви. Тази налагаща се краткост постепенно измества аналитичните уводни статии от първите страници на вестниците. Преобладаващият таблоиден характер на пресата, който се свързва и със съобщаване за най-важното от съдържанието на вестника още на първата страница, извежда кратката коментарна форма „глоса” като единствения цялостен материал без препратки на следващите страници. Краткостта на глосата, чрез която се изразяват позиции за абсурдните, противоречиви и нередни неща в ежедневието на обществото, предвидена да бъде бележка в полето, се асоциира не рядко като първия коментарен материал. Едновременно с това, първата страница на вестниците, която често е своеобразно съдържание на включените в тях публикации, е микс от атрактивни заглавия и съпровождащи ги лийдове. Чрез нея хората се ориентират за наличието или отсъствието на значими за тях материали, респективно за осъществяването или неосъществяването на по-нататъшни контакти.

- Извеждане на реалното, случващото се, на факта над въображаемото, над фикцията и измислицата, над абстракцията - иначе казано на фичъра и репортажа над разказа, на реалистичния над художествения роман; а защо не и на социологическия роман над останалите

- Идеализации. Те съпътстват медийния изказ по посока на политикоцентричност и полезни практики. Под политикоцентричност се има предвид преди всичко съсретение на идеализациите в сферата на политиката чрез политическото говорене. Политическото говорене, включително и извършването на пи-ар дейности от различни организационни структури е едно ярко съсредоточие на идеализации от различен род. Идеализациите се срещат като апели за присъединяване към нещо, предпоставено и сугестирано като неповторимо и желано, за приобщаване към моралното, добродетелното, към социално-психологически феномени от рода на масови настроения, традиции и пр. Политическите

идеализации от тоталитарното еднопартийно управление се възстановиха и се разгърнаха в новите реалности на многопартийност и политическа конкуренция с много по-голяма сила.

Идеализациите са характеристика и на рекламните форми и практики. Всъщност те са иманентна характеристика на рекламата и рекламните продукти, доколкото идеализирането на полезните практики е в основата на техните комуникационни стратегии. Те са обаче съсредоточие както на образци на рекламното изкуство, така и на долнопробна чалгоподобна продукция;

- Медиализацията (дигитализацията) сама по себе си не би могла да бъде обвинявана за спекулациите с авторството на множество артефакти от художествения и научен живот. Всъщност далеч преди появата на интернет заимстването на идеи, на подходи, на аналогии, перифразирането и дори директното плагиатство бяха не рядко срещани факти - както в изкуството, така и в науката. Нерегламентираното възползване от продукцията на други автори не е преставала да съществува. Но с разгръщащата се медиализация на обществото и със съпътстващите я многовариантни възможности за конструиране на текстове и изображения от различни медийни артефакти, размиването на авторството и спекулациите с авторството са негативно ситуиращи се процеси, битувачи паралелно с креативните експликации на сериозните творци. Неограниченият достъп за «копиране» и «пействане» на обективации от различни източници, както и компилации от продукцията на различни автори в образувания от "енциклопедичен" тип постави под известно съмнение уникалността и сложността на самостоятелното творчество и неговата оригиналност сред неупражняващите тези професии.

### **3. Процеси на съвместяване на комуникациите: основната дейност - комуникационна дейност.**

Необходимостта от актуализации от различно естество, при това почти по всяко време на денонощието, обвързва извършването на основните дейности с множество комуникационни контакти, разкривайки съвместяването на комуникациите като една от основните характеристики на медиализиращото се общество. Нещо повече медиализирането променя дизайна на извършването на основните дейности и заедно с това тяхното позициониране. Съпътстването им с все повече и повече интернет справки

и приложения, както и обвързването им с все повече и повече информационни източници, прави основната дейност една от поредните комуникационни дейности.

Посредством новите медии действията придобиват комуникационни превъплъщения, предизвикващи необходимост от промяна на действащата социална парадигма за социалното действие и неоконцептуализации по посока на комуникационни детерминации. Трансформирането на социалното действие в комуникационно действие в почти всички разрезни – при дейностите, свързани с изпълнение на работните задължения, с институциите, културата, науката, образованието и пр., издига неговия статут в основното значимо понятие в социологията. Съчетанието на дистанционност, мигновеност и физически резултат е новото измерение на реализираното социално действие в медиализираното общество. То заедно с паралелното съществуване на „традиционното” физическо действие предполага предефиниране на това понятие, респективно на доминиращата досега интерпретация. Комуникационното измерение е рамката, в която социалното действие все повече се фокусира, намирайки иманентните си очертания.

*Възможност за известна промяна на самоличността.* В комуникацията посредством интернет е налице потенциална възможност за скриване на самоличността. Обикновено някои хора представят себе си в няколко посоки:

- в по-добра светлина - в образ, който желаят да имат в очите на другите;
- в по-непринудена светлина – с допускане на граматични грешки, нецензурни изрази, разкрепостеност и освободеност и с несъобразяване с мнението на другите;
- в превратна светлина – в светлината на друга самоличност, потискана съзнателно в ежедневието, но иманентна на човека или пък създавана преднамерено с користни цели.

Всъщност тази възможност за анонимно представяне, като експликация на възможната промяна на самоличността, се ранжира като един от основните недостатъци на интернет в почти всички изследвания. Главно поради престъпленията, които биха могли да се извършват с променената самоличност.

Физическите и социални заплахи и нарушения, които са възможни в резултат от осъществяваните комуникации, посредством интернет и мобилните телефони, както и с киберпрестъпленията въобще. Една от тях е обективизиращата се омраза, която към

определени лица, според специалистите, придобва чудовищни размери в блогосферата. От публикувани в интернет данни<sup>52</sup> се констатира, че ненавистта ескалира от обидни коментари и имейли, до заплахи за убийство и публична саморазправа. Илюстрациите, които се представят са показателни:

- Измамите в интернет са следваща отрицателна последица. По данни на TechNews.bg всеки пети потребител е жертва на измама в интернет. Измамите се отнасят до кредитни форми на плащания, предоставяне на лични данни за фалшиви печалби в лотарии, привличане към проституция, към детска порнография и пр.

- Кражбата на данни е също отрицателен момент със значими последици. Оказва се че кражбата на данни струва \$1 трилион на фирмите в света. Проучването на McAfee, което е цитирано, е обхванало над 800 директори на информационни технологии в САЩ, Великобритания, Германия, Япония, Китай, Индия, Бразилия и Дубай

- Отрицателна последица е и превръщането на социалните мрежи в антисоциални . Злосторниците в интернет, които лесно създават фалшиви профили на известни хора и градят общности около тях, обикновено се възползват от доверчивостта на хората в социалните мрежи и като им изпращат опасни линкове към “интересни” видео клипове в сайта YouTube, ги заразяват с опасни вируси, възползват се от информацията им и пр.

ТТвърди се, че е налице все по-нарастващата тенденция хакерите да използват популярни онлайн социално мрежови общности, на които потребителите се доверяват и споделят уеб линкове и програми.

Според цитирани специалисти по сигурност на Trend Mic се разкрива, че престъпниците използват злонамерен софтуер не само за YouTube, но и за уеб сайтовете MySpace, Facebook, чата на America Online и други популярни интернет услуги. Компанията отбелязва, че абсолютно всички социални мрежови сайтове са били засегнати по един или друг начин от дейността на хакерите. Твърди се освен това, че този софтуер може да се използва като инструмент за всякакъв вид хакерска дейност – бот мрежи, крадене на пароли и данни. Социалните мрежи са основните места, където може се злоупотреби с доверието на хората. Оказва се, че онлайн злосторниците лесно създават фалшиви социално мрежови профили. Според данни на компанията Cloudmark,

специализирана в защитата на интернет системи за съобщения от хакери и спам, около 40% от социалните мрежови профили са фалшиви. Оказва се, че повечето водещи сайтове са инфектирани.

Според информация на TechNews.bg от 23/01/2009 инфектирането на уеб сайтове със зловреден код придобива размерите на епидемия. Твърди се, че близо три четвърти от сайтовете в Топ 100 съдържат малуер или пренасочват към компрометирани уеб страници. Ръстът в броя на заразените сайтове е 16% за последните шест месеца, сочи проучването. За цялата 2008-а година увеличението на инфектираните със зловреден код сайтове е 46%. Според Websense нараства и броят на кибер престъпниците, които се възползват от сайтове уеб 2.0 с публикувано от потребителите съдържание. Нарастват комбинираните атаки, съчетаващи имейл и уеб заплахи. Оказва се, че над 90% от нежеланите имейли през втората половина на 2008-а година съдържат линкове към спам сайтове или сайтове със зловреден код, което е увеличение с 6%.

В доклад на компанията за сигурност Sophos обявява, че открива нова заражена с вируси уеб страница на всеки 5 секунди, докато през 2007 година тези темпове са били по една уеб страница на 14 секунди.

Всъщност основните споделени недостатъци от участието в интернет комуникацията, които се разкриха от социологическото проучване<sup>1</sup> съвпадат в голяма степен с недостатъците, фиксирани от споменатите по-горе проучвания. Нашите данни сочат като най-големи недостатъци следните няколко:

Вируси	80,90%
Хакерство	71,50%
порнозлоупотреби	63,40%
злоупотреби с анонимността	56,60%
злоупотреби с авторски права	56,20%
Спам	55,70%
кражби на имейл адреси	46,40%



Недостатъци се отчитат и по отношение на последиците от широкото разпространение на мобилните телефони. Един от тях е предизвикването от тях **нарушаване на социалното пространство**. Има се предвид нарушаването на спокойствието в учреждения, в университети, транспортни средства, в парка, на театър, кино. Возейки се в трамвай, автобус или тролей или дори бидейки на театър, човек може да чуе звъненето на някой мобилен телефон. Може да се окаже в ролята на слушател на нежелана музика, разразила се драма, на радостни съобщения, безсмислено говорене и пр. Налице е *съгласие* и с един друг недостатък - възможността за *обезпокояване по всяко време*. Този недостатък може да бъде обаче и предимство, но само при спешни случаи. Въпреки заложената възможност за отхвърляне на повикването, въпреки селективността, която човек може да прояви, въпреки възможността за изключване в определени часове, позвъняването е форма на обезпокояване, ако не е желано и очаквано.

*Промени в междуличностните контакти.* Независимо от намаляване дела на непосредствената междуличностна комуникация, промените в съотношението вътре в междуличностното комуникационно пространство са колкото притеснителни, толкова, може би и не. Особено актуален става днес въпросът за погълнатостта на децата и подрастващото поколение от интернет комуникацията, за постепенната замяна на реалните им игри с електронни, за пренасянето на междуличностните им контакти в интернет. На въпроса от изследването: „Мислите ли, че компютрите (интернет) пречат за развитието на подрастващото поколение?“ се разкрива сериозна загриженост на хората.

Неотговорили	5,50%
Да	36,20%
Не	19,60%
Не съм мислил	38,70%
Общо	100,00%

Оказва се, че компютрите и погълнатостта на подрастващите от интернет са пречка за развитието на подрастващото поколение за не малка част от хората – 36,2 на сто мислят така, но едновременно с това около една пета не смятат този тип комуникация за фактор, който затормозява развитието на децата. Не са се

замисляли върху въпроса близо 40 на сто от респондентите. Независимо от удобствата на новите медийно детерминирани форми, хората се нуждаят от междуличностна комуникация, нуждаят се от провеждане на телефонен разговор помежду си, нуждаят се дори от традиционното писмо. Не са случайни в този смисъл данните за предпочитанията при общуването от проведеното социологическо изследване<sup>1</sup>, разкрити по-долу .

На въпроса: „ Кое общуване предпочитате?“ повече от половината отговарят, че „реалното“ общуване е предпочитаната форма за контакти.

Реалното	59,10%
И двете	28,90%
Виртуалното	5,10%
не съм мислил	5,10%
Нито едното нито другото	1,70%
Общо	100,00%

В този силно утилитарен и медиализиран свят човек има възможност да направи най-рационалния си избор на форма за общуване, съобразявайки я с времето, пространството, хората, институциите, с възможностите, които има в конкретния момент. В медиализираното общество човек присъства в ежедневието на своите колеги, близки и приятели, независимо от разстоянието, на което се намира. Все още е рано освен това да се твърди, еднозначно, че комуникацията посредством интернет ще бъде затормозяващ фактор за развитието на подрастващото поколение.