

**МЕДИИ, ОБРАЗОВАНИЕ, СОЦИАЛНО ОБЩУВАНЕ**

Лучия Малинова Ангелова, Божидар Михайлов Ангелов  
Софийски университет „Св. Климент Охридски“, София

**MEDIA, EDUCATION, SOCIAL COMMUNICATION**

Luchia Angelova, Bozhidar Angelov  
Sofia University „St. Kliment Ohridski“, Sofia

**Abstract:** The processes of interaction between social phenomena and individuals are presented and analyzed. This article examines media literacy as the basis of the link between media and education. Where the formation of digital competences becomes an indispensable part of the pedagogical interaction as well as of class curricula at all levels.

**Keywords:** mass media, media pedagogy, digitalization, social activity.

Връзката медии – образование обективира в определен контекст един от най-важните видове социално общуване. Тази връзка опосредства процеса на взаимодействие между социалните феномени и индивидите, защото и двете съставни части на тази връзка са специализирани институционални звена за обмен на информация между социалните структури. Необходимо е разбира се да се направи разлика между масовата комуникация като особен социален процес на разпространяване на информация и комуникационната функция на образованието чрез която се осъществява взаимодействието между социалните структури и индивидите в дадено общество. При такова разглеждане на анализирания процес става ясно, че масовата комуникация отразява необходимата връзка между общество и индивид, опосредствана от медиите, докато образованието отразява също една необходима връзка между общество и човек, но специализирана съобразно специфичните функции на тази сфера. Медиите и тук играят опосредстваща роля, но тя е в особена зависимост от редица фактори отнасящи се до характера на информацията и влиянието ѝ върху поведението на аудиторията – последната като обект на образователната сфера. Не случайно изследванията на медиите, въпреки специфичния си характер притежават като вътрешно присъщо им една закодирана възпитателна функция. В САЩ например един от етапите през които преминават тези изследвания са за представата за аудиторията като пасивна маса до анализ на широки социални структури и в същото време фиксирането на индивидуално-психологическите различия и оттам разглеждане на социално-демографските признаци и обществените връзки. И медиите и образователните институции насочват изследователския си интерес главно по посока ефекта на въздействие от комуникационния процес, който осъществяват. Изучава се и отношението между тях и обществото в което се развиват, като по този начин от две страни се стига до анализ нагласата, ролите, функциите, потребностите на които те съответстват. В този контекст изследването на възможната връзка образование – медии би трябвало да отчете движението на информацията от възможните източници, през конкретни средства до възможния получател, в нашия случай децата, подрастващите. Какви са изводите от получените резултати:

1. Вместо да ограничават употребата на дигиталните технологии, училищата би трябвало да въведат ясни и ефективни правила за тяхното използване, с акцент върху безопасността и ползата за децата.
2. Децата винаги се учат от връстниците си. Това учене може да включва позитивни и полезни умения, но също и опасни и рискови практики. Училищата би трябвало да осигурят подходяща среда и да поддържат програми за обучение на връстници. Обучението на младите учители би следвало да се планира в партньорство между неправителствените организации, училищата, държавните институции и корпоративните играчи, за да се постигнат най-добри и дълготрайни резултати.
3. Децата рядко използват технологиите при подготовката на домашната си работа и за други задачи, свързани с училище. Учителите би трябвало да бъдат креативни в стимулирането на учениците си да използват дигиталните технологии за учене и за подготовка за училище.
4. Дигиталните технологии крият голям потенциал за това образователният процес да стане по-привлекателен, по-интересен и по-смислен за децата. Съществува широко поле за подобрения в начина по който технологиите се използват в класната стая до този момент. Дори собствените устрой-

ства на децата биха могли да бъдат използвани креативно, за да въвлекат децата в образователните дейности и да развият ранната им дигитална грамотност.

За да се види как различните деца и родителите могат да бъдат повлияни от медиите, се търсят обикновено техните индивидуални начини за ползване на тези средства. Това се прави с оглед променливите: възраст, коефициент на интелигентност, пол, социално-икономическо положение на семейството и т. н. Изводите обикновено се отнасят до това, че използването на масовите комуникации от децата и родителите е функция на индивидуалните нужди и способности, на обкръжаващата среда – както физическа, така и социална, в която се развиват децата. Изводите се отнасят и до кои средства и какво съдържание и обем влияят на поведението на децата и родителите, т. е. валидна е постановката: „Кои средства, при какви условия водят до какви ефекти, между какви деца?“ [1].

Ето защо нараства значимостта на диалектиката между психологическите, социологическите и социално-психологическите механизми, социалното съществуване и ролята на медиите. В този връзка Д. Пейчева представя по нов начин познатите медийни теории. Прави се извода, че съвременните медии, обвързани с Интернет, функционират в принципно нов тип времеви и пространствени измерения като се отличават с мигновено близко действие, интерактивност и комплексност. Тези нови по характер медии, които представляват микс от писмени, аудиовизуални и виртуални продукти, функциониращи като единно цяло предизвикват революционни промени в системата на културата. Това посредничество важи с особена сила за днешното общество – обществото на 21 век, в което появата на нови масови средства за комуникация и медийно детерминирани образувания е обичайно явление с усложняващи и едновременно с това улесняващи ефекти. Сериозният анализ на общуването с медиите предполага отчитане на своеобразната нова култура, родена от техническите нововъдения [2]. Формирането на тази нова култура е свързано с влиянието на технологични, демографски и разбира се икономически сили. На лице е един невероятен бум от дигитални продукти и услуги за деца, разпространявани чрез глобалната мрежа. Съвременното дете има достъп до редица електронни обучаващи системи, съобразени с възрастовите и психологическите му особености. Медиите в този нов контекст вече не се противопоставят на традиционната форма на съществуване, примерно на изкуството, а го превръщат в специфично условие за функционирането на медиите. Анализът на изследванията на връзката „медии – деца“ в последните 30 години показва една трайна тенденция към организиране на конкретните емпирични изследователски проекти в трайна научна парадигма, свързана с медийната грамотност, медийната компетентност и медийното образование.

Всички изследвания и експерименти, които в момента се провеждат в сектора на дигиталното образование и медийна грамотност, подчертават основния педагогически потенциал, предлаган от събирането и анализа на училищните данни:

1. преди всичко в полза на ученика, който в крайна сметка ще може да има персонализирана учебна среда, която да му позволи да направи равностойка на силните си страни и нужди, да получи достъп до конкретни педагогически пътеки, да помогне или да направи предложения за дейности или ресурси, съответстващи на нуждите му за напредък и развитие;
2. за учителя, който, освободен от определени времеви дейности, ще може да инвестира това време в педагогическа диференциация благодарение на засилените познания за специфичните нужди на всеки от своите ученици;
3. за изследователи в областта на образованието, които по-добре възприемат и разбират взаимодействията, които насърчават обучението, позволявайки просветлено развитие на практиките;
4. за цялостно управление на образователната система, за статистическо използване на събраните данни за оценка на практиките и за моделиране на бъдещата им еволюция.

Това ще даде възможност на учителите да прилагат учебни ситуации и да подкрепят нуждите на всеки ученик според неговия профил. „Огромните възможности за предлагане на информация, при това по изключително широк кръг от теми, се явява сериозна предпоставка за нейната либерализация. Този процес засяга пряко формите и начините на комуникация и автоматически рефлектира в учебния процес, поставяйки множество въпросителни пред неговите съдържание и форма. И най-важното – под въпрос е поставен самият краен резултат на обучението, разглеждан през призмата на отношенията между участниците в него. Т.е. под въпрос са поставени методите, чрез които комуникират преподавател и обучаеми, обучаемите помежду си, както и начините, и формите, които се налагат като правила за общуване между тях. Именно разрешаването на този проблем се разглежда като предпоставка за формирането на модерните граждани и общество. За това и теориите за мисията на образованието в модерния свят поставят ак-

цент вече и върху този краен продукт – формирането на отговорни граждани. Цел, за чието осъществяване са нужни съвместни усилия, както от страна на системата, която я налага – административната организация на обучението, така и от онези, които пряко я осъществяват, участвайки в нея – обучители и обучаеми. Динамиката на отношенията в този процес показва тенденцията, че обучаемите търсят промените, а преподавателите (или по-голямата част от тях) отстояват наличните правила и норми. Колкото до самата система на администриране на образованието, на различните етапи на развитие тя демонстрира различна степен на приемане на *status quo*, различно отношение към променящото се равновесие в обучението, движещо се между желанието да се съхранят съществуващите морал и традиция, и стремежа към промени. Казано накратко, тази система остава по-скоро консервативна и йерархично обусловена и по-малко либерална и равностойна” [3].

Роланд Буркарт разглежда отношението на приемливост или доверие към източника на информация в четирите фази на ориентираните към разбирателство публичен рилейшънс така:

1. Информация /качеството на информационното предлагане и ниво на познание на целевата група/.
2. Дискусия /комуникация относно легитимността на оформеното решение/.
3. Дискурс /поставяне във въпрос за истинността на твърденията и легитимността на начинанието/.
4. Определяне на ситуацията.

В такава връзка авторът използва един важен термин от социологията на конфликтите – рационално несъгласие. Социолози и социални психолози на комуникацията очертават три измерения на отношението или доверието на индивида/децата или учениците/ спрямо източника на информация. Не случайно тези измерения са в следната йерархия:

1. Неговата компетентност.
2. До колко заслужава да се отнася с доверие.
3. Проявен динамизъм [4].

Съотношението между типизираните начини за общуване чрез речевите механизми и социалния контекст води до изследване на връзката между комуникация и социализация, която на свой ред би могла да доведе до формиране у децата от предучилищна и начална училищна възраст на т. нар. комуникативна компетентност. Тя пряко се свързва с определена социална ситуация, акцентирайки върху процеса на разширяване и задълбочаване на връзките на детската личност със света чрез езика. Ето защо под комуникативна компетентност обикновено се разбира способността за установяване и поддържане на необходимите контакти между отделните хора. За децата в предучилищна и начална училищна възраст тя придобива следния вид: комплекс от общи свойства на речта, реализиращи способността не само да се формират отделни фрази, но и да се избират онези, които адекватно отразяват социалните норми на поведение в отделните актове на речевото взаимодействие. Примери и методически ориентири при проблемите, свързани с овладяването на езика и развитието на речта при децата от предучилищна и начална училищна възраст в условията на дигиталната медийна комуникация също са предмет на разглеждане. Прави се опит да се покаже как целите на този процес се постигат чрез специфична система, която е съобразена с изключителните потенциални възможности на детето, сензитивността на възрастовия период, както и с принципа на компенсация между възпитанието и възможното обучение, така че безпрепятствено да се елиминират определени отрицателни за езиковото развитие тенденции. Така учителите от детската градина и началното училище могат и трябва да стимулират децата и учениците, използвайки всички явления и феномени, различни литературни произведения и игри – изпълнявани в реален или виртуален формат – които улесняват, подпомагат овладяването на езика и развитието на речта и стимулират възможностите на детето да обогатява своята устна реч, да овладее значението на думите, да свързва думите в най-различни изречения, да може свързано и граматически правилно да изразява мислите си. Така изследователите очертават първо значимостта на всяко измерение и след това конкретизират неговите отделни характеристики – максимално близки до съответни изрази и думи, използвани във всекидневния език на целевата група. Резултатите го доказват и то главно по посока на селективността и оттук доверието към информационните източници. Тръгва се от предпоставката, че медиите по своята природа са непосредствено насочени към личността, социалната група и чрез своето практически непрекъснато действие обхващат и разпространяват информация за всички сфери от обществения живот. Закономерно това действие се свързва и с движението на информацията в сферата на образованието – въздействието и взаимодействието между медиите и подрастващите. На практика всички основни проблемни области свързани с изучаването на комуникационните процеси, рефлектират върху сферата на образованието. Изучаването на областта на социалното значение на медиите също е свързано пряко с образователна-

та сфера поради разнообразната структура от връзки и отношения на личността в обществото, детерминирани от изучаваните явления.

От тази гледна точка, се акцентира върху социализиращото влияние на медиите по отношение на децата от предучилищна и начална училищна възраст като се разглеждат проблемите, предимно свързани с образованието, въздействието върху детската аудитория, информационната зависимост от медиите и образователните технологии във века на телевизията, киното, интернет. Вижда се, че постепенно чисто информационната функция на медията, от търсене на съдържание, което да допълни липсващо знание, се отива повече към социалните знания или търсене на съдържание, което ще помогне на детето в социалните му взаимоотношения с другите хора. И тук е мястото да се направи сериозен анализ на общуването с тези медии. Своеобразната нова култура, създадена от цифровите медии, предлага на децата безпрецедентни количества материали, които вече обаче са разработени специално за тях – нещо, което телевизията и другите традиционни медии не могат да им предложат.

**References:**

1. Angelov, B., (2007,2016), *Mediyna i komunikativna kompetentnost*, Sofia.
2. Peycheva, D., (2011)*Medializiranata realnost*. YuZU, Blagoevgrad.
3. Bourdieu, P., (1990), *Reproduction of Education, Society and Culture*, London, SAGE, pp.71-107.
4. Burkart, R., (2000)*Nauka za komunikatsiyata*. Veliko Tarnovo.