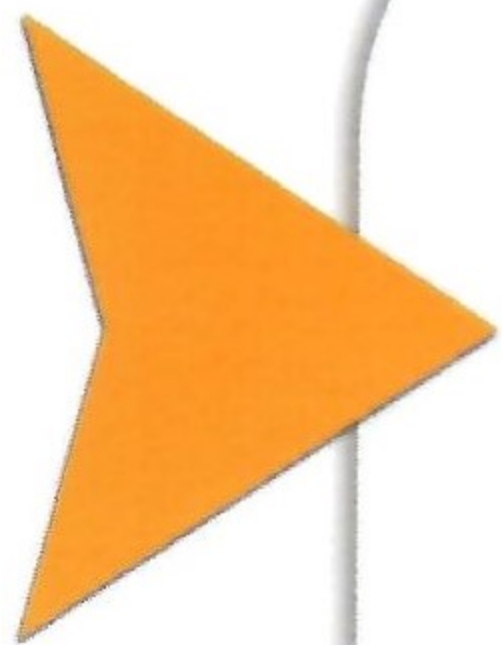




ИНФОРМАЦИОННА ГРАМОТНОСТ

&

ИНТЕЛЕКТУАЛНА © ОБСТВЕНОСТ

МОДЕРНИ НАУЧНИ И ПРАКТИЧЕСКИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА



**ЗА БУКВИТЕ
ДО ПИСМЕНОСТ**

МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ – КЛЮЧ КЪМ СЪКРОВИЩАТА НА ХХІ ВЕК

Ас. д-р Евелина Здравкова¹, ас. д-р Методи Трайков²,

Светослава Димитрова³, Росица Димитрова⁴

^{1,3,4} Университет по библиотекознание и информационни технологии

² Нов български университет

e-mail: e.zdravkova@unibit.bg¹, metodi.gt@gmail.com²,

s.dimitrova@unibit.bg³, rositca2000@yahoo.com⁴

Резюме. Законови права на авторите на творчески продукти в медиите са правата на интелектуална собственост. Интелектуалната собственост се свързва пряко с информацията, която съдържат нейните обекти, и в този смисъл информационните източници в интернет могат да бъдат отнесени към обектите на интелектуалната собственост, в частност на авторското право. Интелектуалната собственост е собствеността върху информацията, която интелектуалните продукти съдържат, като техните създатели имат пълното право на собственост върху тях. С други думи казано, правото на интелектуална собственост трябва да се разглежда като обективно и субективно право, учебна дисциплина и наука, която да бъде широко представена в Интернет пространството на новото хилядолетие. УниБИТ работи по проект, финансиран от Фонд „Научни изследвания“, който изследва авторското право и правото на интелектуална собственост и медийната грамотност сред студентите, обучаващи се в направление 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки“. Проектът „Модел за изследване и повишаване на авторскоправната грамотност в медиите в университетска среда“ е в изпълнение от 18 декември 2019 г. като част от научноизследователската работа на висшето училище. Целта на проекта е научноизследователска и практическа дейност, свързана с формирането на авторскоправна компетентност на студенти, обучаващи се в специалности по горепосоченото професионално направление в УниБИТ. Той се представя в Интернет чрез лого, веб сайт и присъствие в социалните мрежи с дизайн и съдържание, подчинени на посланието на Световната организация по интелектуална собственост за 2020 г. и зеленото бъдеще, и мисията на УниБИТ да образова, възпитава и вдъхновява за по-добър живот.

Ключови думи: интелектуална собственост, авторско право, Интернет, медиите, веб сайт, лого, дизайн.

Живеем в епохата на Интернет технологиите и те вече са неизменна част от нашето ежедневие. Напредъкът в световен мащаб е забележителен. Организацията на обединените нации определя второто десетилетие на ХХІ век като най-доброто в историята.

Прогресът обещава оптимистично бъдеще и сме нетърпеливи да го посрещнем. Вярваме, че в това бъдеще сред добрите сега новини като „безпрецедентен брой хора по света са се отървали от бедността, глада и болестите“, „по-малко замърсяване“, „овладени проблемите на глобалното затопляне и променящия се климат“, ще се наредят и правата на интелектуална собственост, в частност авторскоправната грамотност, и зачитането им. Затова екип от УниБИТ разработихме проект, посветен на умението на хората да комуникират компетентно във различните медийни форми. Кандидатствахме в конкурс за фундаментални научни изследвания от постдокторанти и млади учени – сесия 2019 г. на Фонд „Научни изследвания“ към МОН и спечелихме финансиране. Проектът „Модел за изследване и повишаване на авторскоправната грамотност в медиите в университетска среда“ е в изпълнение от 18 декември 2019 г. като част от научноизследователската работа на висшето училище. В екипа работят: гл. ас. д-р Камелия Планска-Симеонова, гл. ас. д-р Елисавета Цветкова, гл. ас. д-р Методи Трайков, докторантите Светослава Димитрова, Руска Манолова, Евгения Василева и Стелиана Йорданова, с ръководител ас. д-р Евелина Здравкова-Величкова.

Целта на проекта е научноизследователска и практическа дейност, свързана с формирането на авторскоправна компетентност на студенти, обучаващи се в специалности по професионално направление 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки“ в УниБИТ. В рамките на проекта се проучва, анализира и обобщава сложната природа на понятието „авторскоправна грамотност“ и се подготвя приложна концепция за по-нататъшното ѝ усъвършенстване. Отчита се въздействието на технологиите върху трансформацията на медиите в интелектуалноправен аспект. Изследва се състоянието на медиите – традиционни и нови – вестници, радио, телевизии, информационни уебсайтове, онлайн платформи, електронни издания, като обекти на интелектуална собственост, в частност авторско право и сродните му права, както и техните особености.

Проблематиката придобива още по-голяма актуалност с ръста на влияние на медиите в днешното глобално общество. Медийният свят се трансформира и този процес на промяна все повече се влияе от икономиката, технологиите и социалните фактори в обществото. Конкретните проявления на взаимодействието между създателите на медийни продукти, тяхната роля като автори на знание, информация и култура за обществото и за преодоляване на дигиталното разделение и изолация и необходимостта това да е обвързано със съблюдаване на авторското право и сродните му права, са само част от компонентите на актуалността на изследването, заложено в проекта. Журналистическите материали като резултат от творческия

труд на лицата в рамките на медийната институция и техния професионален опит са достатъчно основание да се идентифицират като обекти на интелектуалната собственост в медийната индустрия.

Във времето, в което живеем, се счита, че киберпространството е свободно място и всяко електронно съдържание може да се използва безвъзмездно. В същото време борбата с пиратството се заклеява като борба срещу свободния обмен на информация. А сме на второ място в света по пиратство в интернет и едва половината българи използват безопасно интернет технологиите. Факт е необходимостта от нова правна рамка, която да урежда в детайли регулаторите в медиите, както и правата на авторите, създаващи журналистически материали в медийното пространство в България. Но от съществено значение е и компетентността на творците по отношение на авторските права в медиите и интелектуалната собственост като цяло.

В днешно време лицето, визитната картичка на всяка дейност, компания, институция са уеб сайтът и логото – „офисът“, който работи 24 часа в денонощието, 7 дни в седмицата, достъпен е от целия свят независимо от време, часова разлика, работно време. Затова сред първите задачи на екипа на проекта бе създаването на лого и уеб сайт, т.е. маркетинговата стратегия.

Уебсайтът запознава с дейността, целите, задачите на проекта и популяризира дейността ни. Заложихме на специалния дизайн с изчерпателна и структурира информация на български и английски език, за да имаме конкурентно предимство пред всички, които работят по темата в световен мащаб, като доказателство за качеството на изследването, което правим, и престижа, който то ще донесе на УниБИТ. Ето защо хостингът е unibit.bg.

За домейна заложихме на обобщената терминология за интелектуална собственост и медийна грамотност. Вече имаме бранда УниБИТ и естествено най-добрият начин бепе нашият домейн да бъде идентичен с този на университета. Използваме сървърното пространство на УниБИТ. Нашето име трябваше да предизвиква интерес и да бъде лесно за запомняне. Така се роди името mediaipl.

Сайтът www.mediaipl.unibit.bg е изграден, използвайки WordPress. WordPress е Content Management System (CMS) с отворен код, която се използва от милиони хора по целия свят, за създаване на красиви уебсайтове и блогове. Тази система е напълно приспособима при използването на теми и приставки. WordPress е безплатен и в същото време – безценен.

Така проектът ни се вписва в онези един милион имена на домейни, които се регистрират онлайн всеки месец, според статистиката, и се вписа в списъка на онези 17 милиарда устройства, които са свързани с интернет, каквито са данните на статистиката.

Избрахме зелено-синьото за корпоративен цвят на проекта. Цветът респектира и внушава модерност и доверие, което е философия на нашето изследване и затвърждава доверието в нашата работа. А и Световната организация по интелектуална собственост (СОИС) избра този цвят за водещ в дизайна на събитията за тази година.

СОИС тази година поставя акцент върху зеленото бъдеще на утрешния ден, изграден чрез използване на чисти ресурси, естествени храни, устойчиви икономики и зелена енергия. (Фиг. 1)



Фиг. 1. Постер на СОМС – 2020 г.

В посланието си организацията апелира за мислене, което да използва технологиите разумно, да създава с талант полезни, атрактивни и иновативни продукти, които да подпомагат растежа, като ключова роля за зелената визия на бъдещето отрежда на системата за авторско право и интелектуалната собственост.

ΛΟΓΟΤΟ

Логото показва кои сме и какво искаме да кажем на хората, то е важна част от нашата визуална реклама. Затова заложихме на няколко важни критерия при създаването му – да изразява целите, компонентите, темите на проекта, да вдъхва доверие, да прави изследването запомнящо се, да изразява професионализъм. И да е актуално със световните тенденции в областта на правото и интелектуалната собственост.



Фиг. 2. Логото на проекта

На работна среща на екипа на проекта, членовете обсъдиха основните елементи на логото, а след това избраха един от осемте варианта, които студентката Росица Димитрова предложи. Уверихме се, че той може да бъде мащабиран и е възможно да бъде изгълян в различни размери и големина с оглед на рекламната ни дейност.

Логото е символично с идеята да покрие важните аспекти на дейността, с малко елементи, но запомнящи се. Цветовете са привлекателни, освен че са актуални с цветовете на СОИС за 2020 г. С оглед на целевата ни група – студенти, т.е. млади хора, търсихме цветна ефективност – от пъстри актуални цветове – зелено, жълто, синьо.

Моделът се определя от знака, който информира за наличие на авторско право. Въпреки това считаме бранда за уникален, защото смисълът му е и е свързан с конкретната ни дейност, а именно защита на авторско право, интелектуална собственост, грамотност, медии.

За качествената изработка на логото като част от проектната идентичност, която да ни отличава от останалите проекти на УниБИТ, се доверихме на уменията на Росица Димитрова.

Водец в изработката на логото е минималистичният подход. Идентичността на проекта е визуализиране чрез семпло и изчистено изображение. Така то се възприема и запомня лесно, без да е натоварено от излишни детайли. В палитрата са включени три цвята, които символизират околната среда – небе, растителност и слънце. Водец е зеленият. Той участва вътре в самия елемент и същевременно изгражда цялостната му рамка. При шрифта доминира синьото. Целта е да се постигне яркост и пъстрота, но да се запази цялостната хармония на образа. Жълтото заема съвсем малка площ, но именно то се откроява, поради централното си положение.

Логото е изобразено на уеб страницата на проекта, на визитките, възможно е да бъде отпечатано на рекламни торбички, постери, брошури, флайери.

САЙТЪТ

Както вече споменахме по-горе, сайтът за проекта е изграден, използвайки CMS WordPress (Фиг. 3).

WordPress е изградена около две основни концепции: публикации и страници. Публикациите са типичните записи в даден блог. Те са серии от статии, обикновено изброени в обратно хронологичен ред. Страниците се използват при по-статично съдържание (т.е. съдържание, което не се променя или се промени рядко). Типичната страница „За нас“ е един пример за страница в един типичен сайт. В повечето случаи откриваме, че съдържанието в страницата „За нас“, не се променя толкова често.

Също така, използвайки CMS системата, е направена интернет оптимизация на сайта, а именно Search Engine Optimization (SEO). Search Engine Optimization или оптимизация за търсачки се наричат техники, които помагат на нашия сайт да получи по-високо място в основните резултатите при търсене, като по този начин нашият сайт става по-видим за хора, които търсят продукти или услуга чрез интернет търсачките.



Фиг. 3. Уебсайтът на MediaIPL

Оригиналната визия и функционалност на www.mediaipl.unibit.bg е дело на IT-creative специалиста в нашия екип – гл. ас. д-р Методи Трайков. Той обобщил цялостната концепция за представяне на проекта онлайн, разгледана и обсъдена

от колектива на проекта на второто работно заседание. Той изработи графичния дизайн и уеб дизайна и интерфейса, направи оптимизация за търсачките.

Създаването на уеб сайт е продиктувано от съзнанието ни, че той ще играе съществена роля в представянето на проектната дейност, вярвайки че един качествено създаден и поддържан сайт увеличава значително броя на потребителите на нашето изследване, тъй като той е най-ефективният маркетингов инструмент. В основата на оптималното проектиране на mediaipl.unibit.bg стоят конкретните особености на научното изследване и плановите ни за разпространение на резултатите от него. Търсенето по ключова дума авторскоправна грамотност през Google отвежда към сайта www.mediaipl.unibit.bg

Създадохме и имейл mediaipl@mediaipl.unibit.bg, за да имаме връзка с нашите партньори, както и да проведем анкетното проучване. Така създадена е-пощата с името на сайта вдъхва повече доверие у всички, които ни пишат, а и показва професионално отношение към работата. И сме разпознаваеми.

Така, вече с присъствие в Интернет, дойде ред и да си рекламираме дейността, съответно сайта. Защото хората вече първо търсят в Интернет, а после в „реалния живот“.

Започнахме да го рекламираме чрез Facebook, Twitter и други, където хората могат да ни открият лесно и да разпространят резултатите от нашето изследване. Генерираме съдържание и го споделяме, създаваме партньорства, интегрираме Facebook Pixel на сайта си за по-точни аудитории и ретаргетинг.

Да бъде проектът видим в социалните мрежи е приоритет. За да бъдем по-точни – ако нещо не е във Facebook, то не се е случило. Водени от мисълта колко време прекарват хората в социалните мрежи и каква роля играят те в ежедневието ни, решихме, че Facebook, като една от най-използваните социални мрежи, е добър избор. Доверихме се и на статистиката – според данни на имения сайт за статистически данни statista.com, потребителите на Facebook надхвърлят 2,5 активни акаунти и то в края на 2019 г. Facebook страницата Media IPL, която аналогично носи името, заложено в логото и в домейна, също бе създадена в началото на 2020 г., по сходно време с появата и на сайта в онлайн пространството.



Фиг. 4. Mediaipl във фейсбук

Своевременно логото беше използвано за водеща снимка на страницата, като зае подобаващо присъствие и в Номеpage, заедно с логото на Университета по библиотекознание и информационни технологии, както и това на Фонд „Научни изследвания“ към МОН. Така <https://www.facebook.com/MediaIPL/> се появи във Facebook и бързо започна да набира своите последователи. Присъствието ни във Facebook ще ни помогне да общуваме още по-лесно, като и за нас ще бъде по-удобно да споделяме мигновено случващото се (фиг. 4).

MEDIAIPL В ТУИТЪР

Нашият втори избор за присъствие в пространството, предложено от социалните мрежи, е Twitter – мрежата, известна и като място за микро-блог. Изборът ни бе воден отново от данните, предложени от statista.com, които сочат, че към момента активните потребителски акаунти в Twitter надхвърлят 152 милиона. Така акаунтът на проекта <https://twitter.com/MediaIPL> също зае своето подобаващо място в известната социална мрежа, също в началото на 2020 г. Образът на Media IPL в Twitter е идентичен с този във Facebook – отново използвахме логото за водеща снимка на акаунта, а за Номеpage логото на проекта, както и това на Университета по библиотекознание и информационни технологии и това на Фонд „Научни изследвания“ към МОН. (Фиг. 5)



Фиг. 5. Mediaipl в Туитър

Вярваме, че присъствието на проекта в двете най-известни и разпознаваеми от цял свят социални мрежи, ще ни помогне в по-нататъшната реализация и разпространение на резултатите ни за широката публика.

Заклучение

Медиите трябва да създават авторскоправна политика относно спазването на авторското право и сродните му права. Мисия на висшето училище е аудиториите да познават действащите авторскоправни норми, включително изключенията и ограниченията на авторските права за библиотеките, образователните институции, музеите и архивните учреждения, което изисква висока авторскоправна компетентност на мениджърите и специалистите. Защото журналистиката днес отразява заобикалящия ни свят и медиите играят изключително важна роля в динамичните и все по-сложни общества в наши дни. Новините циркулират по-бързо от всеки друг период в историята на

човечеството заради изобилието от източници, които бъдат снимки и информация за всякакви събития. Коментарните текстове и разгорещените дискусии по всякакви въпроси генерират трафик и привличат публика. Аудиторията има потенциален достъп до безпрецедентен набор от източници на журналистически материали. А законовите права на авторите на творческите продукти в медиите са правата на интелектуална собственост. Интелектуалната собственост се свързва пряко с информацията, която съдържат нейните обекти, и в този смисъл информационните източници в интернет могат да бъдат отнесени към обектите на интелектуалната собственост. Интелектуалната собственост е собствеността върху информацията, която интелектуалните продукти съдържат, като техните създатели имат пълното право на собственост върху тях. С други думи казано, правото на интелектуална собственост трябва да се разглежда като обективно и субективно право, учебна дисциплина и наука, която да бъде широко представена в Интернет пространството на новото хилядолетие.

Благодарности

Тази публикация е реализирана по проект „Модел за изследване и повишаване на авторскоправната грамотност в медиите в университетска среда“, с Договор № КП-06-М35/1 от 18.12.2019 г., финансиран от Фонд Научни изследвания към Министерство на образованието и науката, с ръководител ас. д-р инж. Евелина Любомирова Здравкова-Величкова.

MEDIA LITERACY – KEY OF THE TREASURE OF 21ST CENTURY

*Assist. Prof. Evelina Zdravkova PhD ¹, Assos.Prof. Metody Trikov PhD ²,
Svetoslava Dimitrov PhD Candidate ³, Rositsa Dimitrova, Student ⁴*

^{1,3,4} University of Library Studies and Information Technology

² New Bulgaria University

e-mail: e.zdravkova@unibit.bg ¹, metodi.gt@gmail.com ²,

s.dimitrova@unibit.bg ³, rositsa2000@yahoo.com ⁴

Abstract. *The legal rights of authors of creative products in the media are intellectual property rights. Intellectual property is directly linked to the information contained in its objects, and in this sense the information sources on the Internet can be referred to as objects of intellectual property, in particular copyright. Intellectual property is the ownership of the information that intellectual products contain, and their creators have full ownership of them. In other words, intellectual property rights must be seen as objective and subjective law, discipline and science, widely represented in the internet of the new millennium. ULSIT is working on a project funded by the National Science Fund, which examines copyright and intellectual property and media literacy among students learning in the professional field 3.5. “Social Communications and Information Sciences”. The project “Model for research and increase copyright literacy at the media in the university environment” has been implemented since December 18, 2019 as part of the research work of the higher education institution. The goal of the project is research and practical activity related to the formation of copyright competence of scholars studying in the specialties in the above mentioned professional field at ULSIT. It is presented on the Internet through a logo, website and presence on social networks with design and content, subordinated to the message of the World Intellectual Property Organization for 2020 and the green future and the mission of ULSIT to educate, teach and inspire for the better life.*

Keywords: *intellectual property, copyright, Internet, media, web site, logo, design.*