

# МЕДИЙНИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ В КОМПЛЕКСА ЕЗИКОВИ И СОЦИАЛНИ УМЕНИЯ

ЕЛЕНА ТАРАШЕВА

Департамент „Чужди езици и култури“ НБУ

etarasheva@nbu.bg

*Elena Tarasheva. Media studies in the complex of language and social competence*

*Abstract:* The article construes Media Literacy as a concept in Test Theory, including knowledge and skills. The historical development of introducing its set of features into education at high-school level in England and Canada is traced in time, highlighting the rationale and objectives behind each adoption. Finally, a curriculum is presented created for a course in Media Studies integrated into foreign language learning adapted for Bulgarian tertiary education.

*Keywords:* media studies, media literacy, assessment, syllabus, curriculum, plurilingual competence

## Увод

Медийната грамотност се дефинира като способност да се ползват медии, да се разбират и критично оценяват различни аспекти на институциите и медийното съдържание, както и да се създава комуникация в разнообразен контекст<sup>1</sup>. Тези умения се свързват с медиазнанието<sup>2</sup>, медийната педагогика<sup>3</sup> и други аспекти от преподаването в университетите в рамките на обучението по журналистика. Но така е у нас, за разлика от други страни, където изучаването на медиите<sup>4</sup> е самостоятелен предмет, несвързан с журналистиката и работи на ниво средно образование. Изучаването на медиите не е задължително да води до журналистическата професия. Грамотността е едно по-базисно умение от овладяване на медийната специфика и засяга хора в по-млада възраст. Медийната грамотност

<sup>1</sup> COM (2007) 833 final. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions – A European approach to media literacy in the digital environment, Brussels, 20.12.2007 COM(2007)

<sup>2</sup> АНГОВА, Стела. Образованието по медии и обществени комуникации: трансформации и динамика. *Медии и обществени комуникации*. [online]. 2016, №28. Available from: <http://media-journal.info/?p=item&aid=278>

<sup>3</sup> ПЕЙЧЕВА, Добринка. Медийната грамотност като част от публична компетентност за участие в дигитална среда. *Проблеми на постмодерността*, 2014, Том IV, Брой 3. 166 – 181.

<sup>4</sup> GOLDING, Peter. Media Studies in the UK. *Kommunikationswissenschaft international*. Publizistik. 2019. 64:503–515.

има свое измерение по отношение на хората като ползватели на медиите, потопени в среда, създадена от медиите. В този смисъл тя изпълнява важни функции за развиване на критично мислене, формиране на идентичността, осъзнаване на конструираната същност на действителността.

От една страна грамотността се свързва с писмеността и четенето, но от друга страна тя е антипод на устната култура – наративи, които не са застинали в писмена форма с всички особености на това изкуство. Електронните медии, от своя страна, са именно това – аудиовизуални разкази, подкрепени с текст, но основното послание идва именно чрез звука и образа. Оpozнаването на медиите като съдържание за слушане, а не четене, като образи – малко или много ефимерни – има своята специфика и тя е различна от грамотността като четене и писане. В много случаи звукът и образът са предпочитани от младите и от хората с ниска степен на образование – например, екранизациите на литературни произведения ги довеждат до по-широка аудитория от книжните издания и това е съществен фактор в преподаването на знания. Статистически данни за ползването на езика показват, че в Източна Европа през 2020 всеки човек е прекарал пред екрана ежедневно 3 часа и 45 минути. Структурата на балансирания корпус на английския език, която отразява реалното потребление на различните жанрове, включва 45% медийни текстове, и по 20% – на художествена литература и академични текстове. Така медийната грамотност отразява необходимостта от ориентация в силно наситена с аудиовизуални послания среда, в допълнение към уменията за четене.

От друга страна грамотността се допълва от аритметичността (numeracy). В нея разбирането за количествата, съпоставките помежду им, операциите по сливане и отливане оформят важна част от разбирането на света. Може да се каже, че това умение е свързано с разбирането на природни процеси, но все по-често и обществените процеси се разглеждат в зависимост от мнозинства и преобладаване. Противопоставянето на широкодостъпните медийни форми на ексклузивността на експертното мнение или изкуството води до особена форма на социално лидерство. В тази борба изглежда сякаш мнозинството (утвърдено като демократичната маса) се информира преимуществено чрез високотиражни и затова нискокачествени медии.

Така че изучаването на медиите би трябвало да доведе до изграждане на особена грамотност за критично разбиране на отразената действителност и отразяващите институции. В тази статия се абстрахирам от разбирането, което е необходимо в журналистическата професия и се съсредоточавам върху ученика в средното училище и младия студент в началото на своето следване и тяхната интерпретация на медиите като фактор, който оформя общата им грамотност.

## Методи на изследване

За целите на това изследване разглеждам два типа източници: за историята на медийните изследвания в средното образование и учебното съдържание на предмета Медийни изследвания. Историческият преглед дава представа какви обществени потребности са довели до създаването на такъв предмет и съответно, какви цели е създаден да постигне предметът. Образователните документи дават представа за това как се дефинира съответната компетенция и какви средства се използват за постигането и.

В рамките на ограничения обем тук се спирам на страни, където предметът Изследване на медиите е застъпен в средния курс на обучение и без връзка с журналистическото образование.

Сред установените причини за създаване на образователните курсове и компетенциите, които се изграждат, подбирам тези, които са относими към ситуацията в България и показвам примерен курс по медийна грамотност за етапа средно образование/ базово университетско образование.

## Резултати

В Англия (не във Великобритания или Обединеното кралство) предметът медийни изследвания възникват около 1970 година. Партингтън и Бъкингам<sup>5</sup> опериращават изучаването на медии със замяната на латинския език в училищата с английски – дотолкова елитарността допринася за дистанциране от живото общуване, че ученето далеч след ренесанса става със средствата на един мъртъв език, чието единствено предимство е богатата класическа литература. Голдинг<sup>6</sup> говори за медийните изследвания като демократизация на обучението, тъй като високата литература дава път на масовата – до такава степен, че се засягат и текстове от медиите. В литературата се появяват обидни етикети за предмета като за „Мики Маус-наука“<sup>7</sup> във връзка с факта, че към изучаването му се ориентират ученици с по-слаб интерес към четенето и предпочитания към визуални форми, за разлика от читателите на класическа литература. Съответно перспективата на изучавалите Медийни изследвания за академично образование е значително по-малка, отколкото на читателите на Дикенс и Шекспир.

Същевременно, вместо ориентация към знания, курсовете по медийни изследвания се насочват към изграждане на умения. Това е изключително свързано с визуалната култура и телевизията. Освен най-демократично, изкуството на

<sup>5</sup> PARTINGTON, Anthony and David Buckingham. Challenging theories: conceptual learning in the media studies classroom. *International Journal of Learning and Media*. 2012,3(4), 7-22.

<sup>6</sup> Golding *ibidem*

<sup>7</sup> BUCKINGHAM, David. Teaching social media 3: representation. 2018. Retrieved from: <https://davidbuckingham.net/2018/03/26/teaching-social-media-3-representation/>

движещия се образ и на образа изобщо е свързано с технологичния прогрес и овладяване на средствата за изграждане на фото разказ. Интересът към тази форма на изразяване води до разклоняване на медийните изследвания по посока на специални курсове по кино. В средното училище през 2016, едва 8% от учениците завършват образованието си с оценка по медии и филм (за съпоставка, литература се изучава от 91.5%)<sup>8</sup>. Допълнително се развиват и уменията за създаване на блог, уеб страница и участие в социалните медии във връзка с новите медии.

Същевременно връзката с отразяващата роля на медиите в действителността, представена от Стюард Хол<sup>9</sup> води до интерес към създателите на медийни материали и техниките публики. Този подход към популярното на запад критично мислене<sup>10</sup> поставя въпроса за идентичността на създателите на медийни послания и техните зрители, как те формулират своята национална и етническа принадлежност, чрез медийните си послания<sup>11</sup>.

Именно от такава позиция тръгва понятието за медийна грамотност в Канада. Потребността да се еманципират от масивната сянка на съседа си на Американския континент, изследванията на медиите започват от средата на седемдесетте години<sup>12</sup>. Интересът към езикова, етническа и социална идентичност е породен именно чрез отраженията във медиите и реакциите към тях. Синонимни на термина Медийни изследвания се явяват екранно образование (screen education) и осъзнаване на медиите (media awareness). Всички канадски територии имат задължителен предмет, свързан с изучаването на медиите. В по-долните степени се изучават екранните форми, а в най-горния клас на гимназията – печатни медии<sup>13</sup>. Създадени са асоциации на преподавателите на тези предмети, провеждат се конференции, пишат се програмни документи, които се превеждат и прилагат и в други части на света.

### Учебните програми

За ползване в канадските училища са формулирани осем базови понятия<sup>14</sup>:

Медиите представят конструкции на действителността, те не са прости отражения. Методът на отразяване има своя специфична насоченост.

<sup>8</sup> CARROLL, Mathew, and Tim Gill. Uptake of GCSE subjects 2016. *Statistics Report Series*. Cambridge, UK: Cambridge Assessment.2017.No. 114.

<sup>9</sup> HALL, Stuart. *Essential Essays Volume 2: Identity and Diaspora*. Durham: Duke University Press, 2018

<sup>10</sup> DEWEY, John. *How We Think*. New Delhi: Prabhat Prakashan.1910

<sup>11</sup> SAÏD, Edward W. *Orientalism*. New York: Pantheon Books. 1978

<sup>12</sup> DUNCAN, Barry and John Pungente, Neil Anderson. Media Education in Canada. *Additional Qualifications, Blog, Elementary, Recommended Resources, Secondary* .2002. Available from: Media Education in Canada | Association for Media Literacy (aml.ca)

<sup>13</sup> MASTERMAN, Len. The Media Education Revolution. *Canadian journal of educational communication*. Spring 1993. Volume 22, Number 1.

<sup>14</sup> DUNCAN et al. *ibid*.

Медиите конструират отражения на действителността чрез наблюдения, подходи и интерпретации, които са заложи в медиите.

Аудиториите сами извеждат смисъла на медийните текстове на основата на уникалните за всеки консуматор житейски опит, възраст и пол.

Медиите са комерсиални организации. Собствеността и контролът са важни за разбирането на медиите.

Медиите съдържат идеологически и ценностни послания. Разбирането им е важно при декодиране на медийните послания.

Медиите съдържат социални и политически импликации. Нужно е разбиране на сериозните социално-политически отражения на медийните послания.

Формата и съдържанието са неразривно свързани при медиите.

Всяка медия има свои уникални естетични форми, чрез които аудиторията може да различава, докато декодира посланията.

Прилагането им в конкретното преподаване става с помощта на четири подхода:

Фокусиран върху спецификата на медията – чрез запознаване с опциите, които се предлагат от секциите във вестника, от предаванията по радио и т.н.

Основен на теми – проследява се отразяването на една тема в различни медии

Темите се представят в специализирани часове по медии.

Алтернативно, теми от медиите се включат в мултидисциплинарни представления заедно с други предмети.

Като чувствителни се маркират теми, свързани с пола, насилието или специфични репрезентации на групи от обществото.

Особен фокус се поставя върху изучаването на профила на медийните аудитории: динамиката на младежките аудитории, позиционирането по повод на културни, расови и възрастови проблеми, груповите възприятия за медийните феномени и оценяване на продуктите помагат на младите хора да оценят своето отношение към медиите.

В програмата на английското министерството на образованието<sup>15</sup> се набелязват четири теоретични области:

Езикът на медиите – как различните медии отправят послания според специфичните си средства, кодове и конвенции

Репрезентациите: как медиите представят събития, проблеми, индивиди и социални групи.

Медийните индустрии: как процесът на продукция, разпространение и популяризиране се отразяват на медийните институции и платформи.

---

<sup>15</sup> DEPARTMENT FOR EDUCATION. February 2016. Media studies. GCSE subject content. the Open Government Licence v3.0.

Аудиториите: как медиите подбират, адресират и достигат до различни аудитории, как аудиториите интерпретират и откликват на посланията и как самата аудитория се превръща в продукт.

Като медии са изброени телевизия, филми, вестници, списания, реклама и маркетинг, социални медии, видео игри, музикални видеа. Формулирано е и изискване да се включат всякакви медии, с различна степен на популярност и качество, от различни исторически периоди, предназначени за различни аудитории, дори медии, които младите хора избягват, както и нововъзникващи медийни форми.

Целите са написани във функционална форма, подходяща за целите на оценяването. Завършилите курса на обучение трябва:

- да демонстрират умения за търсене, критично мислене, вземане на решения и анализ;
- да добият знания и разбиране за проблеми, свързани с медиите;
- да развият преценка и критично разбиране на медиите, според ролята им в исторически план и в съвременното;
- да научат и ползват специфичната терминология за анализ и съпоставка на медийни продукти и контекста, в който възникват и се развиват;
- да изграждат информирана аргументация, да изказват значими оценки и да правят заключения относно медийни проблеми;
- да разбират как теорията подкрепя практиката и обратно;
- да развият практически умения за създаване на медийни продукти.

Учебната програма за английските училища включва и теоретични текстове за четене от учениците (на възраст 17 години): от Стюард Хол, Ролан Бар, Джийн Бодрияр, Джудит Бътлър и други.

В България в рамките на национален проект „Европейски подход за публични компетенции и участие в дигитална среда“ с ръководител Добринка Пейчева (ЮЗУ „Н. Рилски“) се отчита подписването на Болонската конвенция като важен етап в развитието на медийното образование, както и изискването за въвеждане на информационни технологии в средното училище и още няколко документа, транспонирани в образованието като част от законодателството на Европейския съюз. Всички те обаче са свързани със създаване на материална база в образованието, а не с „медийна педагогика“, както са наречени няколко лекции пред студенти по журналистика. За изграждане на медийна грамотност в средното образование не става дума. Според Пейчева, Законът за образованието от 2013 включва важни умения, свързани с медийната грамотност: дигитални компетенции; социална и гражданска компетентност; инициатива и предприемачеството; култура на информираността и умения за творческо изразяване; способността за устойчиво развитие в подкрепа и здравословен начин на живот, без всъщност да е обособена медийна компетентност като такава.

## Дискусия

В България са налице много от необходимостите, извикали предмета медийни изследвания в средното училище: все по-шарената етническа картина на обществото, необходимостта от демократизиране на учебното съдържание и включване на популярни, но смятани за некачествени жанрове, засенчването на българските проблеми от тези на по-големи и значими европейски култури, както и глобализацията на света и образованието. Всички от изброените умения в английската и канадската програми са нужни на българските деца и не са застъпени в нито един от съществуващите в средното училище предмети.

Особено внимание заслужава споменатото понятие в канадската учебна програма за разбиране на конструираната същност на действителността. Тъй като критичното мислене не е част от нашето образование, медийната грамотност трябва да попълни тази празнота: осъзнаването, че посланията се отправят от организации със своя специфична идеологическа и ценностна същност, а аудиториите имат профил, активно формиран от медията и начина на комуникация между медия и консуматор.

При концептуалната недостатъчност на описаната горе програма за българското образование, тук излагам предложение, което интегрира медийната компетентност в рамките на чуждоезиковата компетентност, изграждана в средното образование. Текстовете от медии са най-подходящата среда за преподаване на актуален език в непосредствен контекст<sup>16</sup>. Курсът интегрира медийната грамотност в рамките на межкултурната компетентност, в частност на *savoir être* и *savoir s'engager*<sup>17</sup>.

Целите са завършилите курса на обучение да:

- 1) познават разнообразието от медийни текстове, тяхната специфика и особености;
- 2) да подхождат към медийни текстове, като критично прилагат усвоените знания.

Предлаганите понятия включват:

1. Видове медии – според периодичност, изразни средства, аудитории, създаване.
2. Собственост и достъп, пазарни дялове, тиражи и читателски профили.
3. Кой истории имат стойност за медиите (news values). Гледни точки, рамкиране (framing)
4. Кодове и конвенции: лингвистични, визуални, символични.
5. Медийни метафори.

<sup>16</sup> MEDGYES, Peter. Language training: A neglected area in teacher education. In Braine, George. Non-native Educators in English Language Teaching. New York: Routledge 2013.

<sup>17</sup> BYRAM, Michael (ed.). Intercultural Competence. Language Policy Division DG IV – Directorate of School, Out-of-School and Higher Education. Strasbourg: Council of Europe. 2003.

6. Кондензираното съдържание на заглавията – „разопаковане“.
7. Езикът на редакционните статии (mode of address).
8. Медийни жанрове.
9. Образът в медиите – полисемантичност, приземяване (anchorage), съотнасяне с текста.
10. Движещият се образ – филмът като медийна форма.
11. Структурата на новинарската статия – създаване и редактиране.
12. Дайджест на новини – принципи и създаване.
13. Проверка на фактите.
14. Идеологии и позиции.

Методологията включва съпоставителен модел: българските медии в съпоставка с английски медии, както и с медии с международна аудитория. В основата са уменията и в по-малка степен – знания от областта на теорията на медийния текст: Ролан Бар, Стюард Хол, Маклухън. Съдържанието се представя чрез активно участие на учещите, които чрез поставяните им задачи откриват теоретични модели и ги прилагат върху медийни текстове.

Пилотното приложение на модела показва изключително повишаване на езиковото ниво на студентите<sup>18</sup>. Същевременно самостоятелността и увереността в прилагането на модела доведе до повишаване на гражданските компетенции на студентите, свързани с разбиране на идеологическото позициониране на медиите, начините на опериране на медийните организации и критическото разбиране на медиите<sup>19</sup>.

### Заклучение

Представени бяха цели и средства за изграждане на медийна грамотност в рамките на средното образование сред ученици, без връзка с журналистическото образование. Показахме необходимостта от запознаване с медии в ранна възраст като част от изграждането на личността, осъзнаването на собствена идентичност, критично взаимодействие с преобладаващите медийни послания и компетентно действие по отношение на глобализираната действителност.

Чуждоезиковото обучение предлага отлични възможности изучаването на езика да стане в контекста на една все по-достъпна и широкообхватна медийна среда. Изучаването на особеностите и, освен с културата, запознава и със самите медии, начина на действие, спецификата на техните послания, както и с глобалните аудитории, на които тя се радва.

<sup>18</sup> ТАРАШЕВА, Елена и Теодора Иванчева. Как да преподаваме английски език чрез анализ на медии. *Чуждоезиково обучение*. 2008: 8 XXIV.Number:4, p. 3-12

<sup>19</sup> TARASHEVA, Elena. Integrating Citizen Education into English Language Courses for University Students” In: Thelma Gimenez and Susan Sheehan (ed.) *Global Citizenship: Lessons from The Language Classroom*.

The British Council.2008.6-12.



Езикът в най-популярните му реализации е в основата на медиите. Там се откриват най-използваните, новосъздадените и актуални форми, които не присъстват в традиционни учебници. Освен това медиите като обучително съдържание предлагат умения, които разширяват и надграждат езиковата компетенция, която е неразривно свързана с медийната.

#### БИБЛИОГРАФИЯ

- АНГОВА, Стела. Образованието по медии и обществени комуникации: трансформации и динамика. *Медии и обществени комуникации*. [online]. 2016, №28. Available from: <http://media-journal.info/?p=item&aid=278>
- ПЕЙЧЕВА, Добринка. Медийната грамотност като част от публична компетентност за участие в дигитална среда. *Проблеми на постмодерността*, 2014, Том IV, Брой 3. 166 – 181.
- ТАРАШЕВА. Елена и Теодора ИВАНЧЕВА. Как да преподаваме английски език чрез анализ на медии. *Чуждоезиково обучение*. 2008: 8 XXIV.Number:4, p. 3-12
- CARROLL, Mathew, and Tim Gill. Uptake of GCSE subjects 2016. *Statistics Report Series*. Cambridge, UK: Cambridge Assessment. 2017. No. 114.
- COM (2007) 833 final. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions - A European approach to media literacy in the digital environment, Brussels, 20.12.2007 COM (2007)
- BUCKINGHAM, David. Teaching social media 3: representation [online]. 2018. Available from: <https://davidbuckingham.net/2018/03/26/teaching-social-media-3-representation/>
- BYRAM, Michael (ed.). Intercultural Competence. Language Policy Division DG IV – Directorate of School, Out-of-School and Higher Education. Strasbourg: Council of Europe.2003.
- DEPARTMENT FOR EDUCATION. February 2016. Media studies. GCSE subject content. the Open Government Licence v3.0.
- DEWEY, John. How We Think. New Delhi: Prabhat Prakashan.1910
- DUNCAN, Barry and John Pungente, Neil Anderson. Media Education in Canada. *Additional Qualifications, Blog, Elementary, Recommended Resources, Secondary* [online].2002. Available from: Media Education in Canada | Association for Media Literacy (aml.ca)
- GOLDING, Peter. Media Studies in the UK. *Kommunikationswissenschaft international*. Publizistik. 2019. 64:503–515.
- HALL, Stuart. Essential Essays Volume 2: Identity and Diaspora. Durham: Duke University Press, 2018
- MASTERMAN, Len. The Media Education Revolution. *Canadian journal of educational communication*. Spring 1993. Volume 22, Number 1.
- MEDGYES, Peter. Language training: A neglected area in teacher education. In Braine, George. Non-native Educators in English Language Teaching. New York: Routledge 2013.
- PARTINGTON, Anthony and David Buckingham. Challenging theories: conceptual learning in the media studies classroom. *International Journal of Learning and Media*. 2012,3(4), 7-22.
- SAÏD, Edward W. Orientalism. New York: Pantheon Books. 1978
- TARASHEVA, Elena. Integrating Citizen Education into English Language Courses for University Students” In: Thelma Gimenez and Susan Sheehan (ed.) Global Citizenship: Lessons from The Language Classroom. The British Council.2008.6-12.

#### References: transliteration

- АНГОВА, Стела. Образованието по медии и обществени комуникации: трансформации и динамика. *Медии и обществени комуникации*. [online]. 2016, №28. Available from: <http://media-journal.info/>

[info/?p=item&aid=278](#)

PEYCHEVA, Dobrinka. Mediynata gramotnost kato chast ot publichna kompetentnost za uchastie v digitalna sreda. Problemi na postmodernostta, 2014, Tom IV, Broy 3. 166 – 181.

TARASHEVA. Elena i Teodora IVANCHEVA. Kak da prepodavame angliyski ezik chrez analiz na medii. Chuzhdoezikovo obuchenie. 2008: 8 XXIV.Number:4, p. 3-12