

SOME THEORETICAL ASPECTS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN MOBILE LEARNING (M-LEARNING) AND MEDIA LEARNING

Abstract: In the 21st century, the link between media learning and mobile learning has become increasingly important and multifaceted. With the rapid development of modern technologies and communications, including mobile ones, the information flow to the contemporary is increasingly passing through the mobile device. The transformation of the media system increasingly necessitates the mobile format of media news, information, analysis and more.

Contemporaries need a comprehensive concept to help them face the challenges of the global information society. Such a basic theoretical and practical benchmark offers media learning that should be widespread among different demographic groups, in different parts of the world. Due to the technological preferences of today's users, and in order to achieve greater training for media learning contemporaries, mobile learning can be used.

Mobile learning provides the appropriate format and conceptual basis for disseminating the knowledge needed to build media literacy and competence.

The purpose of this article is to present some of the emphasis between the basic theoretical concepts of media learning and mobile learning, the relationship between them, and to merely highlight some of the changes in the media system as a result of the advent of mobile technology.

Author information:

Lilia Lozanova

Associate professor, PhD
Konstantin Preslavski – University of Shumen
✉ llozanova72@abv.bg
🌐 Bulgaria

Keywords:

m-learning, media learning, theoretical aspects

Въведение

Мобилността на знанието е сред особеностите на днешния високотехнологичен свят. Медийната среда непрекъснато създава и акумулира колосални информационни ресурси, които все повече се разпространяват в мобилен формат.

В научните среди нараства броя на изследванията, които установяват непрекъснато нарастване на потреблението на мобилните новини, както и появата на мобилните медии и мобилната журналистика. Сред тях са редица проучвания - на RJI Mobile Media Research Report 2012 [21], на Pew Research Center [19], Digital News Report 2018 [17]. и др.

Публикуваните данни в доклада Digital News Report 2018 сочат, че близо 62% от потребителите преглеждат новини от мобилното си устройство.

Докладът се основава на проучване на повече от 74 000 души на 37 страни от Европа, Азия, САЩ, Канада.

Сред основните изводи от проучването е, че „типичният потребител на интернет има пет пъти по-голяма вероятност да вземе мобилното си устройство, отколкото да седне на компютър” [17].

Представително изследване на Pew Research Center от 2017 г. установява, че осем от десет американци получават новини на мобилно устройство (85%) [15]. В рамките на 5 годишен период до 2018 г., потребителите, които често четат медийни статии в САЩ е нараснал близо три пъти [18].

В периода 30.06.2019 г. - 6.07.2019 г. потреблението на мобилни новини в световен мащаб е 44% според справка в Google Trends [17].

Все повече изследователи насочват вниманието си към фундаменталната промяна на медийното пространство в резултат на възхода на мобилните технологии и процесите на конвергенция [2].

S. Struckmann & V. Karnowski отчитат сериозните изменения на „медийната екосистема” под влиянието на подема на мобилните иновации [8]. García, José характеризира съвременното ни като „мобилна ера”, в които конвергенцията на комуникациите е на качествено нов етап [11].

В резултат на конвергенцията на медиите и подема на мобилните технологии, през последните години се отчита динамична промяна в посока създаване на „мобилен медиен пейзаж” [12].

Някои изследователи определят мобилните телефони не просто като устройства, а като „мултимедийни системи”, с широки технически възможности да предоставят съдържание в различни формати, както и хиляди надграждащи се приложения [1].

Техническите иновации и доминирането на мобилните комуникации доведоха до предефиниране на медиите, като „мобилен”.

В научните среди все още продължава процесът на дефиниране на термините „мобилен медиен” и „мобилна журналистика (*Mobile journalism* (mojo)).

C. Scolarì и съавтори отчитат необходимостта от създаване на теоретична рамка за мобилните медии. Сред основанията им са, че мобилните технологии поставят нови изисквания към създаването и разпространението на медийно съдържание.

R. Wei дефинира мобилните медии като персонализирани, интерактивни, портативни интернет платформи, контролирани от потребители [16].

В научната литература определението на мобилните медии е в две основни направления – технологичен (базиран на възможностите на мобилното устройство) и свързан с особеностите на медийното съдържание.

Все още няма консенсус в научните среди и за определението на термина „мобилна журналистика”.

C. Scolarì и съавтори посочват, че като идентични и близки понятия се използват термините „мобилна цифрова журналистика”, както и журналистика за мобилни новини [12].

Авторите посочват, че „мобилната журналистика е професионална практика, основана на създаване и разпространение на новини чрез мобилни технологии, като съдържанието се публикува в социални мрежи, уебсайтове онлайн издания на вестници, списания и др. [12].

R. Montgomery, авторът на „A Field Guide for Mobile Journalism”, определя мобилната журналистика като „форма на дигитално разказване на истории, където основното устройство, използвано за създаване и редактиране на изображения, аудио и видео, е смартфон” [8].

Настоящата статия няма за цел да представи всички класификации за същността на мобилните медии и журналистика, а да маркира основните тенденции и промени в медийното пространство, в резултат от навлизането на мобилните технологии.

Потреблението на медийно съдържание (текст, аудио, видео и др.) в мобилен формат, налагат създават нова „мобилен култура“ [10].

N. Miller посочва, че все повече се налага практиката на повърхностното преглеждане на медийната информация в мобилен формат, което в “Manifesto for a New Age” нарича “snack culture” [6].

Logan Molyneux посочва редица проучвания, според които тази “snack culture” не е свързана с получаване на солидни знания, а само с повърхностни впечатления от информацията. Авторът представя проучвания, в които преглеждането на новини съвпада с други ежедневни дейности или запълва междинно свободно време на потребителите [7].

В този смисъл, културата на консумиране на новини не предполага задълбочено осмисляне на информацията, а ниска критичност към новинарското съдържание, повишена сугестивност на медийни внушения и т.н.

Посочените основания насочват към необходимостта от масово повишаване на медийната грамотност и компетентност, като цели на медийното образование. Целевата група може да е разнородна – студенти, ученици, както и обучаеми от различни възрасти, в контекстна на парадигмата „Учене през целия живот“.

Масовото представяне на мобилното образование може да бъде постигнато чрез използване на дидактическата „платформа“ на мобилното обучение.

Мобилното обучение и медийното образование са регламентирани нормативно в редица международни документи, сред които и на ЮНЕСКО. В научната литература са представени концепции и възгледи и за двете педагогически направления, които са обект на различни научни изследвания.

Същност на мобилно обучение (m-learning)

Като нов феномен, същността на мобилното обучение не е напълно изяснена и представлява конгломерат от възгледи и теории. Повечето от трактовките се фокусират върху възможностите на мобилните технологии, дидактическият потенциал за приложението им, мобилността и др.

Една от основните дефиниции е включена документите на Юнеско – «Мобилно обучение за качествено образование и социално включване» (2010) и Препоръките на ЮНЕСКО относно политиките за мобилно обучение (2015 г.).

В първия документ на преден план е изведена ролята на мобилното обучение да «променя» съществуващата парадигма на обучение, тъй като « фокусът му се измества към ученето извън традиционното училище» [3].

В програмата се посочва, че мобилното обучение благодарение на технологиите създава нова « картина в образованието», като предоставя възможност за « гъвкаво, достъпно, индивидуално обучение» [3].

В Препоръките на ЮНЕСКО относно политиките за мобилно обучение, МО е дефинирано в по-тесен смисъл, като « използването на мобилни технологии както отделно, така и съвместно с другите информационни и комуникационни технологии (ИКТ), за организиране на учебен процес на всяко място по всяко време» [14].

В документа се акцентира на следните предимства на мобилното обучение:

- гарантиране на равен достъп до образование;
- персонализация на обучението;
- незабавна обратна връзка и оценка на резултатите от обучението;
- обучение навсякъде и по всяко време;
- ефективно използване на времето в класната стая;

- формиране на нови общности от учащи се;
- подкрепа за ситуационно обучение;
- реализиране на перманентното учене през целия живот;
- осигуряване на връзка между формалното и неформалното образование;
- подкрепа на учащи се със специални образователни потребности;
- подобряване на качеството на комуникацията и управлението [14].

А. Куклев предлага авторска интерпретация на понятието „мобилно обучение“ което е « електронно обучение , осъществявано чрез мобилни устройства, независимо от времето и мястото» [14].

За V.Park «мобилното обучение включва използването на мобилни устройства в движение за обучение [9].

M. Sharples., J., Taylor и G. Vavoula отчитат, че при мобилното обучение е водеща мобилността в различните ѝ аспекти - като технология, време, местоположение, контент, дидактически модел и др., но и като възможност за самообучение през целия живот [13].

Авторите посочват, че днес „ ние се учим в движение, в пространството и времето, като ползваме и ревизираме по-рано придобити знания, идеи и стратегии ,като ги прилагаме в различен контекст” и това става основата за „учене през целия живот”. Новите технологии „ са предназначени да подкрепят общество, в което хората са в движение и все по-често се опитват да обучават, като наваксват своите пропуски” ” [13].

Част от изследователите определят мобилното обучение като глобална концепция за обучение и самообучение в различен план - философски, социален, педагогически, технологичен и др.

Тези характеристики на мобилното обучение предлагат възможности за популяризиране на различни идеи, концепции, теории и др. Тъй като медийното образование като съвременна концепция е неразривно свързано с медийната среда, представянето ѝ като мобилни образователни ресурси би довело да по-мощното ѝ разпространение. Медийното образование е теория, която представлява не само ориентир, но и базисна основа за разбиране на мобилния медийен пейзаж.

Същност на медийното образование и пресечната му точка с мобилното обучение.

Необходимостта от медийно образование е регламентирана в редица международни документи, сред които Резолюция на Европейския парламент от 16 декември 2008 г. относно медийната грамотност в дигиталния свят; Заключение на Съвета от 22 май 2008 г. относно межкултурните познания и по-специално Европейския подход към медийна грамотност в цифрова среда; Декларацията на ЮНЕСКО от Грюнвалд относно медийното образование (1982 г.); Парижката програма на ЮНЕСКО от 2007 г. и др.

ЮНЕСКО отчита важността на медийното образование в съвременния свят, което през последните десетилетия е акцент на различни конференции – в Грюнвалд – 1982, в Тулуза – 1990, в Париж– 1997, във Виена – 1999 г., в Севиля – 2002 г. и др. Така през 2012 г. ЮНЕСКО публикува и практическите ръководства за обучение на педагози, студенти и ученици – „Media learning: a kit for teachers, students, parents and professionals” и „Pedagogical aspects of formation of media and information literacy” [5].

Медийното образование (media learning) и изучаването на медиите (media studies) са научни направления за достигане на цялостна медийна грамотност (media literacy). Медийно грамотният човек има способността да възприема, анализира, оценява и създава собствени медийни текстове; да разбира социокултурния и политически контекст, в който функционират медиите. [1].

А. В. Федоров отбелязва, че в Препоръката на ЮНЕСКО от 2002 г. ясно се подчертава, че „медийното образование се явява основно право на всеки гражданин от всички страни на света, право на свобода на себеизразяване и на информация...“ [1].

Дискусия

Връзката между медийното образование и мобилното направление е многопосочна, като може да бъдат изведени следните основни моменти :

- Съвременникът е поставен в уникална ситуация на свръхпродуциране на информация и новини, значителна част от които възприема чрез мобилното си устройство;

- Мобилните технологии предоставиха възможност на всеки съвременник да реализира основния постулат на медийното образование и да реализира „правото си на себеизразяване“. Всеки, който притежава мобилно устройство с инсталирани приложения, може да създава и разпространява различно съдържание – текст, аудио, видео и др.

- Все по-засилена е тенденцията за „персонализация“ на медийната информация, която потребителите получават на мобилното си устройство. В този смисъл, повишаването на медийната грамотност на потребителите също може да бъде „персонализирано“, като позволява мобилност не само във времето и пространството, но и в обучителния контент.

- Повишаването на медийната грамотност на потребителите ще им позволи да създават и разпространяват по-качествено съдържание, използвайки мобилните си устройства.

В заключение, връзката между медийното образование и мобилното обучение представлява обект на бъдещи изследвания. Двете концепции представляват дидактически модели не само за себеизразяване, но и за самообучение през целия живот.

References:

1. Fedorov A. V. Mediaобразование i mediagramotnosty. Taganrog: Izd. Kuchma, 2004, s. 31 , s.340.
2. García, Xosé & Rodríguez, Alba Silva & Vizoso, Ángel & Westlund, Oscar & Canavilhas, João. (2019). Periodismo móvil: Revisión sistemática de la producción científica / Mobile journalism: Systematic literature review. Comunicar. 59. 09-18. 10.3916/C59-2019-01.
3. Kukulska-Hulme A. Mobile Learning for Quality Education and Social Inclusion. UNESCO IPTI. M., 2010.
4. Kuklev, V. A. Stanovlenie i razvitie sistema mobilnogo obuchenia : monografia / V. A. Kuklev. – Ulyyanovsk : UI GA, 2017. – 263 s. ISBN 978-5-7514-0265-5.
5. Lozanova, L. Aktsenti v mediynoto obrazovanie, Universitetsko izdatelstvo „Episkop Konstantin Preslavski“, Shumen, 2017, 268 s. .ISBN: 978-619 -201-165-9.
6. Miller, Nancy. 2007. “Minifesto for a New Age.” Wired Magazine, March. <http://archive.wired.com/wired/archive/15.03/snackminifesto.html>.
7. Molyneux, Logan. (2017). Mobile News Consumption: A habit of snacking. Digital Journalism. 1-17. 10.1080/21670811.2017.1334567.
8. Montgomery, R. A Field Guide for Mobile Journalism, 2014 г., USA, ISBN 978-0-9903502-0-0
9. Park, V. A Pedagogical Framework for Mobile Learning: Categorizing Educational Applications of Mobile Technologies into Four Types. International Review of Research in Open and Distance Learning Vol. 12.2 February – 2011.

10. Seung-Hyun Lee . Mobile Phone Culture: The Impacts of Mobile Phone Use. 2015
11. Struckmann, S., & Karnowski, V. (2016). News consumption in a changing media ecology: An MESM-study on mobile news. *Telematics and Informatics*, 33(2), 309-319.
12. Scolari, Carlos Alberto, Juan Miguel Aguado and Claudio Feyo. "Mobile Media: Definition and Taxonomy of Content and Applications." *International Magazine for Interactive Mobile Technologies* 6.2 (2012).
13. Sharples, M. Taylor, J., Vavoula. Towards a Theory of Mobile Learning. *Creative Education*, Vol.3 No.5, September 27, 2012.
14. West, M. (2013) Rekomendatsii YuNESKO po politike v oblasti mobil'nogo obucheniia. Organizatsiiei Obaedinennykh Natsiy po voprosam obrazovaniia, nauki i kultyury (YuNESKO) ISBN 978-92-3-400004-8, https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000219641_rus
15. Westlund, Oscar. (2015). News consumption in an age of mobile media: Patterns, people, place, and participation. *Mobile Media & Communication*. 3. 10.1177/2050157914563369.
16. Wei, R., & Lo, V. (2006). Staying connected while on the move. *New Media & Society*, 8(1), 53-72.
17. Digital News Report 2018, <http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf>
18. <https://trends.google.com/trends/explore?q=using%20mobile%20news> към 24.07.2019 г.
19. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/06/12/growth-in-mobile-news-use-driven-by-older-adults/>
20. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2018/07/17/use-of-mobile-devices-for-news-continues-to-grow-outpacing-desktops-and-laptops/>
21. <https://www.rjionline.org/stories/q5-how-do-mobile-and-non-mobile-media-users-perceive-the-news-media-and-jou>