

NEW MEDIA AND THE USE OF MEDIA INFORMATION IN THE EDUCATION ALPROCESS

LILIYA LOZANOVA

SENIOR ASSISTANT PHD
AT DEPARTMENT OF PEDAGOGY AND EDUCATION MANAGEMENT
AT KONSTANTIN PRES LAVSKY – UNIVERSITY OF SHUMEN

BULGARIA

LLOZANOVA72@ABV.BG

ABSTRACT: IN THE GLOBAL WORLD MEDIA INFORMATION HAS TAKEN PLACE IN ALL SPHERES OF LIFE, INCLUDING EDUCATION. HISTORICALLY, THE ATTITUDE TOWARDS MASS MEDIA HAS ALREADY UNDERGONE THE TIDES OF SAFETY (PROTECTION FROM NEGATIVE INFLUENCES) AND IS NOW AT A NEW STAGE - PREPARING YOUNG GENERATION FOR MAKING AN OPTIMAL USE OF THEIR VAST INFORMATION RESOURCES FOR EDUCATION, SELF-EDUCATION AND MORE. IN THIS CONTEXT, THIS ARTICLE DETERMINES WHETHER TEACHERS USE MEDIA INFORMATION IN THE EDUCATIONAL PROCESS.

KEYWORDS: NEW MEDIA, MEDIA INFORMATION EDUCATIONAL PROCESS

В педагогическата практика на водещи страни в света все повече се използва медийна информация в учебния процес като част от медийното образование. Представянето ѝ при провеждане на уроците по различни учебни дисциплини цели постигането на по-голяма интерактивност, актуализиране на учебното съдържание, провокиране на активност и интерес у обучаемите. Водещи педагози отчитат положителният ефект върху учениците от съчетаването ѝ с научните текстове в учебниците.

Педагогът А. А. Дзюбко посочва, „че преимуществата от използването на медийните ресурси в урока са очевидни”. Авторът допълва, че „използването на средствата за масова информация (СМИ) стават все по-популярни в образованието като източник на информация и път за себеизразяване и създаване на собствен контент... Непрекъснатият поток от информация, създаден от съвременните СМИ е необходим за живота на човека в съвременната действителност. Защо тогава да не се използва този поток за информация и в клас, където учениците прекарват значителна част от времето си? “[1].

Според медийният експерт М. Попова „медите задават модела, установяват парадигмата за информацията в днешния свят”. Авторката смята, че отдавна „медийното пространство се оказва разнесено или удобно вместено в чисто всекидневното социално взаимодействие”. В тази връзка цитира мнението на Скот Лаш че „информацията е компресирана във времето и пространството. Тя не претендира за универсалност, а се съдържа в моментността на частното. Самата скорост и ефимерност на информацията почти не оставят време за рефлексия” [5].

Глобалната мрежа предизвиква метаморфоза у традиционните медии, като създава условия за възникването на онлайн медиите и т.нар. „нови медии”.

Д. Комфорти и Р. Захариева в своя труд ” Медиаобразование. Наръчник за създаване на медиаобразователни инструменти на учителя” уточняват, че терминът

нови медии се появява в края на 20.ти век. Чрез него се обозначава „сливането на традиционни медии като филмите, изображенията, музиката, написаното и произнесеното слово, следствие на развитието и интерактивните възможности на компютърните, информационните и комуникационните технологии, компютризираните потребителски устройства и особено на интернет” [3, с. 15-16].

В близък смисъл е определението на онлайн журналистика (online Journalism), което се свързва с медийно съдържание, създавано в интернет. М. Попова посочва, че в медийните анализи Интернет се концептуализира по различен начин – едните се основават на представата за мрежата като цялостна медия, а други – като среда (medium), в която съжителстват различни медийни форми. Съществуват множество типологии на онлайн медиите, които могат да бъдат разделени на два вида – цифрови версии на традиционните медии, които активно използват средствата на онлайн журналистиката, и потребителска информация, създавана от интернет потребителите, в рамките на техния свободен информационен обмен [4, с.160-161].

Според М. Попова онлайн медиите имат нови характеристики в сравнение с традиционните, класически медии (печатни – вестници, списания и аудиовизулни). Сред тях са *хипертекстуалност*, която осигурява връзката между различните части между медийното съдържание или отделните медийни сайтове, *мултимедийност*, чрез която се адаптира различно по формат медийно съдържание (текст, звук, видео, графика, триизмерни изображения и др.); *интерактивност*, която създава активно взаимодействие между онлайн комуникаторите и виртуалните рецепиенти, която може да присъства на следните нива – навигационна (движение в рамките на сайта), функционална (отразяваща потребителските контакти) и адаптивна [4, с.160-161].

Така наречените „нови” медии съдържат в себе си „възможността за достъп до всякакво съдържание по всяко време от всяка точка, както и възможност за интерактивна обратна връзка от потребителя, креативно участие и образуване на общностна мрежа около медийното съдържание. Друго важно очакване от новите медии е „демократизиране“ на процесите на създаване, публикуване, разпространение и потребление на медийното съдържание [3, с. 15-16].

Д. Комфорти и Р. Захаријева разглеждат новите медии в няколко аспекта – като боравещи с културни обекти, различни от киберкултурата в която влизат онлайн общности, онлайн игри; онлайн идентичност; социологически изследвания. Другите аспекти са свързани с представянето на новите медии като метаструктура, при която има възможност за акумулиране на огромни медийни ресурси и поява на нови електронни и дигитални инструменти. Тук са налице качествени промени, нови медийни записи и постепенна автоматизация при управление на медията, поява на нови манипулативни техники [3].

Според Д. Комфорти и Р. Захаријева, „ цялата област, свързана с *човешко-компютърното взаимодействие* и с дигитален дизайн, е част от новите интерактивни медии. Интерактивни медии са например интернет форумите, интерактивната телевизия, мобилните комуникации, електронните книги, онлайн игрите, е-обучението и др. Интерактивните медии имат отношение към онези технологични средства, които позволяват активно участие на потребителя и осигуряват многопосочна комуникация.

С особено значение за разглеждания проблем е извода на авторите, че *новите образователни медии* са интерактивно средство за достъп до знания и за разпространение на ноу-хау и добри практики във всички аспекти на образованието. По същество новите медии трансформират модела на образование от „един към много” в

„много към много” и се оказват ефективен инструмент за подобряване на учебната среда. Същевременно интерактивният характер на новите медии дава възможност за директна комуникация, която засилва диалога между преподаватели, ученици и родители.

Авторите обобщават, че при този интерактивен процес на взаимен обмен между участниците в образователната система може да бъде реконструиран, разширен и обогатен житейският, познавателният, емоционалният и социалният опит на субектите [3].

Д. Пейчева смята, 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” [2].

Възгледите на авторката предлагат нов поглед на основите на масмедийната теория и теорията за междуличностната комуникация. Така общуването чрез медиите се трансформира в разновидност на междуличностната и груповата комуникация.

Медийният експерт М. Попова интерпретира възгледите на У. Бек за особеностите на масовите комуникации: „съвременните медии изграждат „компактно във времево отношение земно кълбо” като резултат от навързването на отделните времеви отрязъци със събития от различни региони с различно значение в цялостна времева ос. Така се създава усещане за едновременност на неедновременните събития и се усилва зависимостта между локалните и интернационални общности в процеса на глобализация – чрез общите символни форми медиите формират своеобразна въображаема близост между индивидите, чиято персоналност е вградена в медийно поддържания транснационален живот” [6].

Информацията от онлайн медиите може да се ползва от всеки потребител с достъп до интернет, включително и от учениците и учителите. В тази връзка представлява интерес въпроса дали педагозите ползват медийна информация, за да актуализират, обогатят и направят по-атрактивно учебното съдържание.

В настоящата статия се представят резултати от изследване проведено през октомври 2015 г. сред 326 учители, които работят в начален, гимназиален и прогимназиален етап на образование, от които 276 са жени и 50 са мъже. Те работят в основни и средни общообразователни училища в Шуменска и Великотърновска области. Реципиентите са учители от 4 великотърновски училища - СОУ "Вела Благоева", ОУ "П. Р. Славейков", ОУ "Димитър Благоев"- В. Търново; ОУ "Димитър Благоев"- В. Търново. В Шумен изследването е проведено сред учители от три училища - СОУ "Сава Доброплодни", СОУ "Йоан Екзарх Български" и Професионална гимназия по икономика (ПГИ).

В Павликени изследването е осъществено в ОУ "Св. Климент Охридски" и СОУ "Бачо Киро"; в Стражица – в СОУ "Ангел Каралийчев", а в Елена – в СОУ "Иван Момчилов".

Основната цел на проучването е да установи с каква цел педагозите използват медийна информация при провеждане на своите уроци.

Чрез контент анализ са обобщени свободните отговори, в които учителите обосновават защо използват или не прилагат медийна информация при провеждането на своите уроци. Свободните отговори могат да бъдат обединени в две групи – в

първата група присъстват горепосочените характеристики на т.нар. нови или онлайн медии :

1. Достъпност;
2. Интерактивност и комплексност, които преподавателите са посочили като характеристика директно, но повечето са обяснили, че чрез медийното съдържание се разнообразяват учебните дейности и има по-атрактивно онагледяване;
3. Мултимедийност, чрез която се създава нагледност и фактите и явленията се представят в динамика. Учителите посочват като резултат от използването на медийно съдържание повишаване на интереса на учениците към преподавания учебен материал.
4. Хипертекстуалност и информационност. В глобалната мрежа и онлайн медиите се съдържат огромни информационни ресурси, които дават възможност за намиране на нови данни по всевъзможни теми. Динамиката на актуализиране на информацията в масмедииите е с несравнимо с по-висока скорост, отколкото обновяването на учебното съдържание.

При разглеждането на резултатите от тази първа група ще бъдат ползвани следните ключови изрази - „разнообразяване”, „предизвикване на интерес”, „нагледност”, „достъпност”, „атрактивност”, „динамичност”, „разнообразие” и др.

Във втората категория „Друго”, са обединени свободни отговори с различна аргументация от горепосочената. Към тази категория може да се отнесат определенията за медийната информация като „полезна”, „съвременна”, „полезна” и др.

Отговорите на преподавателите са разграничени по 3 критерия. Първият е възрастов признак, в зависимост от това дали са на възраст до 35 г. или над нея, поради разглеждането на хипотезата, че младите учители са по-склонни да използват новите технологии, както и онлайн медиите. Вторият критерий е етапа на обучение в който са заети преподавателите - начален или гимназиален и прогимназиален. Първоначалното предположение е, че учителите от по-горните етапи са по-склонни да използват медийната информация, защото тя може да бъде по-добре осмислена от по-големите ученици. Третият критерий е разделение на анкетираните в зависимост от градовете в които работят, като се използва признака по-голям град (В. Търново и Шумен) и по-малък град (Стражица, Елена, Павликени). В тази връзка се проверява хипотезата, че преподавателите от по-големите градове са склонни по-активно да използват новите технологии, включително и онлайн медиите.

По тази причина отговорите са представени според отделния град училищата в него, както и в зависимост от отговорите на учителите от начален и гимназиален и прогимназиален етап, както и според възрастта.

Резултатите от анкетирането на учителите във В. Търново сочат, че 26% от респондентите са обосנוвали защо използват медийна информация при провеждането на учебната дейност, като 6 % са на възраст под 35 г. От тях 9% са от ОУ „ П. Р.Славейков”, 5% са от ОУ”В. Благоева”, а 12% са от ОУ”Бачо Киро”. Около 15 % от тези свободни отговори са на учители и възпитатели от начален етап на обучение, а 11 % - са на преподаватели по различни учебни предмети в горните етапи на обучение.

Близо половина от началните учители (54%) са използвали словосъчетания, свързани с ключовите думи „интерес”, „интересно”. Смесът на отговорите е, че използването на медийна информация „създава по-голям интерес” у учениците при презентирание на нови знания.Словосъчетания свързани с думата разнообразен – като

например „разнообразяване на дейностите в урока” са използвали 23 % от началните учители. Една трета (31%) от учителите, работещи в начален етап са използвали определения, свързани с ключовата дума „нагледност” – „за по-атрактивно онагледяване”, медийната информация „дава нагледност” и др.

Ключовата дума „достъпност” са използвали 23 % от респондентите – „медийната информация е лесно достъпна”, „Подходяща е, има лесен достъп до нея” и др.

Към втората група може да се причисли отговора „Ползвам медиите за лична информация”, който са посочили 15% от работещите в начален етап на обучение в четирите великотърновски училища.

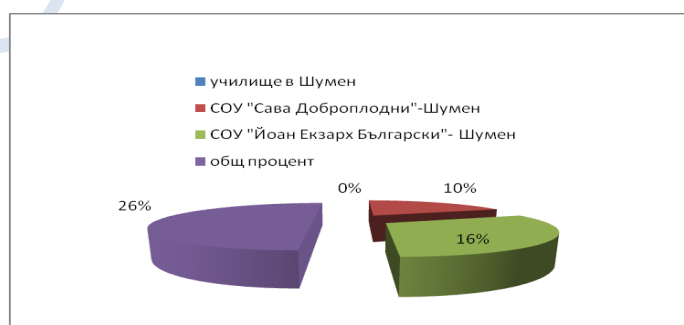
Прави впечатление, че в отговорите на учителите по общообразователните предмети, акцентът е изместен към определянето на медийната информация като „полезна” – 36% . Те може да бъде причислени към втората група „Друго”, въпреки че полезността на медийната информация е едно от нейните вътрешно присъщи характеристики, която произтича от гореизложените ѝ свойства. Сред посочените от педагозите аргументи са – „Използвам медийна информация, защото е полезна”, „В медиите има полезна информация по различни теми”. Един и същ процент анкетираните – 18%, са употребили останалите ключови думи като определения на медийната информация - „разнообразна”, „ леснодостъпна” (удобна за ползване) и др.

Около 6% са младите учители, които са изтъкнали различни причини за използването на информация от СМИ в уроците. Две от мненията - на 33 годишна учителка по домашен бит и техника и на 32 г. възпитател, обобщават важни нейни особености : „Съвременните технологии привличат интереса на децата”, „Защото медиите винаги предлагат нещо ново, което трябва да знаем и от което може да имаме полза”.

Средствата за масова информация (СМИ) се движат в синхрон с технологиите и безспорно имат въздействие върху детската и младежката аудитория. Актуалността, представянето на различни гледни точки, обосновано като обективност, са водещи принципи в работа на съвременните средства за масова информация.

В Шумен 26% от учителите са обосновали целите на използване на медийна информация при провеждане на учебните занятия, като разпределението им по училища е следното :

В СОУ "Сава Доброплодни" изразилите мнение са 10% (жени – 9%, мъже -1%), в СОУ "Йоан Екзарх Български"- Шумен -16%(жени – 13 %, мъже – 10%)

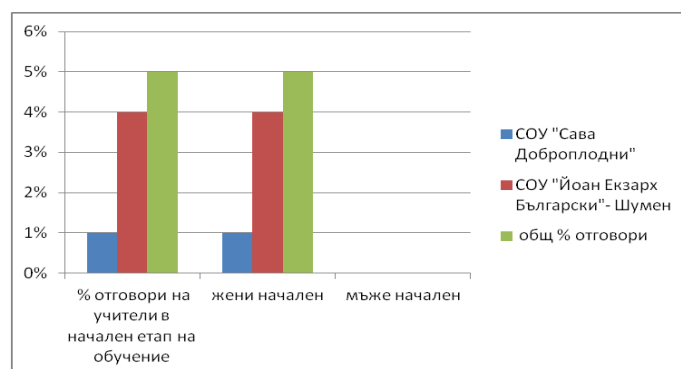


Диаграма 1.

Разпределение на общия процент отговори на преподаватели в двете училища в Шумен.

Само 3% са учителите до 35 годишна възраст, които са посочили свое мнение по поставени въпрос. Разпределението в зависимост от етапа на обучение е следното – в начален етап отговорите на учители са само 5%, а преподавателите от по-горните етапи (прогимназиален и гимназиален) на обучение са 21%.

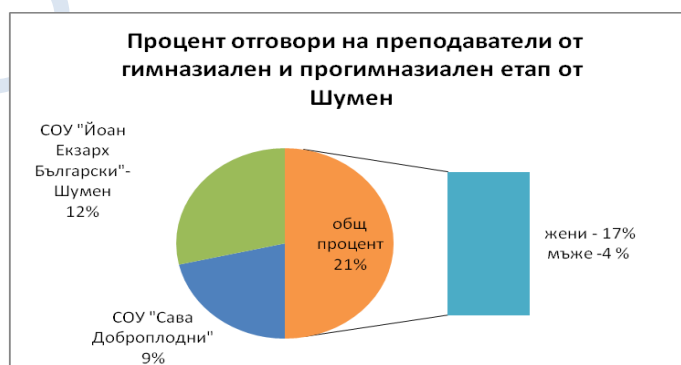
От начален етап на обучение отговорите са само жени, като 1% са от СОУ "Сава Доброплодни", а 4% - от СОУ "Йоан Екзарх Български".



Диаграма 2.

Разпределение на свободните отговори в двете шуменски училища в зависимост от пола.

Сред избраните да уточнят своя избор в свободен отговор, липсват млади учители на възраст до 35 г. По 1% от анкетираните начални учители са избрали да акцентирани, че медийната информация е „интересна”, „атрактивна”, „динамична”, като мненията им може да се причислят към първата група. Сред посочените от тях аргументи с е открояват следните : „Медийната информация представя любопитни събития и факти”, „ Тя спестява време, интересна и актуална е.”, „Благодарение на нея се създава по-силен интерес у учениците”, „ Медийната информация създава по –силен интерес и по-ясна представа за учебния материал у учениците”, „Прави уроците атрактивни и динамични”.



Диаграма 3.

Отговори на учители от гимназиален и прогимназиален етап на обучение от двете училища в Шумен

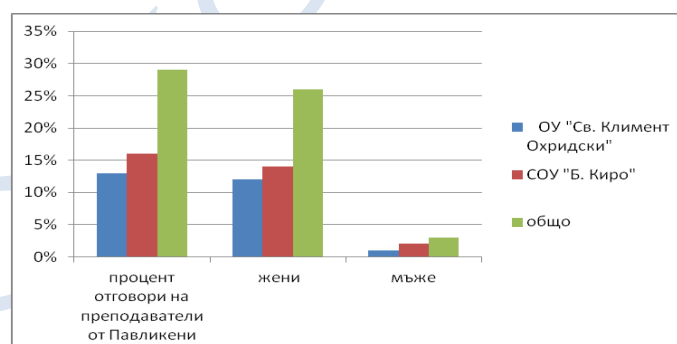
Отговорите на учителите от гимназиален и прогимназиален етап от Шумен са общо 21%, четири пъти повече от мненията на началните учители. Получените данни сочат, че около 10% от отговорите на учителите от гимназиален и прогимназиален етап могат да бъдат причислени към първата група, защото съдържат съответните ключови думи, или перефразирано представят основните качества на медийната информация и нейното въздействие. Около 1% акцентират на лесната достъпност на медийната информация. Близо 2% отличават интерактивността и мултимедийността ѝ, защото чрез нея се създава нагледност и „се ангажират повече сетива, което спомага усвояването на учебния материал”. Около 2% посочват, че чрез медийната информация се разнообразява урока и учебното съдържание, тя е по-разбираема за учениците - „Информацията е различна от учебниците, достъпна и интересна за децата”.

Другата ключова дума – „разнообразие”, може да бъде причислена към втората група, защото представя резултат от въздействието на медийната информация. Тя е употребена по отношение на широкото съдържание на медийната информация, което е свързано с „разнообразие на методи и форми”. Близо 2 % от учителите извеждат на преден план друга важна характеристика на медийната информация – нейната актуалност.

Към втората група може да бъде отнесено и изказване, което накратко обяснява използването на информацията от СМИ в съвременния свят – „Времето, в което живеем го налага. Децата одобряват!”

Близък процент преподаватели от двете училища в град Павликени – 29% (26% жени и 3% мъже) са дали свободни отговори на горепосочения въпрос. По отношение на признака – голям - малък град, процентът отговори превишава с 8% посочените от учителите от Шумен и с 3% е повече от мненията на колегите им от В. Търново.

Разпределението на отговорите в двете училища в града е по следния начин : ОУ "Св. Климент Охридски" -13 %, а СОУ "Б. Киро" -16%

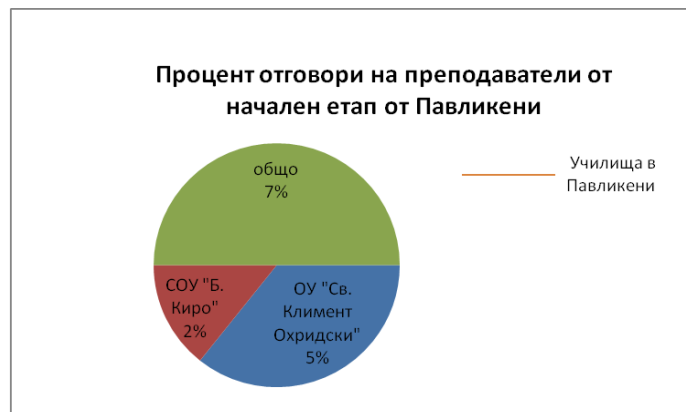


Диаграма 4.

Представяне на процента свободни отговори, посочени от учители в двете училища в Павликени.

Разпределението на процента учители от двете групи – начален и гимназиален и прогимназиален етап е по следния начин – 7% (7% жени) и 22% (19% жени и 3% мъже).

Процентът на свободни отговори, изразени от началните учители и от двете училища е сравнително нисък – съответно ОУ "Св. Климент Охридски" - 2%, а СОУ "Б. Киро" -5%.



Диаграма 5.

Процент отговори на учители от начален етап от двете училища в Павликени

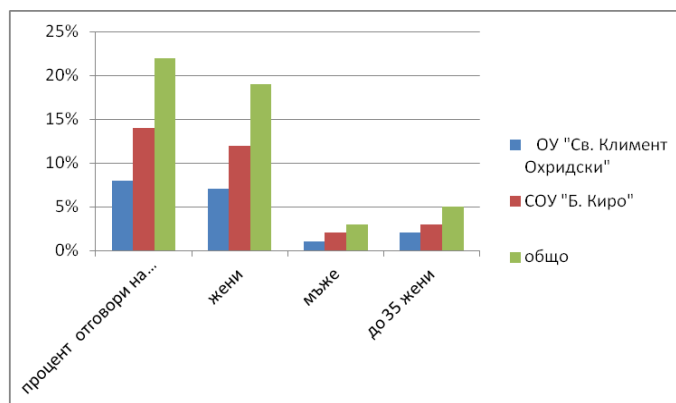
Съдържанието на посочените мнения попада в първата група, като по 1% от учителите са акцентирали върху основни характеристики на медийната информация – „интерактивна”, „нагледна”, „леснодостъпна”, „предоставя допълнителна информация по различни теми”, „интересна”.

Във втората група попада мнението на 1% от преподавателите, които акцентират върху важен резултат от използването на медийната информация в образованието, който е създаването на междупредметни връзки. Друга важна особеност е, че чрез прилагането ѝ в учебния процес се активизира комуникацията за участниците в него.

Сред отговорите може да се открият следните : „Медийната информация осъществява междупредметни връзки, стимулира комуникацията между учениците и учители в реална учебна среда”; „Електронните уроци са по-достъпни и дават възможност за прилагане на интерактивен подход в образованието”; „Защото медийната информация е полезна, интересна и позната на учениците”.

Само двама са младите учители (жени), които акцентират на свойствата на медийната информация да прави преподаваните знания по-разбираеми и да ги обогатява с допълнителни факти.

Три пъти повече учители от гимназиален и прогимназиален етап- общо 22% (СОУ "Б. Киро" -14 %, ОУ "Св. Климент Охридски" -8%) са изразили мнение, свързано с приложението на медийната информация в обучението. Основният процент от тях са жени – 19%, 3% са мъжете , а 5% са жените до 35 г.



Диаграма 6.

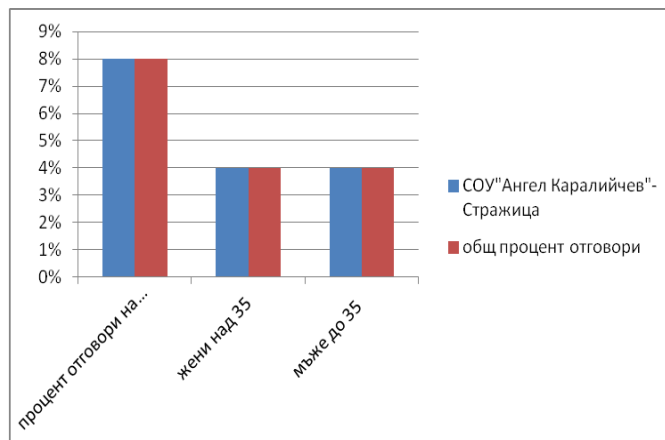
Процент на свободните отговори на учители от гимназиален и прогимназиален етап на обучение от двете училища в Стражица.

В съдържателно отношение, отговорите могат да се обединят около следните ключови думи – „разнообразяване”, „въздействие”, „осъвременяване”, „влияние”. Най-висок е процента отговори (3%), свързани с мнението, че медийната информация разнообразява урочните занятия и съответно може да бъде причислени към втората група отговори.

Към същата група са мненията на 2% от респондентите, които смятат, че медийната информация „влияе” и „въздейства” на учениците. Внимание заслужава и констатацията, че медийната информация се ползва „за разнообразяване на урока и обогатяване на познанията на учениците”.

Сред мненията на анкетираните се открояват следните : „Защото влияе (медийната информация – б.а.) върху мисленето, чувствата и поведението на учениците”; „Подпомага обучението по съответната дисциплина, като се дават както положителни, така и отрицателни примери”; Живеем в информационно общество, без да се използва наред с учебника актуална информация, трудно може да се говори за съвременни тенденции в образованието”, „Защото информацията е актуална (когато е верифицирана), и второ, защото е систематизирана и леснодостъпна”.

За разлика от двата големи града- В. Търново и Шумен, по-малкия областен град – Павликени, учителите от Стражица и Елена са посочили нисък процент свободни отговори. В Стражица те са 8% (4 % са на жени над 35 г., 4 % са на мъже под 35 г.), а в Елена са 0%.



Диаграма 7.

Процент на свободни отговори на учителите от СОУ "Ангел Каралийчев" – Стражица

Преподавателите от Стражица, изразили мнение, са само от гимназиален и прогимназиален етап. Те акцентират върху полезността на медийната информация, върху лесния достъп до нея, положителния резултат от използването ѝ. Във връзка с посочените характеристики, горепосочените отговоримогат да бъдат отнесени към втора група.

Липсата на аргументи, изразени като свободно мнение на преподаватели от Елена, насочват към констатацията, че въпреки положителните отговори, медийната информация не е често използвана като допълнение или с цел провокиране на интерес у учениците.

След анализиране на обработените данни, се налагат следните констатации. От анкетираните 326 учители, над една четвърт от учителите в два от големите градове – В. Търново и Шумен и в по-малкия град Павликени, са изразили своето мнение по поставения въпрос. Процентът отговори в трите града е близък и е съответно във В. Търново – 26%, в Шумен – също 26%, в Павликени – 29%. В останалите две населени места процентът отговори е нисък – Стражица (8%), а в Елена е 0%. Различие по критерия „голям- малък град” може да се приложи само по отношение на последните два малки града, при които учителите ползват медиите, но без да имат необходимост да аргументират това.

Не се потвърждава хипотезата, че младите учители са по-активни в ползването на информация в сравнение с по-възрастните си колеги. В четирите града (без Елена), по-висок е процента на преподаватели на възраст над 35 г., които са посочили целите за прилагането на информация от СМИ при провеждането на занятията.

По отношение на критерия „етап на обучение” се оказва, че в Шумен са четири пъти повече учителите от гимназиален и прогимназиален етап в сравнение с колегите от начален етап, които ползват медийна информация. В Павликени съотношението е 3:1 в полза също на преподавателите от по-горен курс. Във Велико Търново съотношението е в полза на началните учители, сред които привържениците на новите медии са с 4% повече от колегите си от по-горната степен на обучение.

Във връзка с обработените данни може да се приеме констатацията, че въпреки че в гимназиален и прогимназиален етап учебното съдържание позволява да бъде

обогатено чрез медийна информация, преподавателите от начален курс също ползват онлайн медиите.

Проведеното изследване насочва към констатация, че вече има тенденция за използване на информационните ресурси на СМИ в българското училище.

REFERENCES

1. **Dzboko, A.:** Ispolyzovznie sredstv massovoy informatshii v izuchenii angliyskogo yazyka, *sesc.nsu.ru/conf/docs/ДзюбкоАА.pdf*
2. **Dulov, V., 2012:** Za knigata "Medializiranata realnost". – Problemi na postmodernost. Т. II, br. 1, 2012.
3. **Komforti, D., Zaharieva, R., 2012:** Комфорти, Д., Захариева, Р. Mediaobrazovanie. Naruchnik za suzdavane na mediaobrazovatelni instrumenti na uchitelya. Sofia 2012, s. 15-16
4. **Pesheva, M., 2010:** "Dumite na mediyniya prehod", V. Turnovo, 2010, s.160-161
5. **Popova, M., 2009:** Informatshiya i medien profil. Medii I obshtestveni komunikatshii, broj 3/ septemvri 2009, <http://www.media-journal.info/index.php>.
6. **Popova, M., 2004:** Medien protshes i virtualna sreda. Onlayn mediate v Bulgaria. – Elektronno spisanie LiterNet, 21.11.2004, № 11