

ГОДИШНИК НА СОФИЙСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
ФАКУЛТЕТ ПО НАУКИ ЗА ОБРАЗОВАНИЕТО И ИЗКУСТВАТА
КНИГА ПЕДАГОГИЧЕСКИ НАУКИ

Том 118

ANNUAL OF SOFIA UNIVERSITY “ST. KLIMENT OHRIDSKI”
FACULTY OF EDUCATIONAL STUDIES AND THE ARTS
BOOK OF EDUCATIONAL STUDIES
Volume 118

DEVELOPMENT OF MEDIA LITERACY AS AN EFFECTIVE TOOL IN THE EDUCATIONAL PROCESS

ELISAVETA KOZHUHAROVA

*Sofia University “St. Kliment Ohridski”, Bulgaria
Faculty of Educational Studies and the Arts
Department “Early Childhood and Media Pedagogy”*

DANAIL DANOV

*Sofia University “St. Kliment Ohridski”, Bulgaria
Faculty of Classical and Modern Philology
Department “Methodology of Foreign Language Teaching”*

Abstract. This study represents a literature review of the significant role of media education, specifically focusing on media literacy in the contemporary digital world. A central theme explored is the emergence and development of media literacy as a tool for dealing with disinformation and its function as an essential instrument in the educational process. The paper also explores how experts in the field of pedagogy view the interaction between students from different age groups, digital technologies and media literacy as a mediator of positive effects. It reviews annual data on the development of media literacy at international level along with recommendations from the European Commission for combating disinformation. In addition, the review mentions authors addressing the topic of key competencies in the new generation, lifelong learning, and the role of media literacy in supporting the aforementioned educational goals. The paper also includes studies on good practices that integrate media literacy into the educational process - from preschool age to courses in university in various countries.

Keywords: media literacy, digital technologies, media pedagogy, communication, disinformation, critical thinking

РАЗВИТИЕТО НА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ КАТО ЕФЕКТИВЕН ИНСТРУМЕНТ В ОБРАЗОВАТЕЛНИЯ ПРОЦЕС

ЕЛИСАВЕТА КОЖУХАРОВА

*Софийски университет „Св. Климент Охридски“
Факултет по науки за образованието и изкуствата
Катедра „Предучилищна и медийна педагогика“*

ДАНАИЛ ДАНОВ

*Софийски университет „Св. Климент Охридски“
Факултет по класически и нови филологии
Катедра „Методика на чуждоезиковото обучение“*

Резюме. Тази студия представлява литературен обзор на значението и ролята на медийната педагогика и в конкретика – на медийната грамотност в съвременния дигитален свят. Обхваща възникването и развитието на медийната грамотност като средство за справяне с дезинформацията и като необходим инструмент в образователния процес. Описват се аспекти от взаимодействието между обучаемите от различни възрастови групи, дигиталните технологии и медийната грамотност като посредник на позитивните ефекти. Посочват се годишни данни за развитието на медийната грамотност на международно ниво и се разглеждат препоръки на Европейската комисия за борбата срещу дезинформацията. Посочват се автори, засягащи темата за ключови компетенции при новото поколение, учене през целия живот и как медийната грамотност може да допринесе за посочената проблематика. Цитират се добри практики от различни държави по света, впитали медийната грамотност в образователния процес от предучилищна възраст до курсове във висши учебни заведения.

Ключови думи: медийна грамотност, дигитални технологии, медийна педагогика, комуникация, дезинформация, критично мислене

*Значимостта и смисълът на нашия свят се определят
от куража ни да си задаваме въпроси и задълбочеността
на отговорите, които намираме.*

Карл Сейгън

НЕОБХОДИМОСТ ОТ МЕДИЙНА ПЕДАГОГИКА И РАЗВИТИЕ НА МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ В СЪВРЕМЕННИЯ ДИГИТАЛЕН СВЯТ

Марк Пренски въвежда израза “digital natives” на английски език, на български – „дигитални местни“, „дигитални по рождение“, а в противовес описва характеристиките за “digital immigrants” – „дигиталните имигранти“, „дигитално привнесени“. Накратко, посоченото съпоставяне се отнася до различията в присъствието на технологичното развитие при отделните поколения.

По-младите поколения са заобиколени от високоразвита технологична среда, в която те са „дигитални местни“, а употребата на дигитални устройства им идва съвсем естествено (Prensky, 2001: 2). В този смисъл те са дигитално грамотни, защото имат уменията да боравят умело с новите технологии. Това обаче съвсем не ги прави автоматично медийно грамотни, тъй като за втората компетенция са необходими широко познание и разбиране на медийната комуникация и нейните особености (Haleem et. al., 2022: 23). С развитието на дигиталните технологии медийната комуникация добива още по-широки измерения и сила на влияние върху човешкото битие. Действително терминът „медиазация“ датира още от Аристотел, който разглежда начините за изразяване и предаване на техните послания. В дигиталната ера обаче медиазацията достига нови необятни граници, а цифровизацията навлиза във всички сфери на човешкия живот. Отварят се още нови предизвикателства в педагогически аспект по пътя към фундаментална медиалност на културата и човешкото познание (Friesen & Hug, 2009). В образователен контекст фокусът е основно върху „дигиталните местни“, тъй като те са младото и развиващо се тепърва поколение и образованието им трябва да отговаря на съвременните нужди. Тук се очертава ролята на медийната педагогика, чиято функция е да бъде „мост“ между образователните потребности и дигиталните възможности (Danov, 2023). Целите на медийната педагогика са да се подготвят педагози и образователна среда, които да подкрепят позитивните ефекти от дигиталните технологии и тяхната употреба и максимално да ограничат негативните такива. Това направление на педагогиката се сформира постепенно още с навлизането на интернет в бита, с което формата на медийната комуникация добива още по-голяма мощ. Медийната педагогика стъпва върху въпросите, анализирани от изследователи в медийната комуникация – как, защо, кога и по какъв начин въздействат медиите (пак там). Един от най-съществените въпроси в медийната комуникация е темата за медийната социализация в контекста на глобализираното общуване и постоянния поток от информация, разпространяван през новите медии. Следователно медийната педагогика цели въвеждането на медиите като инструмент за възпитание, образование и развитие на ключови нагласи, отговарящи на нуждите на съвременния динамичен свят (Danov, 2016). Медийната комуникация стремглаво претърпява своите промени и добива нови сили и граници. Дигитализацията променя начина, по който се усвоява познанието и се осъществяват социализирането на индивида в обществото и разширяването на интеркултурния обмен (Falk et al., 2012; Berkman, 2016). Отминал е периодът на медийна комуникация само чрез информационни източници на хартиен носител като книги и вестници, а дори в ерата на радиото и телевизията не е наблюдавано такова силно въздействие от страна на медиите. С навлизането на дигиталните технологии медийната комуникация добива съвсем ново изражение, което трябва да се изследва и познава обстойно (Haleem et al., 2022: 2). Удобствата и лесната употреба на

смартфони, таблети и компютри изнасят достъпа до информация на съвсем друго ниво (Burford & Park, 2014). Още през 70-те години на миналия век, с навлизането на интернет в бита, педагози и психолози започват да търсят решение на възникващите предизвикателства в новия информационен свят. Целта на медийната грамотност е да даде филтър и аналитични инструменти на хората, за да боравят с новия глобален и информационен свят, а не просто да го консумират (Lewis & Jhally, 1988).

ДЕФИНИЦИЯ НА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ: РАЗВИТИЕ, НАСОКИ И ЦЕЛИ

Определението за медийна грамотност (понякога се среща и под термина „информационна грамотност“) преминава през няколко етапа за създаването на дефиниция. Има множество трудове, които обхващат развитието на медийната грамотност относно нейните цели и задачи. През 70-те години на миналия век навлиза понятието „информационна грамотност“, която се отнася до аналитично и критично оценяване на информацията, подавана от медиите. Към края на 70-те години се появява и терминът „медийна грамотност“, който обхваща въздействието и на визуално подаваните съобщения. Процесът на пълноценното развитие на дефиницията за медийна грамотност обаче продължава и през последвалите няколко десетилетия паралелно с появяването на новите медии (Tsankova et al., 2022). Още през 1999 г. в свой труд Рене Хобс поставя една от дискусиите за това в каква насока ще се развива медийната грамотност според функциите, които обслужва. Хобс изброява седем въпроса за медийната грамотност: Дали тя предпазва децата от опасностите в новоразвиващия се информационен свят?; Необходимо ли е за нейното изучаване в училище да се учи как се създават медийни продукти?; Трябва ли медийната грамотност да има пристрастия към развитието на интеркултурността?; Трябва ли медийната грамотност да бъде поставена като идеология на дневен ред?; Може ли медийната грамотност да достигне всички обучаеми в (според целите на труда – американската) образователната система?; Трябва ли инициативите за медийна грамотност да се подкрепят финансово от самите медии?; Медийната грамотност е най-ценна само защото се смята, че има потенциала да промени най-лошите аспекти на медийната култура, или защото създава уменията винаги да се задават въпроси относно приежданата информация, дори и да няма влияние върху промяната на качеството на образованието или на масмедията?. Всички тези въпроси са отправни точки към изследователите, развиващи медийната грамотност (Hobbs, 1999). От 80-те години на миналия век медийната грамотност е централна тема в областта на комуникационните, медийните и образователните изследвания в резултат на паралелния растеж на поляризацията между социалните групи и използването на дигиталните технологии и интернет (Neag et al., 2022). А от 2000 г.

понятията „информационна“ и „медийна грамотност“ започват да се разглеждат като синоними поради силното налагане на тази тенденция от страна на ЮНЕСКО. ЕС и ЮНЕСКО правят поредица инициативи за развитие на медийната грамотност и поставянето ѝ във фокуса на межкултурния диалог. Първата такава организация е Международната конференция на ЮНЕСКО през 1982 г. с последващи много такива до 2020 г. ИФЛА (Международна федерация на библиотечните асоциации и институции) създава Комитет по информационна грамотност, към който изследователи в сферата формулират цели и проблеми. В резултат на това ИФЛА публикува „Препоръки на ИФЛА за медийна и информационна грамотност – 2011 г.“ в съвместен труд заедно с ЮНЕСКО и ЕС, а през следващите години – 2012 и 2013, обединява двата термина (Tsankova et al., 2022).

Взаимодействието между децата и дигиталния информационен свят се разглежда от етична, правна, педагогическа и психологическа гледна точка (DAZD, 2017). И в четирите насоки медийната грамотност се явява като инструмент/средство за саморегулация на негативни ефекти и канализиране на позитивните ефекти, предизвиквани от дигитално-информационното въздействие (Danov, 2018).

Медийната грамотност се фокусира върху обучението на различни обществени категории (деца, младежи и възрастни) както във формална, така и в неформална среда, за критично и съзнателно приемане на медиирани съобщения. Обхваща различни умения като критично мислене, решаване на проблеми, автономност, комуникация и участие (Ciurel, 2016). Доминиращият дискурс на политиката за медийна грамотност подкрепя етичен индивидуализъм в дигиталната медийна среда, в която източникът на морални ценности и принципи и основата на етичната оценка е индивидът. От тази гледна точка дори най-уязвимите граждани като деца и младежи (обикновено именно те са в авангарда на възприемането на нови медии) са длъжни да изграждат представа за рисковете и възможностите на дигиталния свят. Този тип саморегулация е необходима особено когато се наблюдава намаляваща степен на институционална подкрепа от доверени източници на информация (O'Neill, 2010).

Впоследствие като общоприета дефиниция за медийна грамотност се приема трудът на Соня Ливингстън от 2004 г. В него Ливингстън търси отговор на три въпроса относно медийната грамотност: Какво е медийна грамотност?; Как се променя тя?; Какви са ползите от нея?. Описва медийната грамотност като способност за достъп, анализиране, оценка и създаване на информация/съдържание в различни контексти (Livingstone, 2004). По отношение на приложението на медийната грамотност в интернет Ливингстън задава отчетлива насока, тъй като този четириккомпонентен модел за медийната грамотност се използва и досега. Ливингстън посочва, че четвъртият начин за създаване на съдържание е най-важен. По-късно се прави известна ревизия и се подчертава, че оценката на информацията остава най-важното умение в съвременния

дигитален свят (Livingstone, 2018: 11–12). Аспекти на медийната грамотност включват развитие на ключови компетенции като критично мислене, креативно мислене. Провокиран от резултатите на PISA през 2016 г., сър Кен Робинсън формулира необходимостта от изграждане на „осемте ключови компетенции“, нужни на всеки съвременен индивид, за да функционира правилно и да допринася за развитието на обществото си (Robinson & Aronica, 2016). Медийната грамотност спомага да се развият ключовите компетенции като критично мислене, общуване, сътрудничество, гражданство и запазване на любопитството (UNICEF, 2019). Приложението ѝ в образователната среда още от предучилищна и начална училищна възраст е важен градивен елемент. Медийната грамотност все по-често се посочва като девето ключово умение в референтната рамка за учене през целия живот. То се нарежда заедно с езиковите, математическите, социалните и други компетентности (Stoeva, 2017 по Официален вестник на Европейски съюз, 2010/С 45 Е/02). Причината за това е нарастващата сила на медийното влияние, следователно медийната грамотност се ориентира в най-малко три посоки:

- изграждане на умения за достъп до информация от различни медии, разбиране на всякакви типове жанр и формат на медийно съдържание, критично и аналитично мислене относно посланията и достигащата информация като цяло, както и умения за комуникация чрез различните типове нови медии;
- изграждане на социална активност и гражданска позиция в модерното демократично общество;
- изграждане на образователен похват, съобразен с нуждите за приложение и влияние на дигиталните технологии и съвременния информационен свят и най-вече съобразен с нуждата от умения за критично и аналитично мислене (Danov, 2019);

Европейската дефиниция за медийна грамотност се разглежда като ключова стъпка към запазване на демократично и здравословно общество, а основната цел е хората да имат критично и аналитично мислене. Медийната грамотност изгражда моста, по който различните възрастови групи могат да развият знания и умения, необходими за боравене с информацията, разпространявана в глобализираната комуникация (Peicheva, 2014). Впоследствие тя се посочва като основен начин за справяне с фалшивите новини и дезинформацията. Медийната грамотност развива способността да се определят спецификите в различните медии и изпращаните от тях послания и символи и спомага за наличието на екологична комуникация (Zhelqzkov et al., 2019). Широко застъпено е мнението, че медийната грамотност повишава образователния капацитет, тъй като се изгражда върху основата на традиционната и дигиталната грамотност, но разширява познанията за разбиране на медийното съдържание, така както вторите две не могат. Именно медийната грамотност е гражданската компетентност да се анализира, оценява и създава меди-

ен продукт, като умело се борави с всички форми на масовата комуникация (Manliherova, 2019).

ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИЕТО НА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ

Дезинформацията се превръща в основен проблем за съвременните демократични общества. В глобален план тенденциите са да се акцентира върху литературен и законодателен преглед, показващ нарастващото значение, което Европейският съюз отдава на медийната грамотност. Присъствието на медийната грамотност се смята като една от необходимите мерки за борба с дезинформацията. Поради тази причина Европейският съюз се ангажира да направи гражданите съотговорни чрез политики за насърчаване на медийната грамотност (Sádaba & Salaverría, 2023). Все повече се изследва ефектът на медийната и информационната грамотност върху способността за идентифициране на фалшиви новини, за борба с дезинформацията и гражданските нагласи за разпространение на информация от тяхна страна. Резултатите показват, че развитието на медийната грамотност намалява разпространението на фалшиви новини (Jones-Jang et. al., 2021; Hwang, 2021; Dame Adjintettey, 2022). Доказателство за това са и последните статистики от Института Отворено общество – София, където резултатите от индекса на медийната грамотност за 2022 г. показват, че Финландия е с най-високи нива на медийна грамотност и най-ниски нива на разпространение на фалшиви новини и дезинформираност. Макар да е прието децата във Финландия да получават смартфон на 7-годишна възраст, подготовката и дискусиите за опасностите на съвременния дигитален свят започват от детската градина. Последна в борбата с дезинформацията и развитието на медийната грамотност е Грузия, а от страните – членки на Европейския съюз, България е на дъното на класацията, като заема 33-о място от общо 41 държави, включени в проведеното изследване (Lesenski, 2022). Хората между 18–29-годишна възраст се информират за новините по света основно чрез интернет и социалните мрежи (Lindner, 2024). В Америка също започват сериозни дискусии за важноста на медийната грамотност. Едно от предложенията за справяне с дезинформираността е осъществяването на образователна програма за медийна грамотност чрез международен съюз от експерти (Hicks-Goldston, 2019). Данните показват, че само 36% от американското население могат да различават фактически изявления от лични мнения в новинарските статии (Lindner, 2024). А 70% от американските учители, анкетирани за същото мащабно изследване, посочват, че учениците често имат затруднения да определят дали информацията, на която са попаднали в интернет, е фалшива, или не. Дезинформацията е феномен, който тепърва ще се наблюдава в съвременното дигитално грамотно общество. Медийната грамотност спомага за борбата срещу дезинформираността именно чрез възпитаването на критично/аналитично мислене. Концепцията

на медийната грамотност, както се споменава и в по-горните редове, е да възпитава ключови компетенции, замислени още преди проблемът с дезинформацията да стане толкова видим (Dell, 2019; McDougall, 2019). Вездесъщият медиен пейзаж днес променя значението на това; какво е да бъдеш ангажиран гражданин. Нормативните показатели за ангажираност – гласуване, участие в граждански групировки, ерозират в контекста на онлайн застъпничеството, социалния протест, „харесването“, „споделянето“ и публикуването на мнения (Mihailidis & Thevenin, 2013). Тук отново ключов инструмент не само за измерване, но и за изграждане на активна гражданска позиция, съзнание и гражданска наука е медийната грамотност. Редица изследвания, проучващи новите пътища за ангажиране, предлагат огромни възможности за иновативни подходи към преподаването и изучаването на политическата ангажираност в контекста на новите медийни платформи и технологии. В центъра на всички тях се посочва медийната грамотност като задължително средство за позитивно развитие в този аспект (Kahne et al., 2012; Mihailidis & Thevenin, 2013; Tugtekin & Koc, 2020).

МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ – ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МЕЖДУ ДЕЦА И РОДИТЕЛИ

Основен елемент в медийната педагогика е изграждането на медийна грамотност паралелно с дигиталната грамотност.

Широкото използване на сайтове, различни социални мрежи от деца значително променя начина, по който те общуват не само помежду си, но и с възрастните около тях (Livingstone, 2014). Поради тази причина все повече изследвания насочват усилията си да разберат рисковите възможности, които децата изживяват онлайн. За да се постигне пълноценно развитие на медийна грамотност, е необходимо да се разглежда и позитивното влияние за развитието на децата и техните възможности в дигиталния свят. Следователно е съществено последното да се разглежда като съвкупност от негативи и позитиви. Въз основа на познаването и на двете страни е възможно целенасоченото развитие на позитивите с помощта на медийната грамотност като образователен подход – т.е. чрез медийната педагогика (Potter, 2018). В контекста на детското присъствие в онлайн пространството се набляга и на необходимостта от подаспект на медийната грамотност, а именно социален такъв (Livingstone, 2014). Разбира се, това важи и за възрастните потребители, но предвид на по-крехката и тепърва сформираща се психика на подрастващите потокът от информация, минаващ от социалните мрежи към тях, крие огромни опасности. Наред с вторичната (кибер) виктимизация, кибертормоз и много други се очертават и все по-обширни психологически феномени като нереални очаквания и в себевъзприятието, FOMO ефект (аббревиатура от Fear of Missing Out – страх от пропускане), епистемично изтощение и мн.др.

(Mustafaoğlu et al., 2018). Резултати от изследвания за ефекта на социалните мрежи върху подрастващите показват, че още на възраст между 9–11 години младите потребители са изправени пред въпроса „Кое е реалност и кое не?“. Около 11–13-годишни те са погълнати от въпроса „Какво съдържание в онлайн пространството е забавно“ дори да има видимо негативно или фалшиво послание. До 14–16-годишна възраст нарастващата сложност на техния социален и емоционален живот, както и по-голямата им зрялост допринасят за пренасочване на фокуса към все още изграждащите се ценности. Изследвания акцентират, че израстването в онлайн средата оказва сериозно влияние върху сформирането на тези ценности, а тяхната променяща се ориентация към дигиталния свят (в частност социалните мрежи) се влияе пряко от взаимоотношенията с родителите и като цяло възрастните около тях (Livingstone, 2014). В допълнение, проучване, фокусиращо се върху нарастването на процента на употреба на дигитални технологии от деца по време на COVID-19 пандемията, още веднъж доказва следните негативни и позитивни ефекти (Limone & Toto, 2021):

- Повишената употреба на дигитални устройства като смартфони, компютри и планшети може сериозно да компрометира съня и когнитивните способности на подрастващите;
- Развива се риск от определени психични заболявания като депресия и тревожност, хиперактивност и др.;
- Наблюдава се понижена способност за концентриране върху конкретно извършване на действие или възприемане на текстово съдържание;
- Възможно е развитие на предпоставки към болест на Алцхаймер в по-нататъшното развитие;
- Въпреки че се смятат като заплаха за развиващи се психични заболявания, доказано е, че видеоигрите намаляват депресията и тревожността. Също така те увеличават креативността и обогатяват познанията при подрастващите (Cachón-Zagalaz et al., 2020; Limone & Toto, 2021; Zhang et al., 2021).

Освен всеобщото притеснение, че децата започват да използват дигитални устройства на все по-ранна възраст, много родители се тревожат за съпътстващите негативни ефекти. Същевременно емпиричните изследвания относно това как и защо родителите посредничат при тази употреба на медии са недостатъчни. В съответствие със зоната на проксимално развитие на Виготски проучване измерва на какво ниво са уменията на децата за боравене с дигиталните устройства. Паралелно се измерват и нагласите на родителите относно взаимодействието между децата им и дигиталния свят. Предварително се отчитат няколко характеристики на деца и родители (или други членове на семейството), като се предсказват практиките на родителско посредничество. Търси се и връзката между уменията на децата да боравят с дигитални устройства и това колко от тях имат собствени смартфони и дигитални екрани в детската стая. Онлайн проучване е проведено сред 896 нидерландски

родители с деца на възраст между 0 и 7 години. Резултатите показват, че използването и притежаването от децата на телевизори, игрови конзоли, компютри и сензорни екрани зависят от това доколко те умеят да боравят с тях независимо какви нагласи имат родителите им относно честата им употреба. Тоест дори родителите да имат негативно отношение към това детето им да използва дигитални устройства, ако то има уменията, ще го прави въпреки забраните (Nikken & Schols, 2015). Тук обаче отново се повдига въпросът, че и при добра дигитална грамотност децата не са защитени от рисковете на дигиталния свят, ако нямат добре развита медийна грамотност (Danov, 2016). Роля и отговорност на родителите е да спомагат за паралелното изграждане и на двата типа грамотност по същия начин, по който спомагат за развитието на понятийния апарат в ранна възраст.

ПРЕДПОСТАВКИ ЗА ИЗГРАЖДАНЕ НА МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ В ОБРАЗОВАТЕЛНИЯ ПРОЦЕС

Очертава се спешна нужда от промяна на парадигмата в образованието, която поставя на фокус изграждането на ценности и нагласи при възприемането на информация и процеса на учене съобразно динамично променящия се дигитален свят (Wright et al., 2023).

В общ план, без значение от възраст или клас, приложението на медийната грамотност предлага универсалност и гъвкавост за адаптиране според учебното съдържание и цели (Hristova et al., 2022). Отнасяйки въпроса до различните стилове на учене и схващането на сър Кен Робинсън, че учебният процес трябва да се стреми да отговаря максимално на индивидуалните нужди, то медийната грамотност създава чудесно поле за реализация на тези цели. Подходът в медийната педагогика е да изгражда медийна грамотност като съпътстващ процес в учебното съдържание. Дали ще се преподава урок по биология, физика, химия, литература и прочие, същината на медийната грамотност е да се използва като инструмент по всяка една тема. Въвеждането ѝ като допълнителен предмет в училище е обект на строги възражения поради ред причини. Едни от тях са например нуждата медийната грамотност да се отнася изцяло към практическото ѝ приложение в съвременния дигитален свят и естествената потребност обучаемият субект да се информира по нововъзникнал за него въпрос. Друга причина е ненужното допълнително натоварване на вече наситеното учебно съдържание. Цели се свързването ѝ като спомагателен инструмент с потребностите на обучаемите да боравят със съвременния информационен свят. Ролята на медийната грамотност е нужна в училище от десетилетия. С годините тази потребност се увеличава, не намалява и става все по-видима (Danov, 2023).

През 2023 г. изследване на Gtnux показва, че 80% от учениците в училище не могат да направят разлика между спонсорирано съдържание в интернет и

истински новини. 52% от анкетираните учители към същото мащабно изследване посочват, че учениците нямат уменията да оценяват съдържанието в интернет (Gitnux, 2023). Следователно възниква фундаменталният въпрос „Как в съвременната „лавина“ от информация медийната грамотност да се изгражда като съпътстващо умение наред с всичко останало, което се изучава през целия образователен процес?“ – Председателят на Американската асоциация на психолозите посочва, че дезинформацията има само педал за газ и ускорява мощно, но няма никакъв педал за спирачка. Медийната грамотност може да бъде единственият регулиращ процес за адекватно справяне с проблема. Експерти в областта на медийната педагогика и медийната грамотност, както и педагози от предучилищна, начална и гимназиална педагогика системно разработват уроци, свързани с учебното съдържание, които да са съобразени с нуждите на съвременния дигитално-информационен свят. Учителят заема ролята на медиатор между информацията и обучаемите и насочва дидактическият процес така, че медийната грамотност да бъде съпътстващо средство, чрез което обучаемите да намират информация по поставената тема на урок или учебна задача. От съществено значение е учителите да осъзнават и разбират правилно потребността от медийна грамотност и прякото ѝ отражение върху цялостното развитие на обучаемите (Danov, 2016).

Присъствието на дигиталните устройства в живота на децата съпътства тяхното развитие и това буди много сериозни въпроси от психологическа, правна, етична и педагогическа гледна точка (Penev & Peneva, 2011; Stoeva, 2017). Много от възникващите проблеми при съвременните деца са изкуствено създадени, т.е. те просто са резултат от неправилни усилия от страна на педагози и родители (Stoeva, 2017). Статистиката за това колко деца от различни възрастови групи прекарват n на брой часове пред екраните е достатъчно красноречива. Средно по последни изследвания от 2016 г. 97% от българските деца на възраст 9–17 години са активни потребители на интернет, което в сравнение с резултати от 2010 г. показва сериозно покачване. През 2016 г. една четвърт от всички български деца стават потребители на интернет едва на 7 години, а 15% – още на 4 или 5 години (European Commission, 2016). В дигиталния свят детският глас има все по-голямо влияние и все по-голямо значение, необходимо е той да се развива в позитивна посока. Изследване от 2017 г. описва глобалната картина в света за децата в дигиталния свят. Резултатите показват, че един от всеки трима потребители на интернет в света е дете или подрастващ, само 29% от младите хора по целия свят не са онлайн потребители (основно африканските младежи не са онлайн потребители), а в световен мащаб 71% от 15-годишните са активни онлайн потребители (UNICEF, 2017). Последващо изследване за влиянието на дигиталните технологии върху детското развитие в България показва, че 1 от всеки 7 български деца е било жертва на онлайн тормоз (Център за безопасен интернет, 2023). Във второто десетилетие на новия век ерата на дигиталните технологии и социалните мрежи е

ключов фактор, а това поставя нови предизвикателства пред образованието. На този фон България е на последно място сред държавите в Европейския съюз по медийна грамотност за 2023 г. Първенец е Финландия, макар, както бе посочено, като общоприето правило финландските деца да не получават смартфон до 7-годишна възраст. Въпреки това финландските детски градини отделят значително внимание на ранната медийна грамотност (Lesenski, 2022, 2023). Друго проучване показва, че 70% от децата прекарват пред екран по над 3 часа всекидневно, както и над 82% от възрастните. То обхваща 11 000 души от Европа, Южна Африка, Южна Америка и Азия. Тези данни са посочени от „Касперски“, компания за киберсигурност, като изследването търси връзката между прекараното време пред екран от родителите и децата. Логично децата вземат пример от родителите си и когато възрастните прекарват повече време пред дигиталните устройства, няма как да се очаква по-различна картина при подрастващите. Едва 19% от децата, чиито родители прекарват по над 2 часа на ден пред екрана на смартфон, не следват този пример (Национална мрежа за децата, 2021). Коментира се и явлението, че често пъти поради прекомерна употреба на екрани специалисти поставят диагноза „аутизъм“ на деца, когато явлението се оказва „екранно дете“. С тази проблематика се занимава проектът „Екранни деца“ на Центъра за приложни невронауки „Везенков“, възникнал именно поради нарастващата тенденция деца, прекарващи прекомерно време пред екраните, да демонстрират симптоми, наблюдавани при аутизма (Център за приложни невронауки „Везенков“, 2022).

В образователния процес обаче третирането на проблема с влиянието на новите технологии не се отнася само до превенция или справяне с дигиталните зависимости на подрастващите. За пълноценното разрешение е необходимо разбирането от страна на педагозите, че дигиталният свят е свързан с „дигиталните местни“ и ще бъде част от тяхното бъдеще. Справянето с феномени като дигиталните зависимости и дезинформацията не може да бъде решено само с форсирано ограничение на дигиталния свят (Mishra et al., 2018; Trevallion & Nischang, 2021). Педагозите трябва да разбират потребностите и функциите на дигиталното присъствие в образователния процес не като заплаха, а като мощен инструмент. Интернет дава възможност обучаемите да учат по много разширен начин и да пътуват по света, без да напускат образователната среда (Danov, 2016). Разликата в достъпа до дигитални устройства и интернет вече започва да притъпява границите си според различните демографски характеристики и отделните региони (Racheva, 2018). Водещото навлизане на медийната грамотност в образованието трябва да се организира чрез изготвяне на национална рамка (Danov, 2021). Основен елемент е медийната грамотност да се използва като инструмент за запазване на любопитството и любознателността, които в образователната система в момента не само не се стимулират достатъчно, но се и изгубват. Съвременната образователна система още използва модела на индустриалната революция, възпитавайки

индустриалния човек и функционирайки с „твърде много изрезки“. Поставената рамка кара обучаемите да влязат в дадена норма, да развият конкретни познания, без да има гъвкавостта да улавя и развива личните умения да индивиди. Не се насърчават увереността, любопитството и критичното мислене на необходимото ниво спрямо предизвикателствата на съвременния свят. Ако един индивид не се обучава добре по математика, това не означава, че няма да се развие като изкусен дърводелец. В глобален мащаб неправилното справяне с предизвикателствата пред съвременната образователна система води до отпадане и непълноценно развитие на твърде голям брой обучаеми. Индивидът има нужда да се изявява в образователния процес, да си задава въпроси, възникнали на базата на неговите интереси, и задълбочено да търси отговори, поставяйки си сам задачи и цели и устремено преследвайки тяхното изпълнение (Robinson, 2016). Медийната грамотност на свой ред предлага именно поле за действие, в което обучаемият да се изявява, да стимулира и провокира критичното си мислене и търсенето на отговори, да създава дискусии и да взема успешно участие във и да иницира сам дебати. За тази цел водещите точки за развитието на медийната грамотност в образователния процес независимо дали в предучилищна, начална или гимназиална подготовка са (Danov, 2021):

- изготвяне на работеща учебна програма по медийна грамотност, обединяваща целите, ценностите и дейностите на участващите в нея като актуализиран образователен подход;
- проучване и прилагане на педагогическите, психологическите, журналистическите, правните и етичните аспекти на формирането на медийната грамотност в образованието на бъдещите педагози;
- правилно разбиране на активното приложение на дигиталните технологии в образователния процес. Не е решение да се ограничи негативният ефект, като се ограничат употребата и достъпът до интернет и дигиталните технологии. Бъдещите поколения ще са функциониращи в свят с дигитални технологии и трябва да са правилно подготвени за него;
- канализиране на усилията да се осведоми българското общество за значимостта, функцията и необходимостта от медийната грамотност като основна компетентност в дигиталната ера (Danov, 2021 по European Media Coach Initiative).

Отговорността на родителите и педагозите е да подкрепят подрастващите в дигиталната ера и да ги подготвят за предизвикателствата, които крие тя (Stoeva, 2017). В предучилищна възраст децата все още сформират уменията си да имитират и по този начин изучават заобикалящия ги свят. Ето защо, освен че отговорността за личния пример пада върху възрастните (педагози, родители, настойници), е много необходим насърчаващият стил на обучение. В Монтесори педагогиката например се възприема, че имитацията сама по себе си не е феномен. Репетирането за добиване на уменията да се имитира е водещото при децата от под една година до предучилищна възраст. Смята

се, че външната цел е само стимул за децата, а потребността от повторение е сформираща действието. Често за възрастните тази репетиция е незначителна, ако не и нелепа, но за децата до предучилищна възраст е съществена. Например, ако детето има за цел да изкачи стълби, потребността не е от самото изкачване. Навярно то ще слезе и ще продължи да ги изкачва отново и отново с вглъбеност в действието. Забележителен феномен е и съсредоточеността на децата в предучилищна възраст към определени „упражнения от практическия живот“. Впечатляващо е как например дете е приело за цел да полира с помощта на парцалче месингов съд. Отдадеността към детайлите и старанието може да е чужда дори на повечето възрастни. Тези повторения обаче трябва да бъдат подкрепяни от възрастните и да не се прекъсват, тъй като в Монтесори педагогиката се приема, че децата имат нужда да чувстват завършеност на действията си. По този начин те изграждат увереност в усвоените умения и не губят интерес към извършването на дадено действие (Montessori, 2017: 20, 23 117, 219). Стимулирането на известна самостоятелност и подкрепа в действията трябва да се пренася и в изграждането на медийна грамотност още в предучилищна възраст. Това, че децата стоят спокойно на фотьойл или чин с телефон/таблет в ръцете, съвсем не означава, че детето е в безопасна среда. Макар така да изглежда отстрани, пренасянето се в дигиталния свят, то очевидно е изложено на много опасности. Контролът от страна на възрастните не трябва да се изразява само в строги забрани и надзор. Отново подходът следва да е насърчаване и има за цел изграждане на самодисциплина и умения за филтриране на информацията, достъпна в дигиталния свят, дори още от предучилищна възраст (Stoeva, 2017). Усвояването на дадени умения и познания не е въпрос на заповеди, принуда и заставяне, а на консенсус и придобиване на опит, който на свой ред е стимул за учене (Danov, 2020b). Медията са среда и средство, следователно, когато принудата и ограниченията на възрастните загубят сила, вече развитият индивид може да се окаже неподготвен в дигиталния свят, без самоконтрол и уменията да борави с предизвикателствата. Подкрепящата среда като средство за спомагане на позитивно развитие за дигитално-медийна грамотност и развитието на самостоятелност в общ житейски аспект у децата е необходимост в предучилищното образование (Stoeva, 2017). Ключово за човешкото развитие е образователните похвати да се актуализират, така че да отговарят на съвременния бързо развиващ се свят (Robinson, 2016; Danov, 2020b).

РАЗВИТИЕ НА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ В ПРЕДУЧИЛИЩНА ВЪЗРАСТ

Ранното детско развитие е основополагащо за сформирването на настоящи и бъдещи нагласи, възприятия и навици. В контекста на образованието се възприема, че отношението към ученето се изгражда още от предучилищна

възраст (Angelov, 2019: 17). По отношение на медийната грамотност предучилищната възраст е почвата, в която се засява нейното развитие (Diergarten et al., 2017; Herdzina & Lauricella, 2020).

Още през 1997 г. проучване показва, че деца на възраст от детска градина успяват да се научат как да филтрират рекламните съобщения по телевизията, така че убеждаващите ефекти на рекламите да бъдат смекчени. В заключение от изследването се предполага, че децата умело могат да се научат да разпознават, че рекламите се опитват да продават продукти, и да се отнасят скептично към рекламните твърдения. По този начин е възможно да се намали честотата на исканията на децата за продукти, които са виждали в рекламите, и по-осъзнато да се насочат към ефективността и функционалните характеристики на продуктите. Всичко това говори ясно за намаляване на негативните ефекти от податливостта на една от най-уязвимите аудитории, а именно децата в предучилищна възраст (Banerjee & Kubey, 2012 по Ward et al., 1977). Важно е да се уточни, че въпросът за индивидуалните възприятия и способности е отделен аспект на разглежданата тема. Тъй като за жалост няма еднозначен отговор на въпросите за способностите и заложите, не е възможно да се посочи кое има по-голямо значение – придобитото или вроденото. Същевременно може със сигурност да се посочи, че всяко дете още от най-ранна възраст притежава заложена определена наличност от способности. Това как те се развиват под влиянието на заобикалящата ги среда е определящото. Ако има универсална правилна методика за развитието на детето от ранна детска възраст, то е тази, която отчита индивидуалните физиологични и психологични особености (Dowson & Guare, 2008: 54; Engels-Kritidis, 2020). В този ред приложението на медийната педагогика и в частност обучението на медийната грамотност се стремят да вземат под внимание именно индивидуалния аспект на това как едно дете борави и възприема информацията (Angelov, 2019; Vitanova, 2021). Неслучайно тенденцията в интензификацията на педагогическия процес е към комплексен и цялостен подход при формиране на детската личност (Angelov, 2019 по Petrova, 1967; Vitanova, 2022). Предучилищното образование е изключително важно за развитието на нагласи и отношение и към дигиталния свят, който се очертава като водещ фактор в съвременния човешки бит. В предучилищна възраст децата са заобиколени от дигитални устройства и медийни продукти, но рядко разбират естеството им. Част от причината е уязвимостта на възрастовата група сама по себе си, друга част е, че родителите не отделят достатъчно време, а и нямат нужната подготовка, за да въведат най-младите потребители в дигиталната „ера“ (Zimmer, 2019; Stoyanova, 2024). Ярък пример за това е пандемията от 2020 г., когато се отчете затруднение в баланса между реалния свят на детската игра в предучилищното образование и нуждата да се премине към дигитална среда. Учителите също не бяха достатъчно подготвени за модела на обучение чрез дигитални технологии в предучилищното образование (Foti, 2020; Budiarti, 2022; Stoyanova, 2022; Purešević & Mitranić, 2023). Настрани от извънредната сложна обстанов-

ка, причинена поради пандемията, децата в предучилищна възраст трябва да опознават околния свят чрез игрови похвати (Stoyanova, 2021). Въпреки това традиционните методи е необходимо да се допълнят с обучение по медийна педагогика, в частност медийна грамотност. Поради по-голямата чувствителност на децата към външната среда като визуални, тактилни, вкусови и ароматни стимули в предучилищна възраст е важно да се предостави широк спектър от впечатления и преживявания. Медийните продукти и обучението по медийна грамотност също може позитивно да спомогнат този процес. Това как децата достигат до информацията чрез дигиталните устройства, как боравят с нея, само по себе си оформя нови потребности на децата от поколението Z. В игровия модел трябва да се включат елементи, упражняващи техните умения да правят, избират и управляват информационния поток, достигащ до тях от новите медии (Stoyanova, 2022). Последното предлага директно решение на въпроса – в предучилищното образование да се предвиди разнообразие от дейности и задачи, така че децата да могат да избират между активностите, които трябва да изпълнят (Dowson & Guare, 2008: 148). Остава спорен въпросът доколко и как дигиталните технологии да присъстват в предучилищното образование, но едно е сигурно – ако се говори за развитие на дигитална грамотност, паралелно трябва да се развива и медийната грамотност. Примерът на финландските детски градини е показателен в това отношение – финландските деца нямат достъп до дигитални технологии в предучилищното образование, но същевременно все пак учебното съдържание е фокусирано върху развитието на медийната грамотност (Rantala, 2011; Danov, 2020b). В предучилищна възраст децата изграждат крехък синкретичен образ за заобикалящия ги свят, който постоянно се променя по неструктуриран начин (Engels-Kritidis, 2020 по Vigotski, 1982). Ето защо въвеждането на медийна грамотност в предучилищна възраст – било то от родители или от учители – е важен елемент. Подготовката започва още от факта, че трябва да се проявява критично мислене. Отново препратка към твърдението, че отношението към ученето и интересът към новата информация се залагат от ранна детска възраст. Проявленията на култивираната нагласа се наблюдават впоследствие в по-нататъшното развитие. Неслучайно медийната грамотност в предучилищна възраст е посочвана като важен предиктор за придобиване на бъдещи знания (Schmidt, 2013; Diergarten et al., 2017; Demidov et al., 2019; Jolls, 2024).

РАЗВИТИЕ НА МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ В КЛАСНАТА СТАЯ

Една от насоките в изследването на медийната грамотност е разбирането на предпоставките за нейното изграждане в образователната среда. В зависимост от различните възрастови групи, стилове на учене и стилове на комуникация приложението на медийната грамотност в образователния процес се отличава с изключителна гъвкавост. Следователно една от характеристиките

на медийната педагогика е, че обучаващият е в ролята на медиатор между обучаемите и несметното количество информация. Обучаващият вече не е единствен авторитет и източник на знания и информация, нито пък той единствен притежава функцията да наставлява. Обучаемият има възможност за индивидуална изява, изграждайки лично отношение към изучаваното, като търси отговор на възникналите му въпроси. Целият процес се устройва около умението на обучаемите да намират сами отговор, да филтрират и систематизират информация, като я обвързват около практическите сфери, които ги интересуват (Danov, 2020a).

За целите на този параграф се дава акцент върху практическото приложение на медийната грамотност в образователната среда. За подсилване на практическото значение се използва понятието „класна стая“, под което се включват основното и гимназиалното образование. Понятието се употребява с цел конкретика на приложението на медийната грамотност относно активностите в образователната среда, а не самостоятелните дейности на обучаемите извън нея. В този параграф медийната грамотност се разглежда като мост между обучаемите и практическата значимост на изучавания материал. Медийната грамотност е инструмент обучаемите да усвояват изучаваната материя не само на ниво знания, но и на ниво умения и нагласи. В частност тя прави „по-лична“ връзката между обучаемите и съдържанието, развивайки тяхната функционална грамотност (Danov, 2018). Спомага обучаемите да създават нагласи относно изучавания материал и да го вплитат на ниво ценности (Bloom, 1956). Когато се говори за медийна грамотност, автоматично се възприема понятието за критично мислене, което е в основата на либералното образование (Danov, 2018; Art, 2018: 68).

Редно е да се отбележи, че макар да има множество изследвания по темата и експерти в сферата да предлагат богати дефиниции за медийна грамотност, едва през 2012 г. е направен първият метаанализ върху наличната дотогава научна литература. Фокусът на посочения труд е да обобщи ефективността от провеждане на обучения, включващи развитие на медийна грамотност. Прегледът се състои от общо 51 научни труда, а резултатите показват видима ефикасност за подобряване на учебния процес и уменията за анализиране и систематизиране на информация чрез приложение на медийна грамотност (Jeong, Cho & Hwang, 2012).

Независимо от възрастовата група има множество добри практики за развитие на медийната грамотност в класната стая (Danov, 2019). Неимоверните възможности на интернет и дигиталните технологии дават нови образователни перспективи пред „дигиталните местни“. Неминуемо от бъдещите поколения ще се изисква да развиват умения за критично мислене и боравене с информацията. Само по този начин те ще съумяват да декодират адекватно съобщенията/посланията, предавани от медиите. Като резултат трите основни умения за грамотност: четене, писане и аритметика, вече няма да са достатъч-

ни (Celot, 2012; Petrova, 2019). Изследвания, обхващащи взаимодействието между дигиталните технологии и обучаемите в класната стая, показват добри и лоши практики, както и ползи и минуси при различни класове:

1. Социални аспекти на медийната грамотност в класната стая

Използването на медийната грамотност в класната стая за изграждане на отговорно отношение у учениците относно проблематики в социален аспект съвсем не е ново. Пример за това са проучвания, представящи медийната грамотност като средство за борба с насилието и агресията в детска възраст. Доказано е, че медийната грамотност повишава критичното отношение на децата от различни възрастови групи към насилието, показано в медийно съдържание (Popova & Angelova, 2020). Още през 80-те години са разработени осем плана за уроци по медийна грамотност, целящи да образуват деца от детската градина до втори клас за похватите при създаване на медийно съдържание. Подготовката включва разбиране на различните видове телевизионни програми, технологията на телевизионното производство, разликите между реални и нереални ситуации, представяни по телевизията, както и видовете реклами. Тестове, извършени преди и след провежданите обучения в посочените възрастови групи, свидетелстват за повишаване на знанията за това как работи телевизията, както и за увеличаване на способността на децата да поставят под въпрос и да обсъждат насилието, показано по телевизията (Banerjee & Kubey, 2012 по Singer et al., 1980).

Експерти провеждат пет едночасови обучения в класните стаи на шести клас за проблемите, свързани с насилието, застъпено в медийното съдържание. Отново медийната грамотност се прилага като подход за възпитаване на отношение у обучаемите по посочената проблематика. Тестовите, използвани за целите на проведеното изследване, измерват критичното мислене по темата, разбирането на ключови концепции относно насилието и похватите в дадено медийно съдържание. Резултатите показват значително увеличаване на медийната грамотност у шестокласниците след съответното обучение и отговорно и осъзнато мислене спрямо насилието (Scharrer, 2006).

Обзорен труд обхваща няколко мащабни изследвания относно образователните ползи от употребата на социалните мрежи в класната стая като съпътстващ инструмент. Проучването прилага смесени методи и представя похват, използващ социалната мрежа Twitter (впоследствие преименувано на „X“) като инструмент за преподаване на литература, реторика и най-вече умения за писане. Twitter служи за ангажиране на обучаемите и създаване на общност. В зависимост от изучаваното по литература обучаемите пишат „Tweets“ към конкретен хаштаг по литература и реторика. Специфичното за „Tweets“ е, че публикуващият има ограничен брой позволени символи, т.е. трябва да пише кратко и ясно. По този начин обучаемите се учат да извличат сентенцията и да пресъздават послание с малък брой думи. Ключов компонент е обучаемите да имат чувство за принадлежност, когато изучават даден предмет. Това пре-

нася ангажирането с предмета на ниво, в което обучаемите могат да покажат на уменията си и да изградят отговорност за създаването от тях съдържание. Същевременно имат възможност да се свързват помежду си даже и да се намират в различни градове и да дискутират изучаваното по литература сякаш са в едно образователно пространство. На второ място, но не и по-маловажно, е изграждането на мост между поколенията и културните различия. Литературата често дискутира творчество, изключително далечно от времето, в което живеят обучаемите. Използването на социални мрежи – нещо, което им е познато, може да спомогне за по-задълбочено разбиране на изучаваното (Vie, 2021). От посоченото изследване става ясно, че преподаването на медийната грамотност в класната стая спомага за изграждането на активна гражданска позиция. Прилагането ѝ позволява на обучаемите да използват гласовете си чрез активно участие в онлайн дейности, опознавайки значението и отговорността на активната гражданска позиция (McDougall et al., 2018). Един от подкрепящите аргументи към това твърдение е изследване, използващо медийната грамотност като метод за изграждане на чувство за идентичност и самоувереност при чернокожи момичета, навлизащи в тийнейджърските години. Резултатите показват, че възпитаването на критично мислене чрез методите на медийната грамотност спомага за справяне с негативните ефекти, причинявани от медийното съдържание относно чернокожи момичета (Jacobs, 2016). Съществено важно е в училище да се адресира навременно проблемът със социалната дискриминация, първичната и вторичната медийна виктимизация, кибертормоза и други аспекти на медийното влияние. Медийната грамотност е в действие, когато тя „влезе“ в класната стая и бъде отнесена до практиката на злободневните въпроси. Обучаемите са активни и аналитични по въпроси, които така или иначе вълнуват тяхното всекидневие, но се учат да ги адресират по осъзнат и пълноценен начин (Valchanov, 2018; Hobbs, 2021; Daskalova-Petkova et al., 2022: 147; Danov, 2023).

Независимо изследване коментира желанието на учениците да използват социалните медии. Следователно е добре те да бъдат научени как да взаимодействат с тях ползотворно, предпазвайки се от негативните ефекти. Наред с това естественият интерес към социалните медии може да се използва за ангажиране на обучаемите към образователното съдържание. Работата с таксономията на Блум се посочва като ефикасно решение за изграждане на медийна грамотност и отговорно поведение в социалните мрежи (Callens, 2014).

2. Медийната грамотност в класната стая като средство за запазване на любопитството и любознателността

Училището трябва да помага на учениците да придобият способността да се учат и да запазят това желание през целия живот. Тази способност включва по-голяма лична отговорност на подрастващите относно обучението и собственото им развитие (Schludermann, 1999). Впоследствие все повече се наблюдават тенденцията и развитието на нагласата за учене през целия живот. Сама

по себе си тя е необходимост, съпътстваща динамиката на дигиталната революция (Trilling & Fadel, 2009; Karagyozyova, 2015). Европейската комисия посочва като водещ приоритет в образователния процес изграждането на ключови компетентности относно знания, умения и нагласи за учене през целия живот (European Commission, 2018).

Проучване изследва разликите между две демографски сходни групи на ученици от 11. клас. Изследването има за цел да сравни развитите умения за търсене и систематизиране на информация, разбиране на аудио, визуални и текстови послания. Едната група преминава през едногодишен курс по английски език, строго фокусиран върху развитието на медийната грамотност като инструмент за обучение. Другата група изучава английски език по традиционните методи на преподаване. Резултатите показват, че обучението по медийна грамотност подобрява способността на учениците да идентифицират основните идеи в писмени, аудио и визуални медии. Открити са и статистически значими разлики за количеството и качеството на писане на обучаемите, преминали през обучението с медийна грамотност. Отчита се подобрение и на способността за идентифициране на целта, целевата аудитория, гледната точка и техниките за съставяне на даденото медийно послание (Hobbs, & Frost, 2003).

Друго такова проучване предлага в часовете по чуждоезиково обучение – в частност английски език, да се използват английски и американски новинарски канали. Целта е учениците от различните възрастови групи да се запознаят на практическо ниво с английския език, докато разбират механизмите и журналистическите похвати на чуждестранните медии. Отново медийната грамотност се прилага като инструмент за навигиране на този образователен подход (Dvorghets & Shaturnaya, 2015).

3. Медийната грамотност в класната стая и влиянието на ситуацията с COVID-19

Пандемията от COVID-19, която обхваща целия свят през пролетта на 2020 г., принуди населението на планетата да използва активно световната мрежа и медиите, защото те се превърнаха в основен източник на информация и средство за комуникация. Същевременно този факт беше от полза за „недоброжелателите“, които пуснаха невярна информация за статистиката на заразените с новия вирус, за средствата за борба с него и мн.др. (Khanina et al., 2021).

В този стресиращ период експерти в сферата на образованието и здравеопазването алармираха, че учениците могат да бъдат засегнати от отрицателни въздействия по време на онлайн обучение в условията на COVID-19 поради нарастващото потребление на цифровия свят. Следователно обучението по медийна грамотност е необходимо за учениците и трябва да се превърне в основна способност за преодоляване на негативни и отрицателни влияния, разбиране и развитие на критично мислене. Дезинформацията по време на пандемията очерта необходимостта от медийната грамотност достатъчно

ясно, учениците, обучаващи се от вкъщи в онлайн среда, бяха едни от най-уязвимите потребители (Hidayat, 2021). Действително дистанционното обучение осигурява гъвкавост в учебната среда и е важен модел на обучение, който допълва обучението на живо. Въпреки това по време на неочакваната пандемия от COVID-19 моделът на дистанционно обучение беше използван като алтернативен модел на обучение, макар и временно, и в този процес бяха изпитани определени проблеми. Много от хипотезите, които предполагаша големи позитиви от виртуалната класна стая, бяха отречени. За сметка на това други, подценявани дотогава позитиви изплуваха на преден план (Aydin & Erol, 2021).

Изследване подчертава начините и средствата за формиране на умения за медийна грамотност у учениците в условията на неочакваното преминаване в пълна форма на дистанционно обучение през периода на блокиране на пандемията от COVID-19. Резултатите показват положителната динамика в развитието на рефлексивно-оценъчните, търсещо-творческите и екипните умения на обучаемите в експерименталната група. При използването на похватите на медийната грамотност също така се наблюдава и подобрене във владенето на английски език. Авторите на това проучване посочват, че резултатът от него е потенциално подходящ за преподаватели, които се интересуват от приложението на медийните технологии в чуждоезиковото обучение (Bilotserkovets et al., 2021).

От гледна точка на пандемията е важно да се отбележи, че уменията за медийна грамотност и научна медийна грамотност (разбиране на научна литература от потребители, които не са в научните области) подпомагат възприемането на здравословно поведение, като допринасят за придобиване на знания и очаквания (Austin et al., 2021). Друго изследване обаче проверява влиянието на медийната грамотност върху медийното доверие, възприемането на фалшиви новини и мотивацията за проверка на факти, които са в основата на разпространението на непроверена информация по време на пандемията от COVID-19. Резултатите опровергават медийната грамотност като решение срещу разпространяването на фалшивите новини. В труда се посочва, че са необходими още много изследвания по темата, за да се допълни това твърдение, но се предполага, че разпространението на фалшивите новини може би е факт, който модерното и дигитализирано общество просто трябва да приеме (Lee & Lee, 2022). В контекста на образованието и ситуацията в класната стая такъв отговор е не само притеснителен, но и много незадоволителен. Известно е твърдението, че значението и развитието на медийната грамотност в образованието и в частност в класната стая се подценяват в немалко държави. Този факт може да не е бил от значение преди пандемията от COVID-19, но при нейното избухване стана ясно, че много училища и висши учебни заведения не са достатъчно подготвени. При преминаването в онлайн формат затруднение изпитаха не само обучаемите, но и учителите и преподавателите.

Обзорна статия представя европейските препоръки към образователната система в Полша през последните десет години, като основен акцент се поставя на необходимите промени в училище. Като едни от главните приоритети се очертават подобриенето на комуникацията между учители и ученици в условията на дигитализацията и развитието на медийна грамотност (Cicha et al., 2021). Мащабно изследване пък обхваща възгледите на турските учители по турски език в условия на онлайн обучение. Като основна препоръка в заключението се посочва да се използват мултимедийни материали, позволяващи двупосочно взаимодействие между учители и ученици. Целта е подобряването на комуникацията и взаимодействието между учители и ученици, а медийната грамотност в класната стая стъпва именно върху такива похвати (Aydin & Erol, 2021). В перспектива след взаимодействието в класната стая след пандемията и онлайн обучението се отчитат по-високи нива на медийна грамотност у 20–25-годишните потребители на интернет (Khanina et al., 2021). Това е в директно противоречие със споменатата по-горе теза, че фалшивите новини са просто феномен на дигитализацията, който трябва да се приеме.

Може да се обобщи, че темата за ползите от медийната грамотност в класната стая е обект на множество дискусии. Неслучайно повечето изследвания се отнасят за възрастовите групи при деца от началното и средното училище (Banerjee & Kubey, 2012 по Austin & Johnson, 1997; Austin et al., 2005; Banerjee & Greene, 2006; Bergsma & Ingram, 2001; Chen, 2009). Отговорност на педагозите е да се съобразяват със и да съчетават новите технологии и интересите на обучаемите в класната стая, за да я направят релевантна към потребностите на модерния свят (Richardson, 2010).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Необходимостта от правилното разбиране и приложение на медийната педагогика се очертава като ключов фактор за възходящото развитие на децата в съвременния дигитален свят. Възпитаването на медийна грамотност е определящо това, дали децата ще използват медиите, или медиите ще използват децата. В динамиката на дигиталните устройства, интернет и изкуствения интелект все повече се говори за нуждата от учене през целия живот, за да може индивидът да отговаря адекватно и с необходимите компетенции на новите предизвикателства по пътя на своето развитие. Медийната грамотност е един от водещите инструменти в този процес. Усвояването и прилагането ѝ е необходимост, излизаща извън рамките на задължително изучаваното съдържание в образованието от предучилищна възраст до завършване на висше образование. Тя е подходът на индивида сам да навигира умело в несметното количество информация и да не спира да развива критичното си мислене. Ограничеността на настоящия текст не позволява да се извличат изводи за глобални тенденции или съществени заключения. Въпреки това се набелязва една ясна посока за

актуалността на темата за медийната грамотност и необходимостта от медийна педагогика в отговор на съвременните образователни потребности.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Angelov, B. (2019). *Predychilishtno obrazovanie – Retrospektia, sustoqnie, tendencii, predizvikelstva I promeni*. [Ангелов, Б. (2019). Предучилищното образование – ретроспекция, състояние, тенденции, предизвикателства и промени.]. Sofia: UI “Sv. Kliment Ohridski”, 17–20, 52–54.
- Art, S. (2018). Media literacy and critical thinking. *International Journal of Media and Information Literacy*, 3 (2), 66–71.
- Austin, E. W., Austin, B. W., Willoughby, J. F., Amram, O. & Domgaard, S. (2021). How media literacy and science media literacy predicted the adoption of protective behaviors amidst the COVID-19 pandemic. *Journal of health communication*, 26 (4), 239–252.
- Aydin, E. & Erol, S. (2021). The views of Turkish language teachers on distance education and digital literacy during covid-19 pandemic. *International Journal of Education and Literacy Studies*, 9 (1), 60–71.
- Banerjee, S. C. & Kubey, R. (2012). Boom or boomerang: A critical review of evidence documenting media literacy efficacy. *The international encyclopedia of media studies*.
- Baran, S. (2011). EBOOK: Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture. McGraw Hill.
- Bilotserkovets, M., Fomenko, T., Gubina, O., Klochkova, T., Lytvynko, O., Boichenko, M. & Lazareva, O. (2021). Fostering media literacy skills in the EFL virtual classroom: A case study in the COVID-19 lockdown period. *International. Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 20 (2), 251–269.
- Bloom, B. S. (1956). Taxonomy of Educational Objectives. *The classification of educational goals*. New York: David McKay Company.
- Budiarti, E. (2022). Problematics of Digital Literacy Implementation in Early Children at Nurul Aulia Kindergarten, Depok. *International Journal of Emerging Issues in Early Childhood Education*, 4 (2), 70–79.
- Burford, S. & Park, S. (2014). The impact of mobile tablet devices on human information behaviour. *Journal of documentation*, 70 (4), 622–639.
- Cachón-Zagalaz, J., Sánchez-Zafra, M., Sanabrias-Moreno, D., González-Valero, G., Lara-Sánchez, A. J. & Zagalaz-Sánchez, M. L. (2020). *Systematic review of the literature about the effects of the COVID-19 pandemic on the lives of school children*. *Frontiers in psychology*, 11, 569348.
- Callens, M. V. (2014). Using Bloom’s taxonomy to teach course content and improve social media literacy. *Journal of Interdisciplinary Studies in Education*, 3 (1), 17–26.
- Celot, P. (2012). *EAVI studies on media literacy in Europe*. *Medijske studije*, 3 (6), 76–82.
- Cicha, K., Rutecka, P., Rizun, M. & Strzelecki, A. (2021). Digital and media literacies in the Polish education system–Pre-and Post-COVID-19 perspective. *Education Sciences*, 11 (9), 532.
- Ciurel, D. (2016). Media literacy. *Professional communication and translation studies*, (9), 13–20.

- Danov, D. (2016). *Pedagogika na mediinata komunikatsia*. [Данов, Д. (2016). Педагогика на медийната комуникация.]. Sofia: UI "Sv. Kliment Ohridski", 200, 6–87, 87–99.
- Danov, D. (2018). *Mediina pedagogika I (multi)mediina gramotnost. Decata I mediite*. [Данов, Д. (2018). Медийна педагогика и (мулти)медийна грамотност. Децата и медиите.]. Sofia: UI "Sv. Kliment Ohridski", 39–64.
- Danov, D. (2019). Development of Media Literacy as a Key Requirement of the European Union. [Данов, Д. (2019). Развитие на медийната грамотност като ключово изискване на Европейския съюз.]. *Problemi na postmodernostta*, 9 (2), 284–294.
- Danov, D. (2020). *Mediina gramotnost: Pogled otblizo*. [Данов, Д. (2020). Медийната грамотност: Поглед отблизо.]. *Archive (Educational Studies)*. Tom I, br. 1, 4–13, 5–8.
- Danov, D. (2020a). *Digitalizatsia I obrazovanie: Inovativnost, kreativnost I Interkyltyrnost*. [Данов, Д. (2020a). Дигитализация и образование: иновативност, креативност и интеркултурност.]. Sofia: UI "Sv. Kliment Ohridski", 165, 14–49, 49–91, 144–154.
- Danov, D. (2020b). *Mediina gramotnost: preosmislqne na opita*. [Медийната грамотност: преосмисляне на опита.]. [Данов, Д. (2020b). Sofia: UI "Sv. Kliment Ohridski", 200, 6–40.
- Danov, D. (2021). *Evropeiskata iniciativa "Media koych" kao sredstvo za razvitie na mediinata gramotnost v Bulgaria*. [Данов, Д. (2021). Европейската инициатива „Медия коуч“ като средство за развитие на медийната грамотност в България.]. *Godishnik na SU, FNOI, Kniga Pedagogicheski nauki*, T. 113, 123–142.
- Danov, D. (2023). *Osnovi na mediinata pedagogika. Putevoditel v sveta na digitalnata kultura I neinite sredstva*. [Данов, Д. (2023). Основы на медийната педагогика. Пътеводител в света на дигиталната култура и нейните средства.]. Sofia: UI "Sv. Kliment Ohridski", 168, 15, 23–24, 100–150.
- Dame Adjin-Tetty, T. (2022). Combating fake news, disinformation, and misinformation: Experimental evidence for media literacy education. *Cogent arts & humanities*, 9 (1), 2037229.
- Daskalova-Petkova, P., Lazarova, D., Zamfirov, M. (2022). *Stres I trevozhnost pri studentite po vreme na onlain obuchenieto*. [Даскалова-Петкова, П., Лазарова, Д., Замфиров, М. (2022). Стрес и тревожност при студентите по време на онлайн обучението.]. *Godishnik na SU, FNOI, Kniga Pedagogicheski nauki*, T. 15, godina 3, 147.
- Dawson, P. & Guare, R. (2008). *Smart but Scattered*. [Доусън, П. & Ричард, Г. (2018). Умни, но разсеяни. Прев. Ан. Мичев.]. Plovdiv: Hermes, 53, 148.
- Dell, M. (2019). Fake news, alternative facts, and disinformation: the importance of teaching media literacy to law students. *TOURo L. REv.*, 35, 619.
- Demidov, A., Melnikov, T., Moskvina, A. & Tretyakov, A. (2019). The organization of ecological education of per-school children by means of media literacy education: theory, national policy, scientometrics and vectors of development. *Mediaobrazovanie*, (4), 470–481.
- Diergarten, A. K., Möckel, T., Nieding, G. & Ohler, P. (2017). The impact of media literacy on children's learning from films and hypermedia. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 48, 33–41.
- Dvorghets, O. S. & Shaturnaya, Y. A. (2015). Developing students' media literacy in the English language teaching context. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 200, 192–198.

- Engels-Kritidis, R. (2020). *Individualizatsia i diferentsiatsia nd pedagogicheskoto vzaimodeistvie v detskata gradina*. [Енгелс-Критидис, Р. (2020). Индивидуализация и диференциация на педагогическото взаимодействие в детската градина.]. Sofia: UI "Sv. Kliment Ohridski", 11–21, 50–53.
- Falk, E. B., Berkman, E. T. & Lieberman, M. D. (2012). From neural responses to population behavior: neural focus group predicts population-level media effects. *Psychological science*, 23 (5), 439–445.
- Foti, P. (2020). Research in distance learning in Greek kindergarten schools during the pandemic of COVID-19: Possibilities, dilemmas, limitations. *European Journal of Open Education and E-learning Studies*, 5 (1).
- Friesen, N. & Hug, T. (2009). The mediatic turn: Exploring concepts for media pedagogy. *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. Frankfurt a. M.: Lang, 63–83.
- Haleem, A., Javaid, M., Qadri, M. A. & Suman, R. (2022). Understanding the role of digital technologies in education: A review. *Sustainable operations and computers*, 3, 275–285.
- Herdzina, J. & Lauricella, A. R. (2020). Media literacy in early childhood report. *Child Development*, 101, 10.
- Hicks-Goldston, C. (2019). The new digital divide: Disinformation and media literacy in the US. *Media Literacy and Academic Research*, 2 (1), 49–60.
- Hidayat, F. P. (2021). Media literacy education for students during learning online the Covid-19 pandemic. *Edunesia: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 2 (3), 628–634.
- Hobbs, R. (1999). The seven great debates in the media literacy movement. *Journal of Communication*, 48 (2), 9–29.
- Hobbs, R. (2021). *Media literacy in action: Questioning the media*. Rowman & Littlefield.
- Hobbs, R. & Frost, R. (2003). Measuring the acquisition of media-literacy skills. *Reading research quarterly*, 38 (3), 330–355.
- Hristova, A., Petrova, S., Tosheva, E. & Papazova, E. (2022). Instrumenti za ocenqvane na umeniqt za samoregylirano uchene. [Христова, А., Петрова, С., Тошева, Е. & Папазова, Е. (2022). Инструменти за оценяване на уменията за саморегулирано учене.]. Institut za izsledvaniya v obrazovaniето, 8 (72).
- Hwang, Y., Ryu, J. Y. & Jeong, S. H. (2021). Effects of disinformation using deepfake: The protective effect of media literacy education. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24 (3), 188–193.
- Jacobs, C. E. (2016). Developing the “oppositional gaze”: Using critical media pedagogy and Black feminist thought to promote Black girls' identity development. *Journal of Negro Education*, 85 (3), 225–238.
- Jeong, S. H., Cho, H. & Hwang, Y. (2012). Media literacy interventions: A meta-analytic review. *Journal of communication*, 62 (3), 454–472.
- Jolls, T. (2024). *Media Literacy: A Global Methodology for Teaching and Learning in the 21st Century* (Doctoral dissertation, Bournemouth University).
- Jones-Jang, S. M., Mortensen, T. & Liu, J. (2021). Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't. *American behavioral scientist*, 65 (2), 371–388.
- Kahne, J., Lee, N. J. & Feezell, J. T. (2012). Digital media literacy education and online civic and political participation. *International journal of communication*, 6, 24.

- Karagyozyova, N. (2015). "Uchene prez celiq zhivot" – vodeshta cennost za suvremeniq uchitel. [Карагъозова, Н. (2015). „Учене през целия живот“ – водеща ценност за съвременния учител.]. *Pedagogika*, 87 (8), 1103–1109.
- Khanina, A., Zimovets, A. & Maksimenko, T. (2021). The role of media and information literacy during COVID-19 pandemic and post-pandemic period. *International Journal of Media and Information Literacy*, 6 (1), 111–118.
- Lee, E. H., Lee, T. & Lee, B. K. (2022). Understanding the role of new media literacy in the diffusion of unverified information during the COVID-19 pandemic. *New Media & Society*, 14614448221130955.
- Lesenski, M. (2022). *Indeks za mediina gramotnost 2022. Kak zapochna vsichko i kak produlzhava?* [Лесенски, М. (2022). Индекс на медийната грамотност 2022. Как започна всичко и как продължава?]. Sofia: Institut Otvoreno obtestvo", 3–15.
- Lesenski, M. (2023). *Indeks za mediina gramotnost 2023. Izmervane na uqzvimostta na obshchestvata kum dezinformaciq.* [Лесенски, М. (2023). Индекс за медийна грамотност 2023. Измерване на уязвимостта на обществата към дезинформация.]. Sofia: Institut Otvoreno obtestvo", 2–20, 5–12.
- Lewis, J. & Jhally, S. (1998). The struggle over media literacy. *Journal of communication*, 48 (1), 109–120.
- Limone, P. & Toto, G. A. (2021). Psychological and emotional effects of Digital Technology on Children in Covid-19 Pandemic. *Brain Sciences*, 11 (9), 1126.
- Lindner, J. (2024). Media Literacy statistics reveal alarming trends in news consumption habits. Gitnux Report 2024. Education and Learning Statistics.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The communication review*, 7 (1), 3–14.
- Livingstone, S. (2014). Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites. *Communications*, 39 (3), 283–303.
- Livingstone, S., Mascheroni, G. & Staksrud, E. (2018). European research on children's internet use: Assessing the past and anticipating the future. *New media & society*, 20 (3), 1103–1122.
- Manliherova, M. (2019). *Predizvikelstvata pred mediinata gramotnost i mediinoto obrazovanie.* [Манлихерова, М. (2019). Предизвикателствата пред медийната грамотност и медийното образование. – В: Медии и журналистика – професионалните стандарти между властта и парите.].
- McDougall, J. (2019). Media literacy versus fake news: critical thinking, resilience and civic engagement. *Media studies*, 10 (19), 29–45.
- McDougall, J., Zezulkova, M., Van Driel, B. & Sternadel, D. (2018). Teaching media literacy in Europe: evidence of effective school practices in primary and secondary education, NESET II report.
- Mihailidis, P. & Thevenin, B. (2013). Media literacy as a core competency for engaged citizenship in participatory democracy. *American behavioral scientist*, 57 (11), 1611–1622.
- Mishra, P., Henriksen, D., Mishra, P. & Henriksen, D. (2018). A new definition of creativity. Creativity, technology & education: Exploring their convergence, 17–23.
- Montessori, M. (1949). *Popivastiyat um.* (D. Cheshmedzhieva-Stoicheva, Trans.). [Монтесори, М. (2017). Попиващият Ум. Издателство Асеновци (Прев. Д. Чешмеджиева-Стойчева).]. Montessori-Pierson Publishing Company, 20, 23 117, 219.

- Mustafaoğlu, R., Zirek, E., Yasacı, Z. & Özdiñçler, A. R. (2018). The negative effects of digital technology usage on children's development and health. *Addicta: The Turkish journal on addictions*, 5 (2), 13–21.
- Neag, A., Bozdağ, Ç. & Leurs, K. (2022). Media literacy education for diverse societies. In: *Oxford Research Encyclopedia of Communication*.
- Nikken, P. & Schols, M. (2015). How and why parents guide the media use of young children. *Journal of child and family studies*, 24, 3423–3435.
- O'Neill, B. (2010). Media literacy and communication rights. *International communication gazette*, 72 (4–5), 323–338.
- Peicheva, D. (2014). Mediinata gramotnost kato chast ot publichnata kompetentost za uchastie v digitalnata sreda. [Пейчева, Д. (2014). Медийната грамотност като част от публичната компетентност за участие в дигиталната среда.]. *Problemi na postmodernostta*, T. IV, br. 3, 67–68.
- Penev, R. & Peneva, L. (2011). Etnoproekcii na factorite, provokirashti agresivni proqvi v preduchilishtna vuzrast. [Пенев, Р. & Пенева, Л. (2011). Етнопроекции на факторите, провокиращи агресивни прояви в предучилищна възраст.]. *Obrazovanie I tehnologii: inovacii v obuchenieto I poznavatelno razvitie. Godishno nauchno-tehnologichno spisanie*, 2.
- Petrova, S. (2019). Kak se promenq cheteneto v digitalniq svqt I kakvo pokazvat dannite na PISA 2018 za chetivnata gramotnost na bulgarskite ucheici? [Петрова, С. (2019). Как се променя четенето в дигиталния свят и какво показват данните на PISA 2018 за четивната грамотност на българските ученици?]. *Sofia: Institut za izsledvaniya v obrazovaniето*, 1–10.
- Popova, S., Popova, Zh. & Angelova, V. (2020). *Decata v mediite. Izsledvane na UNICEF I AEZH-Bulgaria*. [Попова, С., Попова, Ж. & Ангелова, В. (2020). Децата в медиите. Изследване на УНИЦЕФ и АЕЖ-България], достъпно на: <https://www.unicef.org/bulgaria/media/9786/file/BGR-children-in-media-content-analysis-report-bg.pdf>
- Potter, W. J. (2018). *Media literacy*. Sage publications.
- Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*. On the Horizon MCB University Press, Vol. 9, No. 5 1–3.
- Purešević, D. & Mitranić, N. (2023). Making Sense: Digital Kindergarten during COVID-19 Lockdown1. *Nastava i vaspitanje*, 72 (1), 27–41.
- Rantala, L. (2011). Finnish media literacy education policies and best practices in early childhood education and care since 2004. *Journal of media literacy education*, 3 (2), 123–133.
- Ratcheva, V. (2018). *Razvitie na digitalno-mediinata gramotnost pri deca v preduchilishtna vuzrast I v nachalno uchilishte. Decata I mediite*. [Рачева, В. (2018). Развитие на дигитално-медийната грамотност при деца в предучилищна възраст и в началното училище. Децата и медиите.]. *Sofia: UI "Sv. Kliment Ohridski"*, 85–96.
- Richardson, W. (2010). *Blogs, wikis, podcasts, and other powerful web tools for classrooms*. Corwin press.
- Robinson, K. & Aronica, L. (2016). *Creative schools: The grassroots revolution that's transforming education*. Penguin books.
- Sádaba, C. & Salaverriá, R. (2023). Tackling disinformation with media literacy: analysis of trends in the European Union. *Revista latina de comunicación social*, (81), 17–32.

- Scharrer, E. (2006). "I noticed more violence": The effects of a media literacy program on critical attitudes toward media violence. *Journal of Mass Media Ethics*, 21 (1), 69–86.
- Schmidt, H. C. (2013). Media literacy education from kindergarten to college: A comparison of how media literacy is addressed across the educational system. *Journal of Media Literacy Education*, 5 (1), 3.
- Stoeva, D. (2017). Kum neobhodimost ot suzdavane na podkrepshta sreda sa razvitie na ranna digitalno-mediina gramotnost. Decata I mediite. [Стоева, Д. (2017). Към необходимост от създаване на подкрепяща среда за развитие на ранна дигитално-медийна грамотност. Децата и медиите.]. Sofia: UI "Sv. Kliment Ohridski", 78–84.
- Stoeva, D. (2024). *Razvitie na socialna kompetentnost pri 5–6-godishni deca v Montessori I masovi detski gradini v Bulgaria*. [Стоева, Д. (2024). [Развитие на социална компетентност при 5–6-годишни деца в Монтесори и масови детски градини в България.]. Disertacionen trud. Sofia: SU "Sv. Kliment Ohridski", 39–46, 65–70, 72–81.
- Stoyanova, K. (2022). Predpostavki za razvitie na mediina gramotnost v preduchilishtna vuzrast. [Стоянова, К. (2022). Предпоставки за развитие на медийна грамотност в предучилищна възраст]. Doklad na konferenciya „Digitalni tehnologii v savremenno-to obrazovanie“, 415.
- Stoyanova, M. (2021). Mediina gramotnost i kritichno mislene y 5–6-godishni deca. [Стоянова, К. (2024). Медийна грамотност и критично мислене у 5–6-годишни деца]. Disertacionen trud. Sofijski universitet "Sv. Kliment Ohridski", FNOI, 113–117.
- Stoyanova, M. (2021). *Prirodata v preduchilishtnoto obrazovanie – inovaciq I refleksiq*. [Стоянова, М. (2021). Природата в предучилищното образование – иновация и рефлексия.]. Sofia: UI "Sv. Kliment Ohridski", 9–11.
- Trevallion, D. & Nischang, L. C. (2021). The Creativity Revolution and 21 st Century Learning. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 15 (8), 1–25.
- Trilling, B. & Fadel, C. (2009). *21st century skills: Learning for life in our times*. John Wiley & Sons.
- Tugtekin, E. B. & Koc, M. (2020). Understanding the relationship between new media literacy, communication skills, and democratic tendency: Model development and testing. *New media & society*, 22 (10), 1922–1941.
- Tsankova, S., Angova, S., Nikolova, M., Vulchanov, I., Vulkov, I., Minev, G. & Osikovski, M. (2022). *Mediina gramotnost*. [Цанкова, С., Ангова, С., Николова, М., Вълчанов, И., Вълков, И., Минева, Г. & Осиковски, М. (2022). Медийна грамотност.]. Sofia: IK UNSS, 15–340.
- Valchanov, I. (2018). *Mediina viktimizaciq na deca v Internet. Decata I mediite*. [Вълчанов, И. (2018). Медийна виктимизация на деца в Интернет. Децата и медиите.]. Sofia: UI "Sv. Kliment Ohridski", 179–187.
- Vie, S. (2021). The invisible labor of social media pedagogy: A case study of# TeamRhetoric community-building on Twitter. *Computers and Composition*, 60, 102639.
- Vitanova, N. (2021). Internet na neshtata v sferata na obrazovaniето. [Витанова, Н. (2021). Интернет на нещата в сферата на образованието.]. *Pedagogika*. Т. 93, br. 5, 615.
- Vitanova, N. (2022). Model na obrazovaniето na budesheto. [Витанова, Н. (2022). Модел на образованието на бъдещето.]. Национално издателство за образование и наука „Аз-буки“. *Pedagogika*. Т. 94, br. 5, 571–588.

- Wright, R. R., Sandlin, J. A. & Burdick, J. (2023). What is critical media literacy in an age of disinformation?. *New Directions for Adult and Continuing Education*, 2023 (178), 11–25.
- Zhang, M. X., Chen, J. H., Tong, K. K., Yu, E. W. Y. & Wu, A. M. (2021). Problematic smartphone use during the COVID-19 pandemic: Its association with pandemic-related and generalized beliefs. *International journal of environmental research and public health*, 18 (11), 5724.
- Zhelqzkov, A., Stoqnov, D., Qnkylova, Io., Pateva, R. & Drozina, T. (2019). *Naruchnik za mediina gramotnost. Falshivite novini vredqt na nashite prava, sigyrnost I uchastie. Faktite, molq! Borba protiv falshivite novini.* [Желязков, А., Стоянов, Д., Янкулова, Й., Патева, Р. & Дронзина, Т. (2019). Наръчник за медийна грамотност. Фалшивите новини вредят на нашите права, сигурност и участие. Фактите, моля!]. *Borba protiv falshivite novini – Nacionalni I Evropeyski politiki, nasocheni kym mladezhhta!*”, 2019- 2-bg01-ka347- 062709.
- Zimmer, F., Scheibe, K. & Henkel, M. (2019). How parents guide the digital media usage of kindergarten children in early childhood. In: *HCI International 2019-Posters: 21st International Conference, HCI 2019, Orlando, FL, USA, July 26–31, 2019, Proceedings, Part III* 21 (pp. 313–320). Springer International Publishing.

ЦИТИРАНИ УЕБСАЙТ СТРАНИЦИ

- European Commission (2018). Council Recommendation of 22 May 2018 on key competences for lifelong learning. Retrieved: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TX-?uri=uriserv:OJ.C_.2018.189.01.0001.01.ENG&toc=OJ:C:2018:189:TOC
- Gitnux. (2023). Media Literacy Statistics. Retrieved: <https://gitnux.org/media-literacy-statistics/>
- Centar za bezopasen Internet (2023). “Decata v digitalnia svqt” Purva nacionalna konferenciq za zashtita na decata v Internet. [Център за безопасен интернет (2023). „Децата в дигиталния свят“. Първа национална конференция за защита на децата в интернет]. Retrieved: <https://www.safenet.bg/deczata-v-digitalniya-svyat/>
- Centar za Prilozhni Nevronayki VEZENKOV (2022). Projekt “Ekranni decata”. Video zapis na obycheniata ekranna kulturna i ekranite I decata sus SOP. [Център за приложни невронауки „Везенков“. (2022). Проект „Екранни деца“. „Видео запис на обученията екранна култура и екраните и децата със СОП“]. Retrieved: <https://www.screenchildren.com/>
- Durzhavna agencia za zakrila na deteto: DAZD (2017). Izkluchitelno vazhno e da naychim decata na medina gramotnost. [Държавна агенция за закрила на детето: ДАЗД (2017). Изключително важно е да научим децата на медийна и дигитална грамотност.]. Retrieved: <https://dariknews.bg/novini/bylgariia/>
- European Commission (2016). Mediina gramotnost. Projekt kofinansiran po programa Erasmus + [Медийна грамотност. Проект, кофинансиран по програма „Еразъм +“]. Retrieved: <https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/project-result-content>
- Nacionalna Mrezha za decata (2021). “Projekti I kampanii”. 70 na sto ot decata prekarvat nad 3 chasa pred ekran [Национална мрежа за децата. (2021). „Проекти и кампании“. „70 на сто от децата прекарват над 3 часа пред екран“]. Retrieved: <https://nmd.bg/70-na-sto-ot-detsata-prekarvat-nad-3-tchasa-pred-ekran/>

UNICEF (2017). Decata v digitalnia sviat. Sustoianie na decata po sveta prez 2017g. [Децата в дигиталния свят. Състояние на децата по света през 2017 г.]. Retrieved: <https://www.unicef.org/bulgaria/media/426/file\82.pdf>

UNICEF (2019). Tineidzhuri predstaviha svoi reshenia za medina gramotnost. Proektite bqha izraboteni v purviq mladezhki online hakaton v stranata. [Тийнейджъри представиха свои решения за медийна грамотност. Проектите бяха изработени в първия младежки онлайн хакатон в страната.]. Retrieved: <https://www.unicef.org/bulgaria/>

ЗА АВТОРИТЕ

Елисавета Кожухарова, докторант по медийна педагогика, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по науки за образованието и изкуствата

Научни интереси в областта на обучението по медийна педагогика, дигитални зависимости при деца в начална и предучилищна възраст, екологично образование.

ORCID ID: 0009-0003-2031-4082

E-mail: ellie_kozuharova@abv.bg

Проф. дн Данаил Данов е преподавател във Факултета по класически и нови филологии в Софийския университет „Св. Климент Охридски“.

Научни интереси в областта на медийната педагогика, медиезнанието, журналистиката, предучилищното образование. Публикации: 206.

ORCID ID: 0000-0001-8865-6052

ABOUT THE AUTHORS

Elisaveta Kozuharova, PhD student in *Media Pedagogy*, Sofia University “St. Kliment Ohridski”, Faculty of Educational Studies and the Arts.

Research interests: Media Pedagogy education, digital addictions among children in early and preschool age, environmental education.

ORCID ID: 0009-0003-2031-4082

E-mail: ellie_kozuharova@abv.bg

Prof. DSc Danail Danov is a lecturer at Sofia University “St. Kliment Ohridski”, Faculty of Classical and Modern Philology.

Research interests: Media Pedagogy, Media Studies, Journalism, Preschool Education.

Publications: 206

ORCID ID: 0000-0001-8865-6052