

О Т Ч Е Т

НА СЪВЕТА ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ ПО ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА ЧЛ. 33А ОТ ЗАКОНА ЗА РАДИОТО И ТЕЛЕВИЗИЯТА

I. ЕВРОПЕЙСКА И БЪЛГАРСКА ЗАКОНОВА РАМКА

1.1. ДИРЕКТИВА (ЕС) 2018/1808 на Европейския парламент и на Съвета от 14 ноември 2018 година за изменение на Директива 2010/13/ЕС за координирането на някои разпоредби, установени в закони, подзаконови и административни актове на държавите членки, отнасящи се до предоставянето на аудиовизуални медийни услуги (Директива за аудиовизуалните медийни услуги), предвид променящите се пазарни условия/ ДАВМУ.

Изисквания за развиване на медийната грамотност и предприемане на действия съществуват още в Директива 2007/65/ЕО от 11 декември 2007 г. за изменение на Директива 89/552/ЕИО на Съвета относно координирането на някои разпоредби, формулирани в действащи закони, подзаконови и административни актове на държавите-членки, отнасящи се до упражняване на телевизионна дейност, впоследствие в Директива 2010/13/ЕС.

В изменената Директива за аудиовизуалните медийни услуги от 2018 г. се доразвива концепцията за медийната грамотност, заложи в Директива 2007/65/ЕО и Директива 2010/13/ЕС, като се залагат не само препоръки, но и нови задължения.

Съображение 37 от Директива 2007/65/ЕО от 11 декември 2007 г./ Съображение 47 от Директива 2010/13/ЕС задава първоначалното дефиниране и философия - под „медийна грамотност“ се разбира уменията, знанията и разбирането, които позволяват на потребителите да използват медиите ефективно и безопасно. Лица с медийна грамотност са способни да извършват информиран избор, разбират естеството на съдържанието и услугите и се възползват от пълния диапазон от възможности, които предлагат новите комуникационни технологии. Те са способни да защитават по-добре себе си и своите семейства от вредни или обидни материали. Следователно развиването на медийна грамотност във всички сектори на обществото следва да бъде стимулирано, а неговият напредък да бъде следен отблизо. Препоръката на Европейския парламент и на Съвета от 20 декември 2006 г. Относно защитата на непълнолетните лица и на човешкото достойнство, и на правото на отговор по отношение на конкурентоспособността на европейската индустрия за аудиовизуални и онлайн информационни услуги вече съдържа редица възможни мерки за насърчаване на медийната грамотност, като например непрекъснато образование за учители и обучаващи, конкретно обучение по интернет, насочено към деца от много ранна възраст, включително занятия, отворени за родители, или организиране на национални кампании, насочени към гражданите, в които са включени всички средства за комуникация, за осигуряване на информация за отговорното използване на интернет.”¹

Съображение 59 в Директива 2018/1808/ЕС доразвива определението – „Медийната грамотност се отнася до уменията, знанията и разбирането, които позволяват на гражданите/потребителите да използват медиите ефективно и безопасно. С цел да се даде възможност на гражданите да получат достъп до информация и да използват, оценяват

¹<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/?uri=celex:32010L0013>

критично и създават медийно съдържание по отговорен и безопасен начин, гражданите се нуждаят от задълбочени умения, свързани с медийната грамотност.

Медийната грамотност следва да не се ограничава до изучаване на инструменти и технологии, а следва да има за цел гражданите да придобият уменията за критично мислене, необходими, за да се направи преценка, да се анализират сложни реалности и да се разпознава разликата между мнение и факт. Поради това е необходимо както доставчиците на медийни услуги, така и доставчиците на платформи за споделяне на видеоклипове, като си сътрудничат с всички заинтересовани страни, да насърчават развитието на медийната грамотност във всички части на обществото, на гражданите от всички възрасти и по отношение на всички видове медии, както и напредъкът в това отношение да се следи внимателно.

Държавите членки следва да гарантират, че всички доставчици на платформи за споделяне на видеоклипове, попадащи под тяхна юрисдикция, прилагат такива мерки. Мерките трябва да са приложими на практика и пропорционални, като се взема предвид размерът на услугата на платформи за споделяне на видеоклипове и естеството на предоставяната услуга. Тези мерки не могат да водят до мерки за предварителен контрол или филтриране на качването на съдържание.

За целите на защитата на непълнолетните лица най-вредното съдържание е предмет на най-строги мерки за контрол на достъпа. Тези мерки включват и осигуряване на ефективни мерки и инструменти за медийна грамотност и повишаване на осведомеността на потребителите за тези мерки и инструменти.

С чл. 30б в ДАВМУ се регламентира създаването на Група на европейските регулатори за аудиовизуални медийни услуги (ERGA/EPGA). Този орган се състои от представители на националните регулаторни органи или служби в областта на аудиовизуалните медийни услуги с основната отговорност за упражняване на контрол върху аудиовизуалните медийни услуги или - когато няма национален регулаторен орган или служба - от други представители, избрани чрез техните процедури. ERGA има за задачи да предоставя технически експертен опит на Европейската комисията относно последователното прилагане на стоящата директива във всички държави-членки, да обменя опит и добри практики относно прилагането на регулаторната рамка за аудиовизуалните медийни услуги, включително относно достъпността и медийната грамотност.

Член 33 от Директива 2010/13/ЕС предвижда по-късно от 19 декември 2011 г. и на всеки три години след това Комисията да предоставя на Европейския парламент, на Съвета и на Европейския икономически и социален комитет доклад относно прилагането на директивата и, ако е необходимо, прави допълнителни предложения за адаптирането ѝ към развитието в областта на аудиовизуалните медийни услуги, по-специално в светлината на последните технологични новости, конкурентоспособността в сектора и нивата на медийна грамотност във всички държави-членки.

Член 33а от Директива 2018/1808/ЕС предвижда, че държавите-членки насърчават и предприемат мерки за развитието на умения за медийна грамотност. До 19 декември 2022 г., и на всеки 3 години след това, държавите-членки докладват на Комисията относно прилагането на параграф 1. Комисията, след като се консултира с контактния комитет, приема насоки относно обхвата на тези доклади.²

Мерките трябва да са приложими на практика и пропорционални, като се взема предвид размерът на услугата на платформи за споделяне на видеоклипове и естеството на предоставяната услуга. За целите на защитата на непълнолетните лица най-вредното съдържание е предмет на най-строги мерки за контрол на достъпа. При изброяването на тези мерки се посочва, че те се състоят, в зависимост от случая, **и от осигуряване на ефективни**

²<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/?uri=celex:32018L1808>;
<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/audiovisual-media-services-directive-avmsd>;

мерки и инструменти за медийна грамотност и повишаване на осведомеността на потребителите за тези мерки и инструменти.

1.2. ОСНОВНИ ОБЩНОСТНИ ДОКУМЕНТИ ПО ТЕМАТА

Европейските институции, в частност европейските министри на образованието, отдавна обсъждат темата за ролята на медиите в информационното общество, като фокусът е включването на тази тема в комплекса теми за културния опит на децата, медийното образование да започва колкото се може от по-ранна детска възраст и да продължава в училище, да се обсъжда медийна етика – свързана с проблемите с насилието, да се обсъжда адаптация от две страни – учащите се да се адаптират към новите технологии и медиите да се адаптират към обучаващите се. Апелът е за създаване на диалог между медиите и подрастващите, при който децата да излязат от ролята на пасивни потребители и да станат компетентни потребители на медийни послания.

В Резолюция на Европейския парламент от 16 декември 2008 г. – относно медийната грамотност в дигиталния свят³ се отделя специално място на медийната грамотност в дигитална среда – “Европейски подход към медийната грамотност в цифрова среда”, а именно: на прехода от аналогово към цифрово радиоразпръскване; на възможностите за европейската аудиовизуална политика и културното многообразие; на създаването на многогодишна програма за насърчаване на по-безопасно използване на Интернет и нови онлайн технологии, на защитата на децата и на човешкото достойнство и на правото на отговор по отношение на конкурентоспособността на европейската индустрия за аудиовизуални и онлайн информационни услуги, на програма “i2010 – европейско информационно общество за растеж и заетост”, на Декларацията на ЮНЕСКО от Грюнвалд относно медийното образование, на Парижката програма на ЮНЕСКО от 2007 г.: “12 препоръки за медийното образование”, на Препоръката на Комитета на министрите на Съвета на Европа - Rec(2006)12 до държавите-членки относно осигуряване на възможности за обучение на децата в новата информационна и комуникационна среда, на прилагането на програма за подпомагане на европейския аудио-визуален сектор (МЕДИА 2007).

Резолюцията на Европейския парламент дефинира основни полета, като има предвид, че всички видове медии - аудио-визуални и печатни, традиционни и цифрови, се сливат и процеса на конвергенция между различни медийни форми по отношение на техните технически характеристики и съдържание, че чрез новите технологии новите масмедии проникват във всички области на живота, че тези нови медии предполагат активна роля на ползвателите и че интернет общностите, уеб блоговете и видеоигрите също са медийни форми, че за младите медийни ползватели интернет е първият и основен източник на информация, че техните интернет умения се определят от конкретните им потребности, без да са систематизирани, че за разлика от тях възрастните се информират предимно чрез радиото, телевизията, вестниците и списанията. Поради това в съвременното медийно пространство медийната грамотност трябва не само да отговаря на предизвикателствата на новите медии - и по-специално на свързаните с тях възможности за взаимодействие и творческо участие – но и да включва знанията, необходими за класическите медии, които ще продължават да бъдат основен информационен източник за обществото. Широкият достъп до информационни технологии дава възможност на всички да предават и разпространяват информация в световен мащаб, което превръща всеки потребител на интернет в потенциален журналист, и че медийната грамотност е необходима не само за разбиране на информацията, но и за придобиване на умения за генериране и разпространяване медийно съдържание.

³[https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=en&reference=2008/2129\(INI\)](https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=en&reference=2008/2129(INI))

Поради това компютърните умения сами по себе си не водят автоматично до по-голяма медийна грамотност.

Резолюцията на ЕП от 2008 г. въвежда съществената роля на училищата за развитието на умения за комуникация и вземане на решения и големите различия в областта на медийното образование, в степента на използване на технологиите в процеса на обучение в отделните държави-членки и региони, и че медийното образование в училищата може да бъде провеждано само от учители, които са медийно грамотни и са получили необходимото обучение в тази област. Медийното образование играе решаваща роля при постигането на високо ниво на медийна грамотност, която е важна част от политическото образование, което помага на хората да засилят поведението си като активни граждани и информираността си относно техните права и задължения. Добре информирани и политически зрели граждани представляват основата на едноплюралистично общество и създавайки собствено съдържание и медийни продукти, ползвателите придобиват умения, които допринасят за по-задълбочено разбиране на принципите и стойността на професионално създаденото медийно съдържание.

Медийната грамотност предоставя едно изключително важно ключово умение в информационното общество. Тя е ключов елемент от политиката за информиране на потребителите, от осведомеността за и доброто познаване на въпросите, свързани с интелектуална собственост, и от демократичното участие на гражданите и насърчаването на интеркултурния диалог.

В документа съществува изискване органите, отговорни за регулирането на аудиовизуалните и електронните комуникации, да си сътрудничат на различни нива за повишаването на медийната грамотност, подчертава се специалната необходимост от разработване на национално равнище както кодекси на поведение, така и на общи регулаторни инициативи, подчертава се необходимостта всички заинтересовани страни да вземат участие в насърчаването на систематичното проучване и редовния анализ на различните аспекти и измерения на медийната грамотност.

ЕК следва да разработи показатели за медийна грамотност с цел насърчаване на повишаването на медийната грамотност в Европейския съюз на дългосрочна основа, в съответствие с член 26 на Директива 89/552/ЕИО. Медийното образование трябва да включва всички граждани – деца, младежи, възрастни, хора в напреднала възраст и хора с увреждания. Медийното образование следва да е част от редовното образование, до което имат достъп всички деца и следва да е неразделна част от учебната програма във всички училищни степени. Призовава се за включването на медийната грамотност като девето ключово умение в референтната рамка за обучение през целия живот, представена в Препоръка 2006/962/ЕО. Препоръчва се медийното образование да е практически ориентирано във възможно най-голяма степен и да бъде свързано с икономически, политически, литературни, социални, творчески и свързани с информационните технологии предмети, и че в бъдеще следва да бъде въведен специален предмет "Медийно обучение" и интердисциплинарен подход, свързан с извънучилищни проекти. Учебните заведения следва да насърчават разработването на медийни продукти (в областта на печатните медии, аудиовизуалните медии и новите медии) по начин, който да включва както учениците, така и учителите, като част от практическото усъвършенстване на медийната грамотност. Призовава се Комисията, при обявеното разработване на показатели за медийна грамотност, да включи както качеството на преподаване в училище, така и подготовката на учители в тази област.

Още през 2008 г. се обсъжда да се въведат задължителни модули по медийно обучение в подготовката на учителите от всички училищни степени, за да се постигне интензивно обучение, поради това компетентните национални органи следва да предоставят аудиовизуални учебни средства на учителите от всички специалности и във всички видове училища и да ги запознаят с проблемите на медийното образование.

В **Заключенията на Съвета на Европейския съюз от 22 май 2008 г. относно европейски подход към медийната грамотност в цифрова среда**⁴ държавите-членки се приканват да насърчават органите, които отговарят за регулирането на аудиовизията и електронните комуникации, да си сътрудничат и да стимулират повишаването на медийната грамотност, да насърчават и да подпомагат разработването и прилагането на Кодекси за поведение и други инициативи за съвместно регулиране и за саморегулиране, заедно с всички заинтересовани страни на национално равнище, да насърчават всички заинтересовани страни, особено в сектора на медиите и ИКТ, да извършват свои собствени систематични изследвания и наблюдения на различните аспекти и измерения на медийната грамотност, да насърчават инициативите за повишаване на осведомеността, включително тези, които наблягат конкретно върху използването на ИКТ, насочени към младежите и техните родители, да поощряват участието на младежки организации и на медиите, да насърчават медийната грамотност в рамките на стратегиите си за учене през целия живот и да поощряват взаимното обучение между равнопоставени партньори, както и обмена на най-добри практики между професионалистите в областта на преподаването по отношение на този аспект от обучението.

1.3. ЗАКОН ЗА РАДИОТО И ТЕЛЕВИЗИЯТА

С **измененията в Закона за радиото и телевизията, публикувани в ДВ, бр. 96 от 2001 г., изм. - ДВ, бр. 109 от 2020 г., в сила от 22.12.2020 г., също бяха въведени задължения за мерки и дейности за развитието на медийната грамотност в България.**

В чл. 32, ал. 1 от ЗРТ се предвижда ново правомощие на Съвета за електронни медии, чрез въведената нова т. 23. – **СЕМ предприема и насърчава предприемането на мерки и дейности, насочени към развитие на медийната грамотност в обществото.**

Чл. 33а, ал. 1 **указва, че Политиката за медийна грамотност съдържа мерки за развитието на умения и знания, които позволяват на гражданите:**

1. да правят информиран избор за медийното съдържание и за медийните услуги;
2. да използват медийните услуги и медийното съдържание по безопасен начин;
3. да създават медийно съдържание и да участват отговорно, етично и ефективно в различните форми на комуникация.

(2) Министърът на културата:

1. инициира и ръководи дейността по изготвяне на национална политика за медийна грамотност;
2. докладва на Европейската комисия относно изпълнението на мерките за медийна грамотност.

Чл. 33а, ал. 3 - Съветът за електронни медии работи за развитие на медийната грамотност в сътрудничество с широк кръг заинтересовани страни, включително с Министерството на културата, Министерството на образованието и науката и с други органи на публичната власт, доставчици на медийни услуги, академични среди, организации на гражданското общество и потребители, като:

1. участва в изготвянето на национална политика за медийна грамотност;
2. събира информация относно участието на доставчиците на медийни услуги и платформите за споделяне на видеоклипове в изпълнение на политиката по т. 1,

⁴[https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/HTML/?uri=CELEX:52008XG0606\(01\)&from=PT](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/HTML/?uri=CELEX:52008XG0606(01)&from=PT)

анализира резултатите и предприема актуализиране на политиката на всеки три години;

3. изготвя ежегоден доклад за изпълнението на политиката като част от отчета по чл. 39.

При Разпоредбите, приложими за услугите на платформите за споделяне на видеоклипове, в чл. 19д, ал. 1, се предвижда:

Без да се засяга прилагането на чл. 13 - 17 от Закона за електронната търговия, доставчиците на платформи за споделяне на видеоклипове предприемат подходящи мерки: за защита на децата от предавания, генерирани от потребители видеоклипове и аудио-визуални търговски съобщения, които може да увредят тяхното физическо, психическо, нравствено и/или социално развитие, в съответствие с чл. 17а, ал. 1 - 3; за защита на аудиторията от предавания, генерирани от потребители видеоклипове и аудио-визуални търговски съобщения, чието съдържание подбужда към насилие или омраза, насочени към група лица или член на група, въз основа на някое от основанията, посочени в чл. 21 от Хартата на основните права на Европейския съюз.

Чл. 19д, ал. 8, т. 8 - ефективни мерки и инструменти за медийна грамотност и повишаване на осведомеността на потребителите за тези мерки и инструменти.

В § 56 от Преходните и Заключителни разпоредби към ЗИД на ЗРТ се предвижда, че до 19 декември 2022 г. и на всеки три години след това министърът на културата представя на Европейската комисия доклад по чл. 33а, ал. 2, т. 2 от същия закон.

Особено тясно свързани с понятието „медийна грамотност“ са и термини като: информационна грамотност, новинарска грамотност/ неграмотност в дигиталния свят, цифрови умения, цифрова компетентност и др. подобни.

Световните тенденции в грамотността в дигиталния свят показват тревожно ниско ниво на новинарската грамотност и разбирането за фалшивост и истинност.

В публикация по сходна тема от 2018 г., от сайта <https://www.newmedia21.eu/> се казва: "Докато държавни и наддържавни субекти се опитват да реагират с административно-правно противодействие на необуздаемата информационна безотговорност, Институтът за изследване на журналистиката на Reuters към университета в Оксфорд публикува ежегодния си доклад за дигиталните новини, в който фокусът е строго върху потребителя и върху неговата информационна неграмотност. Документът „DigitalNewsReport 2018“ е изграден върху данните от изследване, проведено в периода февруари–март с онлайн въпросник сред 74 000 респонденти от 37 държави (в Европа, Северна и Южна Америка и Азиатско-Тихоокеанския регион). Целта на изследването е да анализира особеностите на потреблението на новини в епохата на дигиталните мрежи и технологии. Предмет на непосредствено внимание са невярната информация, дезинформацията и доверието в източниците, формиращо разнообразието от „диети за новини“ на потребителите.

Наред с водещото заключение от този доклад – пониженото използване на социалните мрежи като източник на новини, вниманието ни е привлечено от други три аспекта – от постигнатата терминологична чистота относно клишето „фалшиви новини“ (англ. fakenews), от дефинираното и проверено на терен понятие „новинарска грамотност“ (англ. newsliteracy) и от първото включване на България в емпиричната група на този авторитетен доклад на ReutersInstitute.”⁵

През 2018 г. ЕК приема т.нар. рамка за ключовите компетентности за учене през целия живот в ЕС⁶, между които е и цифровата компетентност. Цифровата компетентност обединява знания и умения за уверено и критично използване на цифровите технологии за труд, почивка, обучение и комуникация. Разработена е рамка на цифровата компетентност,

⁵<http://media-journal.info/index.php?p=item&aid=366>

⁶https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:395443f6-fb6d-11e7-b8f5-01aa75ed71a1.0018.02/DOC_1&format=PDF;

включваща пет компонента⁷ - компетентност за работа с информация и данни, комуникация, създаване на съдържание, безопасност онлайн и решаване на проблеми. За областта на образованието, обучението и заетостта това е обща референтна рамка за това какво означава да живееш в цифров и във все по-глобализиран и дигитален свят.

В изданието на Dig Comp от 2016 г. - 2.0 - е включена карта на сходствата и различията между Dig Comp и рамката на UNESCO за медийна и информационна грамотност (MIL във версията ѝ от 2011 г.). Изведени са две компетентности на медийната грамотност, които не са покрити от Dig Comp - (i) разбиране за ролята и функциите на медиите в демократични общества и (ii) разбиране на условията, при които медиите могат да изпълняват своите функции.⁸ Подобно съпоставяне е направено и между Dig Comp и Рамката на UNESCO за глобална оценка на медийната и информационна грамотност (Предмети на MIL) от 2013 г.⁹

Медийната грамотност и цифровата компетентност са близки и свързани, но различаващи се и самостоятелни концепции. Медийната грамотност в цифровото време несъмнено изисква и притежаването на елементи от цифровата компетентност, но според правото на ЕС медийната грамотност „не се свежда до изучаване на инструменти и технологии, а има за цел гражданите да придобият умения за критично мислене“, за да се „анализират сложни реалности“.

II. МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ ВЪВ ФОКУСА НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ МЕДИЙНИ РЕГУЛАТОРИ

Проблематиката на медийната грамотност е била неведнъж в центъра на вниманието на европейските медийни регулатори.

В официалната документация на Европейската платформа на регулаторните органи – ЕПРА, медийната грамотност се определя като **“възможността за достъп и умението да се анализират, създават и оценяват послания през многообразието от контекст.”**

Насърчава се всеки регулатор да има собствено дефиниране на термина, той да има място дори като законова дефиниция, регулаторът да се ангажира с промотирането на тази дейност, особено ако това е на доброволна база и без законова обвързаност, да се посочат други релевантни организации и институции, които биха били свързани с работа по темата, също на законова основа, да се развива и поддържа медийната грамотност, да се прокарват политики, включително свързани и със събиране на финансови средства за промотиране на по-високо ниво на медийна грамотност.

2.1. ЕПРА

От 2008 г. Темата за медийната грамотност присъства регулярно в дневния ред на срещите на Европейската платформа на медийните регулатори. Публикувани са няколко успешни сравнителни доклада, които показват нарастващ интерес медийните регулатори да промотират медийната грамотност. След успешната работа по темата през 2017 г., през 2018 г. е създадена специална работна група със сътрудничеството на експерта по медийна грамотност Мартина Чапман.¹⁰ Нейната цел е да се окуражи споделянето на информация между регулаторите за медийната грамотност и да се осигури неформална подкрепа и насоки за членовете на ЕПРА.

В края на 2018 г. групата на ЕПРА, която работи по темата, завършва с приемането на три комплекта от Препоръки за членовете си – полезни съвети за ангажиментите на

⁷ Ferrari, Anushka. DIGCOMP: A Framework for Developing and Understanding Digital Competence in Europe, Joint Research Institute, 2013, p.9 <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC83167/lb-na-26035-enn.pdf>;

⁸ https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC101254/jrc101254_digcomp%202.0%20the%20digital%20competence%20framework%20for%20citizens.%20update%20phase%201.pdf p34;

⁹ Ibid p35

¹⁰ <https://media-and-learning.eu/2014/node/1624/lightbox2.html>

ангажираните страни, насоки за оценяване на проекти, посветени на медийната грамотност, и как да се организират мрежи за повишаване на грамотността. Въпреки това, поради продължаващия интерес на държавите-членки на ЕПРА, работната програма на организацията за 2019 г. също включва годишна работна група, посветена на темата за медийната грамотност.

ЕПРА използва определението на британския регулатор Офком¹¹, който е извел тази дефиниция в Доклад и Препоръка, от август 2019 г. Документът има за цел да се осигурят съвети за медийните регулатори в посока как да инициират проучване, за да се преодолеят пропуски в данните по въпроса, използвайки количествен и качествен подходи.

Офком дефинира медийната грамотност като способността да се използват, разбират и създават медии и комуникации в разнообразен контекст/през многообразие от контекст. Дефиницията нарочно е така всеобхватна и разширена, за да даде възможност на регулаторите да изследват темата през широк спектър и през различни медии. Важно е да се отбележи, че Офком има законово задължение да промотира медийната грамотност, и адресира това свое задължение през регулярни проучвания. Подходите за изучаване на тази материя са от различни аспекти и се цели да се осигури разбиране в обществото на микро и на макро равнище. Насоките на Офком не вземат предвид правните, културни или етнически различия, които съществуват между различните държави в ЕС, а се базират на опита на Великобритания, поради което съветът е да се ангажират професионалисти с репутация, за да се постигнат по най-добрия начин изследователските цели.¹²

В съответствие с този подход, новият документ с насоки на британския регулатор Офком е с намерение да осигури съвети за медийните регулатори как да инициират изследвания с цел да се запълнят възможните пропуски за наличието на релевантни данни. Също така изследването е количествено и качествено и предоставя полезни съвети как да се подготви и представи изследване за медийната грамотност, като си имат предвид цената, източниците и процеса на изпълнение на един такъв проект.

Изследване на Европейската аудиовизуална обсерватория сред 28-те страни-членки на ЕС, от 2016 г., по темата за медийната грамотност – практики и действия, което е финансирано от Европейската комисия, извежда следните изводи: гражданското общество играе много активна роля в проектите за медийна грамотност; повечето от организациите, свързани с медийната грамотност, нямат законово задължение за това; 189 основни мрежи за медийна грамотност са идентифицирани сред 28 страни-членки на Европейския съюз; нивото на действия за медийна грамотност варира сред различните държави; на гражданите се осигурява подкрепа от първа линия и това е основен приоритет в проектите. Уменията, свързани с „критично мислене“, са доминиращите умения във всички проекти в изследването - от 547 проекта 385 се занимават предимно с това.

В 46 от 145 casestudies медийната грамотност е изследвана като „интеркултурен диалог“, като тук се включват умения за разпознаване на радикализация и реч на омразата онлайн. Работата в партньорство е ключов аспект за проектите по медийната грамотност – 228 от общо 547 проекта са категоризирани като междусекторна колаборация. Тийнейджърите и по-големите ученици са обичайната аудитория за проекти, посветени на медийната грамотност.

Програма Безопасен Интернет е финансирала, вдъхновила или подпомагала проекти в 22 от 28 страни-членки.¹³

¹¹<https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/>;

<https://www.ofcom.org.uk/research-and-data>

¹²https://www.epra.org/news_items/media-literacy-release-of-the-top-tips-on-researching-media-literacy

Researchingmedialiteracy: A guidedocumentfor EPRA membersbyOfcom (UK) (August 2019), Introduction

¹³<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/reporting-media-literacy-europe>

2.2. МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ И ЗАЩИТАТА НА ДЕЦАТА

Европейската група на медийните регулатори – ЕРГА, изследва медийната грамотност в контекста на взаимовръзката със защита на детската аудитория, особено в онлайн среда. Изследването от 2018 г. на тема „Защита на децата в аудиовизуалните медийни услуги – ефективността на системите за възрастов контрол и медийната грамотност”¹⁴ акцентира върху факта, че когато се говори за децата в общ план, те изглеждат абстрактни. Но те се раждат с нагласата да вярват на възрастните и да разчитат на тях и на училището. Те вярват в справедливостта, те искат начини да се изразяват и да изучават. Ако възрастните ги блокират и ограничават, децата ще загубят вяра в тях. Всичко това следва да се вземе предвид когато се изграждат системи за тяхната защита. Известната изследователка проф. Соня Ливингстън от Департамента за медии и комуникация на London School of Economics and Political Science изследва системите за възрастов контрол и медийната грамотност като двете актуални теми, които са в основата на дебата как да се създаде ефективна рамка за защита на децата в дигитална среда. А защитата на децата винаги е била сърцевината на мисията на медийните регулатори.

Директивата за аудиовизуалните медийни услуги е още едно доказателство за това – двете концепции играят важна роля в текстовете ѝ. Директивата обвързва идеята, че влиянието върху защитата на децата ще бъде по-силно, ако се прилагат в комбинация с медийната грамотност. От една страна - техническата защита създава бариери за достъпа до съдържание, което е потенциално вредно за децата, а от друга страна - образователният подход помага на децата да развият умения за медийна грамотност, които са необходими, за да навигират безопасно през новата медийна среда. С други думи - това са два отделни подхода, които работят за една цел. За изпълнението на тази цел ЕРГА е избрала да се фокусира върху ефективността и на двете – възрастов контрол и медийна грамотност.

Изключително предизвикателство е оценяването на степента на медийна грамотност. Оценяването повдига въпроси за уточняване на критериите за грамотност като етически, политически, идеологически и/или икономически. Обхватът и целта на оценяването също е спорен – дали медийната грамотност е предназначена да доведе до демократичен, антиелитарен подход към онлайн презентациите или ще се концентрира към по-традиционния, йерархичен подход. Предизвикателство е да се „измери“ медийната грамотност, особено когато дефиницията и акцентът се променят динамично. Няма ясно определение какво се приема за „грамотно“ срещу „неграмотно“ поведение. Важно е да се отчитат потенциалните промени в поведението и нагласите, докато те се случват. Те могат да окажат значително влияние върху разработването на политики, реформите в образованието и насоките в медийната регулация.

III. НЕПРАВИТЕЛСТВЕНИ ОРГАНИЗАЦИИ, РАБОТЕЩИ ПО ТЕМАТА ЗА ПОВИШАВАНЕ НА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ В БЪЛГАРИЯ

Неправителствените организации, които работят по темата за медийната и цифровата грамотност в България са много, като се има предвид, че медийната грамотност е в пряка връзка с децата и тяхната защита. Тук са посочени само три основни, чиято дейност е най-пряко свързана с темата.

- Коалиция за медийна грамотност

<https://gramoten.li/%D0%B7%D0%B0-%D0%BD%D0%B0%D1%81/>

Mapping of media literacy practices and actions in EU-28, European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2016, available online at <https://rm.coe.int/media-literacy-mapping-report-en-final-pdf/1680783500>;

¹⁴http://erga-online.eu/?page_id=14;

В България основен двигател за повишаване на медийната грамотност е Коалицията за медийна грамотност, която обединява организации и личности, работещи в областта на образованието, журналистиката, медиите и гражданското общество, академични представители и експерти по медийна грамотност (проф. д-н Нели Огнянова, доц. д-р Орлин Спасов, доц. Георги Лозанов, доц. д-р Ралица Ковачева и др.). Това са и следните организации: Център за култура и дебат „Червената къща“, Център за творческо обучение, Център за приобщаващо образование, Асоциация на европейските журналисти в България, Заедно в час, Национална мрежа за децата, Национален център за безопасен интернет, в лицето на Фондация „Приложни изследвания и комуникации“ и Асоциация „Родители“, Образование България 2030, Фондация „Гласът на децата“, Фондация „БлуЛинк“, DigitalKidz, Училища.бг, сдружение „Образование без раници“, Обществен съвет към Пето основно училище „Митьо Станев“ - Стара Загора.

Дефиницията на Коалицията за медийна грамотност в България е: „Способност да се намира, преценява, използва и произвежда правдива информация в изобилието от медийни и дигитални източници и умения за ефективно и конструктивно взаимодействие с други хора в онлайн среда.“ За своя мисия те заявяват да работят за развиване на медийната грамотност в българските училища още от начален курс. Обединява ги загриженост за липсата подготовка на децата да се ориентират в съвременната дигитално-медийна и социална среда и да се справят с рисковете в нея. Коалицията изпълнява важни и амбициозни цели: развиване на базисна медийна грамотност сред участниците в училищната общност от начална образователна степен; изграждане на партньорства с всички организации и институции, които имат отношение към образованието и медийната грамотност в България; популяризиране на значението на медийната грамотност сред различни целеви групи (родители, учители, медии и по-широката общественост), развитието на критичното мислене и творческите заложби на децата и младежите в дигитално-медийния свят, но и на всички останали възрастови групи в България.¹⁵

Коалицията работи за цялостно интегриране на медийната грамотност в образователния процес и повишаване на медийната грамотност в обществото. Целите са развитието на критичното мислене и творческите заложби, на първо място на децата и младежите в дигитално-медийния свят, но и на всички останали възрастови групи в България; развиване на дигитално-медийна грамотност от началото до края на образователния процес; изграждане на партньорства и сътрудничество с всички организации и институции, които имат отношение към образованието и медийната грамотност в България (министерства, неправителствени организации, медии и др.), популяризиране на значението на дигитално-медийната грамотност сред различни целеви групи (родители, учители, медии и по-широката общественост.)

- Проверителите на факти/фактчекърите от Factcheck.bg - <https://factcheck.bg/>

Factcheck.bg е единствената платформа в България, която се занимава ексклузивно с проверка на фактите – тя е инициатива на [Асоциацията на европейските журналисти - България \(АЕЖ\)](#). Асоциацията на европейските журналисти - България е неправителствена организация, основана през 2010 г. Член е на Международната асоциация на европейските журналисти (www.aej.org), която събира журналисти и независими организации от над 20 европейски държави. Като професионална асоциация, АЕЖ изказва позиция и публично коментира теми от особена обществена важност.

Екипът на платформата <https://factcheck.bg/> е съставен през май 2021 г. от професионални журналисти без партийни обвързаности с цел да се борят с нарастващото количество дезинформация в българската медийна среда. Целта на проекта е да проверява

¹⁵<https://gramoten.li/%d0%b7%d0%b0-%d0%bd%d0%b0%d1%81/>

твърдения по теми от обществено значение с потенциал за социално влияние, като екипът прави това винаги според най-високите журналистически стандарти и с професионализъм. Проектът се старее да помага и на журналисти да отсяват фактите от невярната информация в социалните мрежи, традиционните медии, публични изказвания на политици и държавници, както и други източници. Проверките в сайта имат за цел и да информират българските граждани, които се интересуват от новинарския поток и актуалните събития в страната и търсят отговори на въпроси от социално значение.

Организацията е автор и на първия „Пътеводител за проверка на факти в дигитална среда“, адаптиран за работа с българските бази данни, е създаден в помощ на разследващите журналисти, но е от полза и за всички представители на гражданското общество, за които разобличаването на фалшивите новини и дезинформацията е кауза и необходимост. Наръчникът включва най-важните умения за проверка на фактите.

Наръчникът е наличен на адрес: <https://aej-bulgaria.org/wp-content/uploads/2021/04/%D0%9F%D1%8A%D1%82%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB-%D0%B7%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%B0-%D0%BD%D0%B0-%D1%84%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%B8-%D0%B2-%D0%B4%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B0-%D1%81%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%B0-2021-%D0%B4%D0%BE%D0%BF%D1%8A%D0%BB%D0%BD%D0%B5%D0%BD.pdf>

- **„Национален център за безопасен интернет”**

Националният център за безопасен интернет работи за повишаване на дигитално-медийната грамотност на децата и младите хора и защитата им в интернет от 2005 г.

Българският Център за безопасен интернет действа от 2005 г. с частичната финансова подкрепа на европейските програми "Безопасен интернет" и от 2014 г. - "По-добър интернет за децата". Той се координира от неправителствената организация Фондация "Приложни изследвания и комуникации" в партньорство с Асоциация "Родители" и рекламна агенция ДеКони. **Основните дейности на Центъра включват:**

- обработване на сигнали за детска порнография и компютърни посегателства срещу деца и непълнолетни;
- консултиране по телефон и по онлайн канали на деца, непълнолетни, родители и учители при инциденти на деца онлайн;
- разработване и провеждане на различни обучения на деца, млади хора, родители, учители и други професионалисти;
- разработване на различни материали, целящи да повишат информираността на обществото за рисковете за деца при ползване на интернет, социални мрежи и мобилни устройства, както и начините за превенция и търсене на помощ.

Центърът е член на европейската мрежа от 30 центъра за безопасен интернет Insafe, както и на Международната асоциация на интернет горещи линии INHOPE, която обединява 42 държави.

Според данни от национално представително изследване "Онлайн поведение на децата в България" от 2016 г., на неправителствената организация "Национален център за безопасен интернет" и "Маркетлинкс", 80% от запитаните деца на възраст между 9 и 17 години са уверени в умението си да търсят информация, но само 50% могат да оценят истинността ѝ. Около 38 процента от тормоза между деца се извършва онлайн. През последната година

около 20 % от българските деца са се срещнали лице в лице с непознат след комуникация онлайн. Половината не могат да преценят дали това, което четат онлайн, е истина, или не.

През учебната 2018/2019 за първи път са предвидени часове по медийна грамотност. В същото време голяма част от учителите нямат необходимата подготовка и яснота как да преподават медийна грамотност.¹⁶

Центърът осъществява регулярни изследвания и поддържа постоянна телефонна линия в помощ на децата – „Потърси съвет на тел. 124 123“ -<https://www.safenet.bg/bg/>

IV. ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ДЕЙНОСТИ ПО ПРИЛАГАНЕ НА ИЗМЕНЕНИЯТА В ЗРТ ОТНОСНО МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ.

Със Заповед на министъра на културата № РД 9К – 204/15.07.2021 г. е създаден Постоянен експертен съвет по медийна грамотност към министъра на културата, в чиито състав са представители на различни институции и неправителствени организации, включен е и Съветът за електронни медии.

На 28 юли 2021 г. бе проведено първото и единствено за годината заседание на Постоянния експертен съвет по медийна грамотност. В заседанието участваха 15 членове на Съвета, и Камен Балкански, в качеството му на директор на Бюро „Творческа Европа – България”, офис „МЕДИА”.

В началото на заседанието неговият председател Аксения Бонева, държавен експерт в дирекция „Международно сътрудничество, европейски програми и регионални дейности” на Министерство на културата, очерта рамката на бъдещата работа на Съвета. С оглед на това, че той е постоянен, от него се очаква да дава посоки на политиката на държавата в областта на медийната грамотност, във връзка с Директива 1808/2018/ЕС и Закона за радиото и телевизията. От Съвета се очаква освен да спомогне за изпълнението на разпоредбите в ЗРТ, конкретно чл. 33а, да представи цялостен поглед върху медийната грамотност, да очертае дългосрочни цели и начините за постигането им в една цялостна политика по медийна грамотност, подкрепена институционално.

СЕМ участва в работата на Постоянния експертен съвет и бе подчертана водещата му роля, като по отношение на медиите бе засегнат въпросът за ясното разграничаване за потребителя на търговската спрямо редакционната политика на медиите; спомената бе спецификата на платформите за споделяне на видеоклипове; обсъдена бе необходимостта от провеждане или получаване на достъп до вече проведени социологически проучвания, с цел да се види къде следва да се насочат усилията в работата на Съвета.

Работата на Съвета включва идентифициране на полезни партньорства и проекти, които ще бъдат организирани и извън Министерството на културата. Като едни от първите възможни партньори бяха отбелязани Национално сдружение на общините в Република България (НСОРБ), българските читалища и библиотеки. Съветът е отворен, бяха направени предложения за включване на членове от МТИТС, УНИЦЕФ – България, sCOOL Media, Teen Station.

Следващите етапи на работата на Постоянния експертен съвет по медийна грамотност към министъра на културата включват споделяне на материали по темата; конкретни предложения за надграждане; определяне на належащите цели, както и онези, които могат да бъдат разсрочени за по-дълъг период напред във времето. На база на това следва да бъде изготвен План с политики, който да бъде утвърден от министъра на културата.

¹⁶<https://www.safenet.bg/bg/materiali/#%D0%B8%D0%B7%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F>

За 2022 г. е проведено още едно заседание на Постоянния експертен съвет по медийна грамотност, в съкратен състав, на 12 май 2022 г., в което СЕМ участва.

Въз основа на работата на Съвета от Министерството на културата предстои да бъдат подавани периодични отчети за напредъка към Европейската комисия.

V. ОСЪЩЕСТВЕНИ ДЕЙСТВИЯ И МЕРКИ ОТ НАЦИОНАЛНИТЕ ОБЩЕСТВЕНИ ДОСТАВЧИЦИ БНТ И БНР

5.1. БЪЛГАРСКА НАЦИОНАЛНА ТЕЛЕВИЗИЯ

Националният обществен доставчик Българската национална телевизия е стартирал собствен подкаст по темата за медийната грамотност още през 2020 г. – „МеГра“.

Водещ на подкаста е Андон Андонов – член на Управителния съвет на БНТ. Епизодите на подкаста могат да бъдат гледани на адрес: <https://www.youtube.com/watch?v=wuWC29Y11p4>; <https://www.youtube.com/watch?v=cr148k7JOqw>.

БНТ информира на сайта си: „През 2020 година БНТ стартира подкаст канала, достъпен на всички платформи. Една от най-успешните теми е подкаст поредицата „МеГра“, която в рамките на 10 епизода постави началото на дискусии по темата за медийната грамотност.

В първи сезон се включиха едни от най-авторитетните журналисти на обществената телевизия – Бойко Василев, Добриня Чешмеджиева, Татяна Тасева, Аделина Радева, Надежда Василева, Александър Марков, Иво Никодимов, Мария Чернева, Георги Любенов, Надя Обретенова, Христина Христова, Цветелина Йорданова, Джанан Дурал, Спас Кьосев, Даниел Михайлов, Мариела Драгова и Даниел Чипев.

Вторият сезон на „МеГра“ продължава с нови пет епизода, панелисти в които са Аделина Радева, Христина Христова, Татяна Йорданова и Милена Кирова. В поредицата те ще разглеждат различни аспекти на медийната грамотност - какво представляват дезинформациите; защо има толкова фалшиви информации в здравната сфера; как социалните мрежи раждат фалшиви новини; кои са най-важните етични норми, които журналистите спазват и каква е ролята на обществените медии в развитието на медийната среда в Европа. Продължението на проекта се реализира с финансовата подкрепа на Европейския парламент.

За първи път подкастът ще има визуализация, която ще дава възможност и на потребителите на YouTube да слушат „МеГра“. Епизодите ще излизат всяка седмица в платформите, както и в официалния YouTube канал на Българската национална телевизия.

БНТ предприема и други мерки и развива инициативи в областта на медийната грамотност, като част от способността за критично мислене и културата на комуникация и способността да се покаже на зрителя истинската стойност на медийното съдържание.

Българската национална телевизия структурира екип за проверка на съдържанието, който следи за дезинформация при ефирното и интернет новинарско съдържание. Журналистите са обучени от представители на Агенция „Франс Прес“.

През пролетта на 2022 г. БНТ, съвместно с ръководството на 38 ОУ „Васил Априлов“ подготви и реализира уроци за развитие на критично мислене. Емблематични водещи на медията – Филипа Огнянова, Флора, Христина Христова, разговаряха с ученици от 4-ти до 7-ми клас и споделиха с тях как работещите за новинарските емисии и предавания проверяват информацията и публикувани фалшиви новини в интернет пространството. По този начин водещите от БНТ помагат на учениците да се предпазят от лоши послания, да изградят собствени контроли за проверка на информацията, да могат да вземат информирани решения.

Темата за медийната грамотност е застъпена и като част от проекта „БНТ Академия“, в който, за поредна година, се обучават студенти от различни университети. Екипът на медията показва на студентите механизмите за проверка на новинарското съдържание, как работят

факт чекърите, как се отсяват фалшивите новини, какъв е световният опит и колко е важно да не се допуска език на омразата.

БНТ предвижда да изготви допълнителни видеоуроци по актуални теми, адресирани към младите хора, посветени на темата за медийната грамотност. Планира и да се засили ролята на Youtube канала им чрез разговори с експерти по темата.

БНТ създава и потребителско съдържание по темата, което често присъства в публицистичните предавания и в новините под формата на репортажи за киберсигурност, за разликата между различните видове съобщения, в т. ч. търговски, политически и др. (Приложение: писмо от БНТ от 24.11.2022 г.)

5.2. БЪЛГАРСКО НАЦИОНАЛНО РАДИО

Националният обществен доставчик на радиоуслуги БНР също има инициативи и действия в посока повишаване на медийната грамотност. БНР има свой самостоятелен екип за проверка на фактите, от ноември 2021 г., който екип е обучен и подготвен от проверителите на факти от <https://factcheck.bg/>.

БНР поддържа отделна секция за това, като се извършва професионална проверка на факти и твърдения. БНР информира на сайта си: „Екипът за проверка на факти и твърдения (ЕПФ) на Българското национално радио е създаден с мисия да проучва съмнителни твърдения и информационни материали, като идентифицира и разкрива манипулации и дезинформация, базирайки се на доказателства, факти, документи, експертни мнения. Към момента той фокусира усилията си по теми, свързани с Covid-19.

Екипът за проверка на факти (ЕПФ) е съставен от журналисти, работещи в БНР, чийто статут е уреден със Закона за радиото и телевизията. **Той е създаден през ноември 2021 г. със заповед на Генералния директор на БНР след съответните решения на Управителният съвет и Програмния съвет на Радиото.** Членовете на ЕПФ на БНР не получават друго финансиране за дейността си, освен по трудови взаимоотношения с Радиото. Финансирането на БНР е уредено със Закона за радиото и телевизията.“ Членове на ЕПФ са: Николай Петров, Георги Николов, Ивелина Георгиева, Лъчезар Вълев, Мария Петрова, Мерим Тенев, Полина Начева, Росина Петрова.

Екипът на БНР проверка на факти се ръководи в дейността си от [Правилника за редакционна дейност на БНР](#) и [Етичния кодекс на служителите на Българското национално радио](#). Водещи принципи в работата на ЕПФ са спазването на професионалните журналистически стандарти, безпристрастност, включително по отношение на политически и икономически интереси, независимост от всякакви форми на външно влияние, честност, прозрачност.

Това означава, че ЕПФ се придържа към високи стандарти при проверката на твърдения и информационни материали, както в прилагането на доказателства, така и на оценката, без да взема ничия страна. Изборът на твърдения и материали за проверка се прави въз основа на тяхната обществена значимост и разпространение, независимо от това кой ги прави.

Повече информация на адрес: <https://bnr.bg/factcheck>.

Усилията на екипа за проверка на факти на БНР са насочени към активно обучение за използването на техниките и инструментите за проверка от останалите журналисти от БНР, основно кореспондентите от страната и от регионалните програми.

БНР полага усилия да обсъжда темата за медийната грамотност не само в линейните си програми, но и в официалните си дигитални канали за разпространение на информация и директен контакт с млади хора – предимно ученици и студенти. Реализират се много извънефирни инициативи, като друга такава е сътрудничеството със сайта „Вижте” и проекта им „Новините на детски език”. Предвижда се през 2023 г. този проект да се разшири в две посоки – увеличаване на съдържанието и на броя на програмите, които са включени в него.

Темата за повишаването на медийната грамотност се обсъжда често не само в основната информационна програма „Хоризонт”, но и в културно-образователната програма „Христо

Ботев” - най-често в медийното предаване „Мрежата”, но и в предавания като „АртЕфир”, „Какво се случва?” и „Гласът на времето”.

Програма „Радио София”, като насочена към младежка аудитория, се стреми да информира подрастващите и младежите как да използват по безопасен начин различните комуникационни канали и колко е важно да развиват своите умения и знания, за да са способни да направят информиран избор за медийно съдържание. Всяко събота сутрин в програмата се излъчват „Новините на детски език”, като екипът работи в сътрудничество с „Клуб на младия журналист” в София. Повече от година се излъчва и рубриката „Малките коментатори на Радио София”, която се реализира от деца-членове на клуба.

БНР реализира инициативи и в други регионални програми. (Приложение: писмо от БНР от 22.11.2022 г.)

АСОЦИАЦИЯТА НА БЪЛГАРСКИТЕ РАДИО- И ТЕЛЕВИЗИОННИ ОПЕРАТОРИ - АБРО информира, че членовете на организацията индивидуално предприемат и доразвиват мерки, насочени към развитието на знания и умения у гражданите за информиран медиен избор. За да могат гражданите да се чувстват ангажирани и да участват активно, налице са осигурени от доставчиците възможности за участие в създаването на медийно съдържание посредством различни форми за комуникация. Поддържа се и се обогатява набор от онлайн канали и мобилни приложения, позволяващи обратна връзка са аудиторията, коментари и препоръки, изпращане на сигнали и новини за събития от всяка точка на страната. Такива са платформите „Моята новина” на Нова Броудкастинг Груп ЕООД и „Аз, репортерът” на „БТВ Медиа Груп” ЕАД.

АБРО предвижда създаване на нарочна рубрика на интернет страницата на организацията за разясняване по достъпен начин на теми, свързани с медиите, като: собствеността на медиите, финансирането, рекламната политика, създаването на редакционно съдържание, регулацията и пределите на регулацията, саморегулацията, авторско право и сродни на авторското права.

VI. ОСЪЩЕСТВЕНИ ДЕЙСТВИЯ И ИНИЦИАТИВИ ОТ СЕМ

В съответствие с чл. 33а, ал. 3, т. 2 от Закона за радиото и телевизията, СЕМ събра информация относно участието на доставчиците на медийни услуги и платформите за споделяне на видеоклипове, като бяха отправени запитвания до Асоциацията на радио- и телевизионните оператори в България за действия, предприети от членуващите в нея доставчици на медийни услуги по темата с медийната грамотност, за времето от 01.09.2021 г. до 01.12.2022 г., а също и чрез отделни писма до БТВ Медиа Груп ЕАД, Нова Броудкастинг Груп ЕООД, Инвестор.бг АД, Телевизия Европа АД, Дарик Радио АД, Фокус Медия ЕООД - като доставчици с голямо обществено влияние и големи аудитории; до националните обществени доставчици Българското национално радио и Българската национална телевизия, също със запитване за предприети от тях действия в изпълнение на чл. 33а от ЗРТ, като те да допълнят вече описаните факти и да представят бъдещи инициативи в тази област.

Единственият вписан в Раздел Шести на Публичния регистър на СЕМ доставчик на платформа за споделяне на видеоклипове ВИ БОКС ЕАД, който е под българска юрисдикция и има голямо влияние сред младите хора и интензивно потребление също информира СЕМ, че полага усилия за повишаване на медийната грамотност. Акцентира върху създадените от платформата системи за модерация на съдържанието като мярка за защита на потребителите, чрез която се филтрира и ограничава съдържание, което съдържа насилие, порнография или друг тип неподходящо съдържание. Платформата държи на поддържането на двустранна връзка с и между потребителите, като позволява публикуване на коментари на потребителите във връзка с публикувано съдържание. Ви Бокс възприема потребителските коментари като

изключително ценен ресурс, тъй като те дават възможност за достъп до допълнителни гледни точки на потребители, които се интересуват от дадена тема, като я доразвиват. В този смисъл платформата се превръща в място за водене на активни, интересни и интелигентни дискусии, като превръща онлайн средата в диалог и заменя еднопосочния поток на информацията.

Въз основа на отговорите на доставчиците и своите наблюдения и надзор СЕМ изготви настоящото обобщение, за да бъде включена работата на регулатора в общия доклад до Европейската комисия, до 19 декември 2022 г. Тази информация впоследствие ще бъде включена и в годишния отчет на СЕМ до Народното събрание, съгласно чл. 39, ал. 1 от ЗРТ.

В съответствие с чл. 33а, ал. 3 от ЗРТ СЕМ следва да работи за развитие на медийната грамотност в сътрудничество с широк кръг заинтересовани страни, включително с Министерството на културата, Министерството на образованието и науката и с други органи на публичната власт, доставчици на медийни услуги, академични среди, организации на гражданското общество и потребители. **През ноември 2022 г. Съветът за електронни медии организирана мащабна среща с представители на Българската коалиция за медийна грамотност и други институции, посочени изрично в разпоредбите на ЗРТ, както и организации, които работят в полето на медийната грамотност, за информирание и обмяна на добри практики.**

Участие в срещата взеха доц. д-р Ралица Ковачева, Георги Марчев, доц. д-р Стела Ангова, Валери Роев, Илия Вълков, проф. Нели Огнянова, Мариела Драголова, Десислава Преображенска, Ева Петрова, Анна Танова, Аксения Бонева, Емануил Георгиев, Милен Митев, доц. д-р Данаил Данов, Иглика Иванова, Искра Джанабетска, Красимира Хаджийска, Стефана Здравкова, Милена Статева-Игнатова, Господин Йовчев.

На срещата бяха изразени различни мнения относно степента на медийна грамотност в България и начините за нейното повишаване, включително чрез обучение в училищна среда.

Председателят на Съвета за електронни медии Соня Момчилова информира в началото на срещата, че това е първа работна среща в по-тесен кръг и форматът ще се разширява в бъдеще. Вече има разговори с представители и на други университети, не само на тези академични представители, които присъстват, така че все повече хора ще бъдат привлечени към темата, към дебата и към конкретни резултати.

Проф. д-р Данаил Данов сподели, че е обнадежден, щом в срещата са се включили немалко хора, това дава положителен сигнал, че в България по темата се работи. Това от положителна страна, от отрицателна страна е всъщност начинът, по който ние си сътрудничим, със сигурност би могъл да бъде ускорен и направен по-ефективен. В този смисъл той поздрави СЕМ, че подема тази инициатива, има и думата стратегия. Като преподавател Софийския университет „Св. Климент Охридски“ той посочи, че последните пет-шест години са изготвени програми на бакалавърско ниво, магистърско ниво, докторантско ниво, че даже и постдокторантско, като това са хора, които се занимават системно с медийната грамотност и поне по отношение на образованието, има вече някои достижения. От друга страна е известно, че медиите немалко неща правят и желанието му е да се намери някаква платформа за по-тясно сътрудничество.

Иглика Иванова от Коалицията за медийна грамотност в България подчерта, че може би най-последователно и най-измеримо през последните години има такова измерване, направено е от Аудиовизуалната обсерватория към Съвета на Европа през 2018 година. Това е едно картографиране на проекти в областта на медийната грамотност, така че като цяло се установява водещата роля в повечето държави-членки именно на организациите от гражданския сектор. Това картографиране установява и защо ние непрекъснато гравитираме към него, въпреки че са минали доста години от неговото публикуване, и това е ключовата роля на медиите и на регулатора. И това е нещото, което може оттук нататък значително да промени плодотворността на усилията, последователността им и добрата координация

между всички заинтересовани страни. Това е нещото, което много осезаемо липсва в България - всички идентифицирани заинтересовани страни да започнат да работят съгласувано по темата и последователно, защото това върху което се работи, е политика за медийна грамотност с експертния Съвет по медийна грамотност към Министерство на културата. Положително е развитието на медийната грамотност вече да е закрепено в закон, оттук следва не просто да се създаде политика или стратегия, или каквито и да било политически или стратегически документи, а как те ще бъдат изпълнявани. Важно е да се постигне консенсус, че искаме да се отстоява медийността в медийната грамотност, нещо, което е записано и в нашия Закон за радиото и телевизията, и в аудиовизуалната директива, адресирайки конкретни текущи проблеми и цифровата среда.

Важно е също да не се допусне инструментализирането на това понятие и насочването на усилията единствено към инструментални умения; все още няма консенсус и в научните среди за това до каква степен е важно да се измерва пряко медийната грамотност, тя може да бъде измервана и косвено чрез композитни индекси, какъвто е индексът за медийната грамотност, какъвто е мониторингът за медийния плурализъм, каквато е готовността на държавите да провеждат политика за медийна грамотност на ЮНЕСКО, тяхната рамка за информационна и медийна грамотност.

Валери Роев от Министерството на науката и образованието изтъкна, че подават ръка на СЕМ и че темата за медийната грамотност сред учениците и подрастващите е от голямо значение. Той посочи, че когато се говори за медийна грамотност и податливост на фалшиви новини съвсем не само децата и учениците са най-уязвимата група. Хората от „третата“ възраст, пенсионерите, които тепърва навлизат в социалните мрежи, са голям проводник на фалшиви новини, там може би също трябва да се работи по някакъв начин, макар че те не подлежат на такъв институционален контрол, както децата и учениците. А относно медийната грамотност в училище - децата са потребители не толкова на класическите медии, които ние сме свикнали, на новинарски сайтове. „Тик Ток“ е тяхната социална мрежа, но там регулацията е по-трудна.

Той подчерта също, че със сигурност медийната грамотност има място в българската образователна система - дали в „час на класния“ или под някаква друга форма, но това трябва да се застъпи, както и гражданското образование като цяло. Темата за медийната грамотност е била като част от часовете по „гражданско образование“, или „час на класния“. Но не е убеден, че трябва да е като отделна учебна дисциплина.

Иглика Иванова от Коалицията за медийна грамотност допълни, че тези часове са общо около 10 часа за дванайсет години, с Наредба № 13 има предвидено изменение за гражданското образование, в която е включена за пръв път темата за медийната грамотност, по-осезаемо е присъствието на този нов предмет, който всъщност стартира през 2019-20 учебна година. Наистина в 11-ти и 12-ти клас има теми, които са много припокриващи се с дефинициите, целите на преподаването и развиването на медийна грамотност, включително по български език, особено в седми клас. Има я тази интердисциплинарност до известна степен, но от една страна преподавателите много често не използват, не знаят, че могат да използват конкретно съществуващо учебно съдържание, за да развиват медийна грамотност, а от друга страна, големият проблем е отсъствието на медията в учебния процес, каквато и да е медия, дори да е „Тик Ток“.

Независимо от това, че съществува учебно съдържание, може да се извлече много повече полза чрез подготовка на учителите, това наистина включва използване, означава промяна в учебния процес, включително методологията на преподаване, за да могат да се използват различни видове медийно съдържание, медийни формати, да се осъзнава конструираната природа на медията, а не единствено да се търсят и да се разграничават мнения от факти, което, разбира се неизбежно фокусираме, борейки се с дезинформацията. Това е един много по-късен етап на развиване на умения на медийната грамотност, трябва да

се започне много по-рано и в много по-голяма степен от развлекателното съдържание, което всъщност децата консумират и с което изграждат представите си за света.

Проф. д-р Данаил Данов добави, че на базата на казаното въпросът е как се разглежда медийната грамотност, и той по никакъв начин не критикува Министерството на образованието за това, че не са въвели предмет “медийна грамотност”.

Ако разглеждаме медийната грамотност в три плана: първи план - комплекс от умения за работа с дигитално съдържание и с дигитални средства, за анализ, за създаване, разпространение, това от една страна, част от тези компоненти децата го могат и това, че използват „Тик Ток“ няма нищо страшно.

В Япония, в Китай, в Съединените щати в Обединеното кралство „Тик Ток“ е една от най-използваните платформи за образование. Друг е въпросът за какво я използваме ние, но това, че децата могат да работят с нея и желаят не е проблем, проблемът е какво се качва там. Медийната грамотност, обаче, е форма на гражданска активност и реално казано, ако ние я разглеждаме и като комплекс от умения и като нов образователен подход, именно критичното мислене, именно казване на „довиждане“ на възпроизвеждането, което, за жалост, доминира в немалко училища, а и в други как да кажа, и в други учебни заведения. Тоест трите плана – комплекс от умения, образователен подход, критично мислене и използване на дигиталните средства и на трето място – гражданска активност.

Емануил Георгиев от Центъра за безопасен интернет сподели, че плавно ще направи преход тяхното изследване, но за съжаление няма по-ново след 2016 г. изследване на дигитална и медийна грамотност на децата. Изследването сочи, че много рано децата влизат в Интернет, преди да се научат на много други неща онлайн, и че около половината от децата си признаваха, че не могат да разпознават, да различават фалшива от истинска информация, около половината родители също си признаха, че не могат, някъде около между 2 и 4% беше разликата в полза на родителите, но това е субективна оценка на отговарящите. Може да се предположи, че процентът е още по-висок за хората, които не могат да правят това, и сред децата, и сред родителите.

По отношение на дигиталната среда според Центъра не е продуктивно да се разделят традиционни медии от дигитални медии, от дигитална среда, тъй като двете неща са практически вече са се сляли, нали, ние виждаме, че интернет до голяма степен интегрира в себе си медийното съдържание, вече и традиционните медии имат интернет версии - радиа, телевизии, вестниците онлайн и т.н. От друга страна, има някои специфики. В дигиталната среда може да има интеракция, т.е. това малко променя самият тип взаимоотношения между медиите и потребителя, потребителят става една идея по-активен. Затова, това което те ползват в работата си, е да се развиват определени компетентности, които се наричат с по-общото понятие „дигитална медийна грамотност“. И тук дигитално-медийно - двете неща се разглеждат комплексно и е в синхрон с рамката DigComp на Европейския съюз, която е за дигитална грамотност. Ние малко я разширяваме и мислим за дигитално-медийна грамотност, като най-общо това са пет сфери на компетентност: информационна грамотност, за която по-скоро говорим сега най-вече, комуникация и сътрудничество -интернет включва и комуникационния аспект, безопасност при създаване на съдържание, решаване на проблеми.

Ето тези пет сфери са покрити от тази рамка за дигитална грамотност на Европейския съюз, но понятието компетентност е малко по-комплексно, то е с много силен фокус върху умения за това какво могат да правят децата, като например уменията да оценяваш информацията, за оценка и подбор на информация. Включва и знания, и нагласи, и тези три неща- умения, знания и нагласи, без критичната нагласа не отиваш никъде. Оттам вече идват знанията за това включително как работят медиите и разбира се, уменията да се анализира информацията, да се подбира, да се оценява. Ето тези компетентности са заложили в някакъв смисъл вече, те влизат в тази система, и той изрази съгласие, че не би било продуктивно това

да се изолира в отделен предмет и да се каже – ето ние имаме вече и дигитално-медийна грамотност.

Тук по-скоро говорим за промяна във философията на образователната система, през всеки възможен предмет може да се развие дигитална медийна грамотност, преди време организирахме обучение на учители по темата за това как в условията на дистанционно обучение да развият дигитално-медийна грамотност и там имаше учител по физическо възпитание и спорт, който също си намери начин да развива дигитално-медийна грамотност, там през данни да търсят за някакви спортове, за спортни звезди и т.н., тоест - ето начин дори и през физическото, което изглежда най-малко очевидно, дори и там може да се развива, какво остава за предмети като български, история, география и т.н. Това вече би трябвало да е очевидно и за учителите, че просто те трябва и е добре да развиват дигитално-медийна грамотност през всички възможни предмети. Това е философия на образованието, която изважда ученика от тази пасивна роля, в която му се „налива“ нещо с фуния в главата и го прави активен, т.е. - той вече е изследовател, той търси отговор, бърка, търси по-добрите решения, това е съвсем друга философия на образование.

А всъщност другата философия, която е свързана с това да експериментираш, да си изследовател, тя включва и това да бъркаш. Няма как да се научиш да отсяваш информация, ако не правиш грешки, не търсиш по-добрите източници на информация, това е съвсем друга, пак казвам, философия на нещата и затова според мен е необходима и друга концепция за това как да се развива дигитално-медийна грамотност. В последните години работят с Министерството на образованието и науката също в това отношение, за да се избистри концепция.

Анна Танова от Асоциацията на радио- и телевизионни оператори каза, че за тях е полезно да се огласяват проучванията, които се правят, инициативите в училище. Това, което те са идентифицирали в практиката е, че има теми, които показват известна недоосведоменост на обществото и това са теми, за които са планирали да се създават информационни материали. В рамките на АБРО планират да създадем такава секция към сайта си, в която да се качва допълнителна информация. За АБРО винаги решенията са били максимално практичните такива, с конкретни стъпки и конкретни дела може да се постигне някакъв стратегически резултат. АБРО е част от работната група на Министерство на културата, отворени са за идеи и инициативи. Те са идентифицирали като теми, които показват известна неграмотност, в голяма част от обществото, са авторските права, финансиране и собственост на медиите, които са едни традиционни „дъвчки“ в обществения живот, каква е собствеността им, доколко е прозрачна и какво в момента има като регулация. Няма много информация например за това как функционира и се създава едно предаване, публицистиката, как протича един сутрешен блок, защо има слушалка и как се говори с госта, как се подготвя материал, а по отношение на рекламата, което е свързано с темата на финансиране и каква част от рекламата е търговска, как тя не влияе на редакционното съдържание на големите медии. Друга тема е регулацията, какво представлява СЕМ, какви са правомощията на СЕМ, може ли да се меси в редакционното съдържание, саморегулацията, че изобщо съществува такава, особено в сферата на рекламата, в момента в Националния съвет за саморегулация се обсъжда създаването, в рамките на друго адекватно събитие, обучение на тема „Инфлуенсър маркетинг“ и как се обозначават материалите, които включват реклами или спонсорство, или такова участие.

Това са все теми, които предизвикват голяма чувствителност към тях, защото общественото говорене, често включително и на политически фигури на високо ниво, е манипулативно или не достатъчно осведомено, а и фокусът трябва да е върху дигиталните умения и уменията за оценяване на източника на информация. Това е безценно и те биха се радвали да се включи това в темите, които АБРО може да популяризира.

Асоциацията предлага да създадат като база информационни материали, не тип научен труд, а по-скоро лек за възприемане материал от аудиторията.

Аксения Бонева от Министерството на културата и ръководител на Постоянния експертен съвет по медийна грамотност към Министъра на културата благодари на Съвета за електронни медии за инициативата и срещата, защото това е начинът да се случват нещата. СЕМ има привилегиите и удоволствието да регулира медиите, но в същото време и да бъде ретранслатор към тях, тоест да може да е най-прекият път между медиите, хората, обществото и институциите. Тя посочи, че дискусиата следва да е за това как може да се действа напред, да се фокусира върху това как СЕМ и останалите организации биха могли да си бъдат полезни, за да се начертае план занапред - дали ще е стратегия, дали план, дали стъпки, важното е да се канализират множеството потоци, които текат в рамките на медийната грамотност. Има много организации, които работят по въпроса, има неправителствени организации, университети, които са направили много. Въпросът е оттук нататък как тази практика може да се превърне в политика, това са двете неща - практика и политика. Практиките са обект на изпълнение от неправителствени организации, университети, политиките, обаче, са задължение на институциите, на Съвета за електронни медии, на МОН. Най-продуктивно би било да се изработи план за бъдещи действия.

Д-р Габриела Наплатанова, член на СЕМ, подкрепи усилията, които се правят от електронните медии, споделя мнението, че е свръх регулиран пазарът, но тяхната аудитория е огромна и съдържанието, което се потребява на техните дигитални платформи също е съдържание, генерирано по традиционен за медиите начин. В този смисъл тя предложи нашето партньорство да бъде действително със създаване на конкретно съдържание, което да се обсъди какво да бъде, под формата на някакъв тип рубрика или ритмично да бъде подавано по различни теми, да бъде периодично и да има постоянен характер.

Проф. дн Нели Огнянова от Софийския университет припомни, че когато през 2014 г. за пръв път Европейската комисия се обърна към България и попита извършва ли се нещо в областта на медийната грамотност, буквално не е имало какво да съобщим. Оттогава датира това смесване между медийна грамотност и цифрова компетентност, отчетена е работата на „Телерик“, на софтуерни академии, защото вече има подем в областта на образованието, но това не е медийна грамотност.

Осем години по-късно, през 2022 г., нещата са променени, стартирали са програмите не само от Европейския съюз, от други организации има финансиране, което доведе до бум на медийни проекти. Въпреки че вече се каза, че няма хора, които да образуват, всъщност всеки образува край нас - училищата, неправителственият сектор, така че задачата на тази втора фаза е структуриране. Това структуриране започна от ролята на медийната коалиция, което е много видимо, структурира се третият сектор, координират се усилията, това е важно, за да не отиват средствата за едно и също. Друга линия, по която мина координацията, и това е важно когато правим обзор на картата и кои субекти къде стоят, това е ефектът от промяната на Директивата от 2018 г. и от промяната на Закона за радиото и телевизията от 2020 г., появи се медийната грамотност в закона, появи се субектът, който в България отговаря за политиката – това е Министърът на културата. Министърът на културата структурира политиките, очаква се от него да направи голямата стратегия, да постави нещата на картата и това, което се иска непосредствено е първият доклад за това, което е направено.

Всички ние сме поканени да участваме в изготвянето на първия доклад по Директивата за състоянието на медийната грамотност. Въпросът, който е много важен, е как да се създаде мрежа, в която да участва и субектът по политиката, и регулаторите, защото не е само медийният регулатор, появява се и другият регулатор, и непременно трябва да поставим на картата саморегулирането. Защото медийна грамотност може да се развива тогава когато регулаторите и саморегулаторите гледат в една посока, разбират се и се уважават, работят взаимно за авторитета си.

Представителите на регулирането и саморегулирането трябва да започнем от себе си, когато говорим за медийна грамотност. Това е много важно - трябва да започнем от собственото си саморазвитие, от собственото си самообучение, защото етичните стандарти,

са класически, но те са една много бърза и динамична материя и всички следим това, което ни се случва. Нека медийната регулация да е свързана с едно непрекъснато самообучение и върху това трябва да се помисли - в каква структурирана форма да се прави, добре е да има подобни мерки за обучение на администрацията, за каскадно, лавинообразно обучение по цялата верига, за да достигне до потребителите на информация.

В момента атмосферата в Европейския съюз, европейският контекст с всичките условия и контекстът в България е благоприятен за ангажиране на Съвета за електронни медии с темата за медийна грамотност. Вярно е, че функциите и правомощията на регулатора се удвояват и утрояват, че трябва да има капацитет от всякакъв порядък – финансов, човешки, технологичен, че единствената разпоредба от ревизията на Директивата, която не беше въведена в закона през 2020 година е разпоредбата на чл. 30, ал. 4, която казва, че Съветът за електронни медии трябва да бъде осигурен финансово, човешки и технологично.

Председателят на СЕМ Соня Момчилова изрази увереност, че Съветът за електронни медии ще продължи своите усилия по посока насърчаване на повече мерки и инициативи за повишаване нивото на медийна грамотност в България, в сътрудничество с медиите, институциите и неправителствени организации.

Отчетът е приет на заседание на Съвета за електронни медии на 08.12.2022 г.