



фондация
медийна
демокрация



Информационните навици и потребности на хората със слухов дефицит

**Резултати от анкетно проучване
на „Ние ви чуваме” и фондация „Медийна демокрация”**

София, 2019

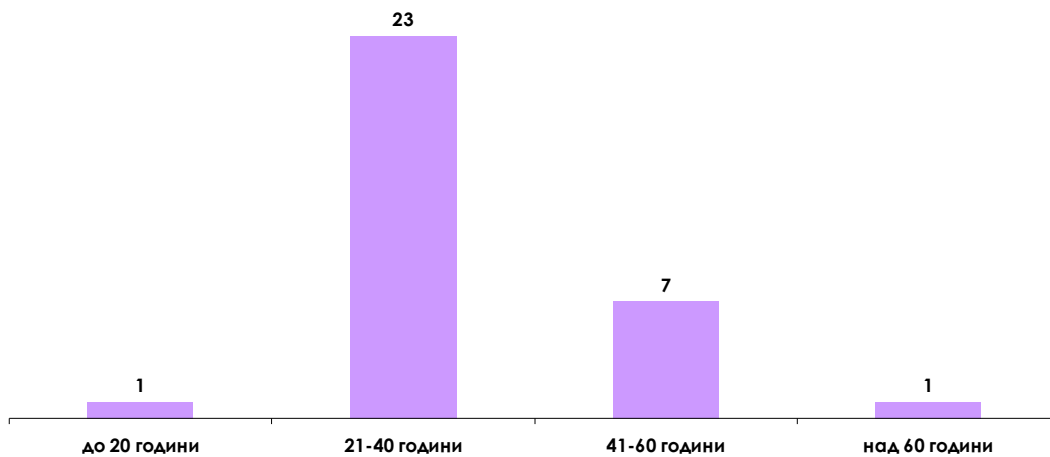
Как се информират хората без слух? Кои канали ползват, кои теми ги вълнуват и как достъпът до медии да бъде по-лесен за тях? От специализирания сайт „Ние ви чуваме“ и фондация „Медийна демокрация“ си поставихме за цел да проучим медийното потребление на хората със слухова загуба. Налице е сериозен дефицит на подобна информация за България. В същото време достъпът на хора в неравностойно положение до медии е неизменна част от плурализма и качеството на публичната среда.

За целите на пилотното проучване създадохме онлайн анкета, насочена специално към глухи и тежкочуващи лица. Въпреки че наблюдението няма характер на представително изследване, резултатите очертават важни акценти както по отношение на медийната среда, така и в контекста на социалното включване на хората без слух.

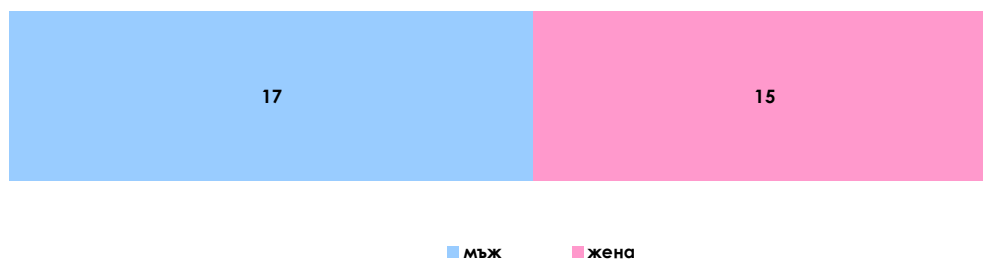
ОБЩА ИНФОРМАЦИЯ

- Период на събиране на данните: февруари – март 2019 г.
- Метод на регистрация: онлайн анкета
- Целева група: глухи и тежкочуващи лица
- Брой респонденти: 32

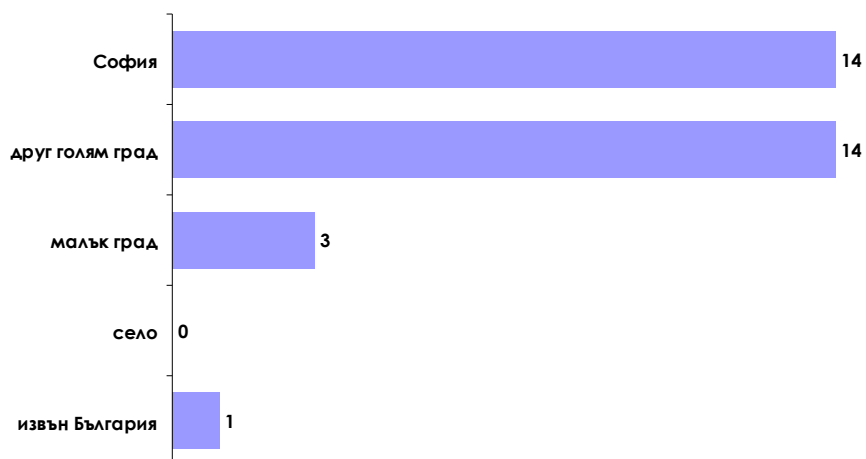
Брой анкетирани: възраст



Брой анкетирани: пол



Брой анкетирани: населено място

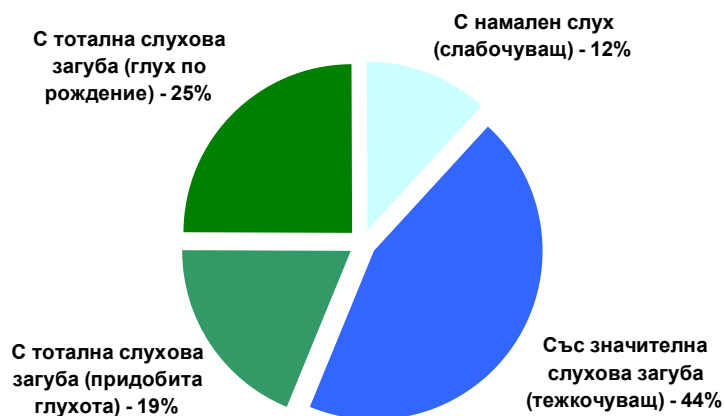


В допитването се включиха 32 респонденти, почти равномерно разпределени по полов признак. Сред тях най-голям е делът на лицата на възраст от 21 до 40 години (72%) и живеещите в София и други големи градове (общо 88%). В този смисъл получените резултати отразяват преди всичко нагласите на хора със слухова загуба, които са в активна възраст и обитават относително динамична градска среда.

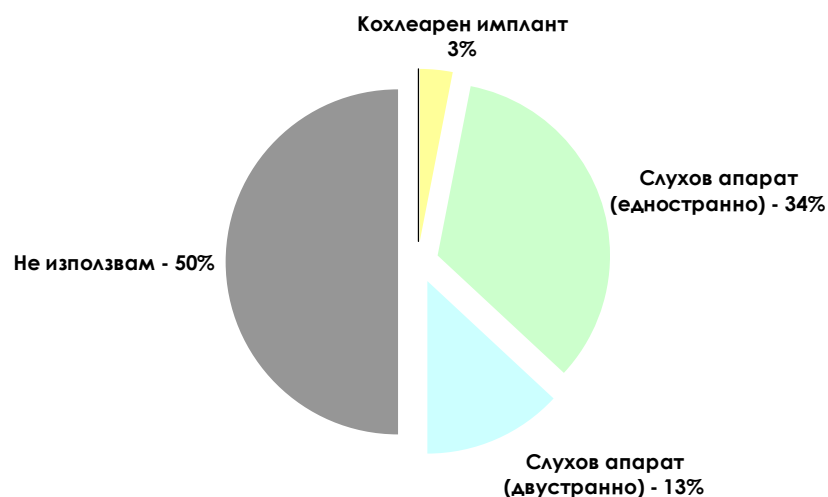
СПЕЦИФИЧЕН ПРОФИЛ НА АНКЕТИРАНИТЕ

Участниците в анкетата представляват балансирано двете основни целеви групи – напълно нечуващи (44%) и тежкочуващи (44%). Половината от респондентите не ползват технически помощни средства, а останалите са слухопротезирани. Единични са случаите на лица, които са с частично или значително намален слух, но не разчитат на технически средства.

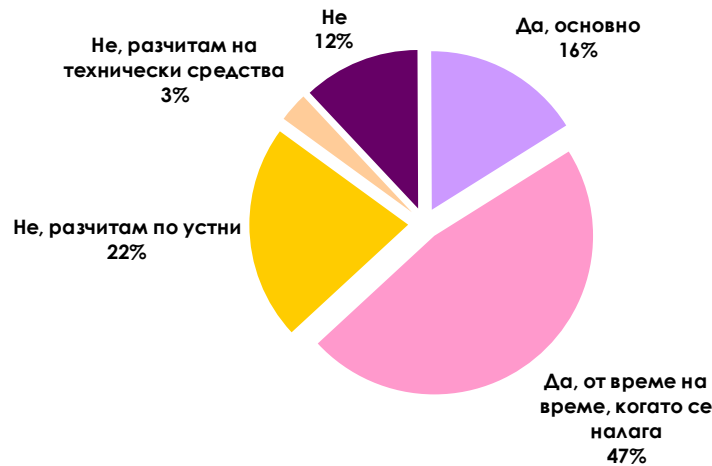
Слухов статус



Употреба на технически помощни средства



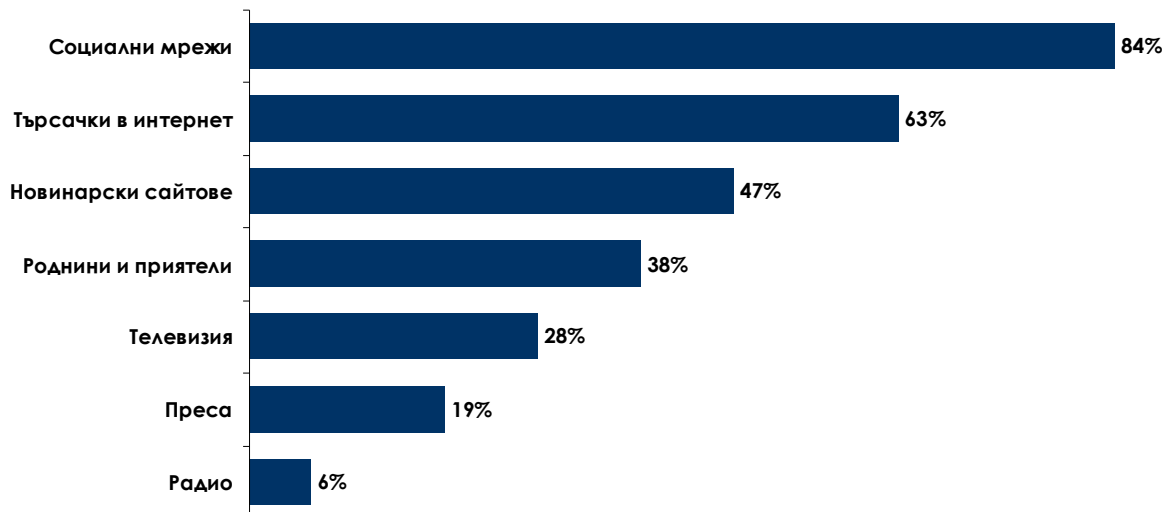
Използвате ли жестов език?



Отговорите на въпроса „Ползвате ли жестов език?“ показват, че само за 16% жестомимиката е основно комуникационно средство. Преобладаващата употреба (47%) е спорадична („от време на време, когато се налага“). Значителна част от респондентите (22%) разчитат по устни. Жестовият език, следователно, е не водещ, а по-скоро спомагателен инструмент за общуване.

ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ И МЕДИЙНИ НАВИЦИ

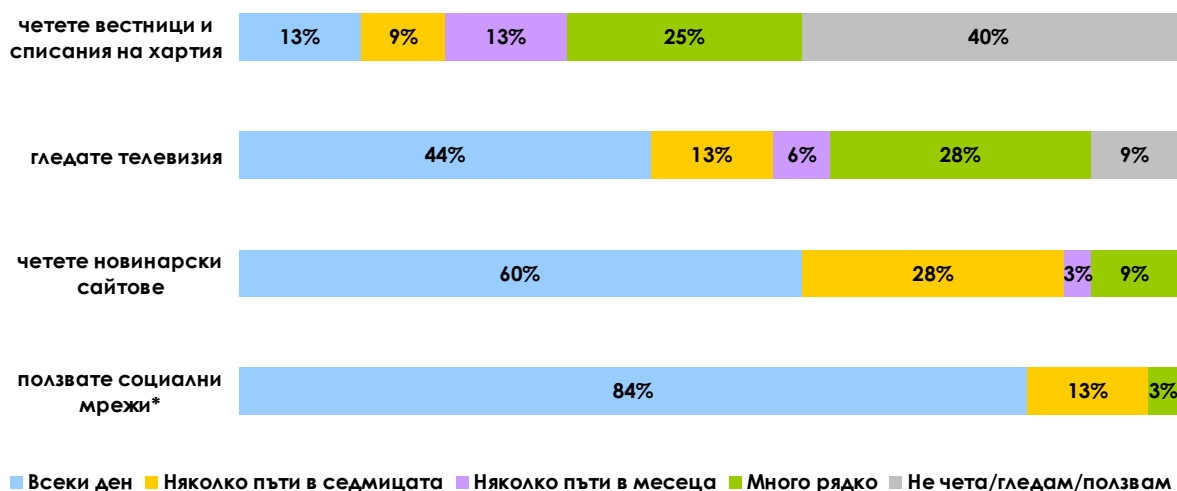
Откъде се информирате най-често?



Сборът от отговорите надхвърля 100%, тъй като са възможни до 3 отговора.

Откроява се наблюдението, че хората със слухов дефицит предпочитат да се информират преди всичко от интернет средата – социални мрежи (84%), уеб търсачки (63%), новинарски сайтове (47%). На второ място по значимост като източник на информация са роднините и приятелите (38%). Традиционните канали като телевизия (28%), преса (19%) и радио (6%) са едва на трето място.

Колко често...

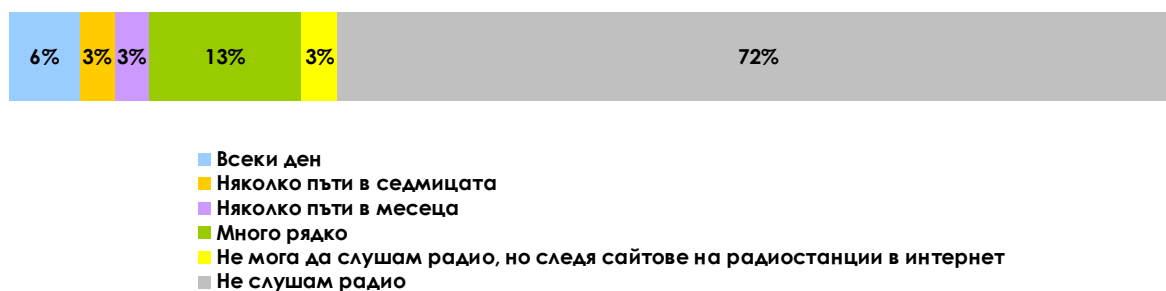


*Точната формулировка на въпроса е „Колко често ползвате социални мрежи (Facebook, YouTube, VBox7 и др.), за да се информирате и/или да споделяте съдържание?“

Употребата на социални мрежи с цел информиране или споделяне на съдържание е валидна за всички от анкетираните, като за преобладаващата част от тях подобна практика е всекидневна (84%). Редовно е и потреблението на новинарски сайтове – 60% от запитаните ползват такива източници всеки ден. Четенето на вестници и списания на хартия, от друга страна, не е широко срещан навик – едва 13% се информират от печатни издания всекидневно, докато 40% изобщо не ползват този вид медии. Всекидневната употреба на телевизия е характерна за 44% от запитаните, 28% гледат рядко, а 9% не гледат въобще.

Най-недостъпният медиен формат за хората със слухова загуба, логично, е радиото. Дори и при частично нечуващите употребата на този тип медия е спорадична. Единични са случаите на респонденти, които следят страници на радиостанции в интернет.

Колко често слушате радио? (В случай че загубата Ви на слух е частична)



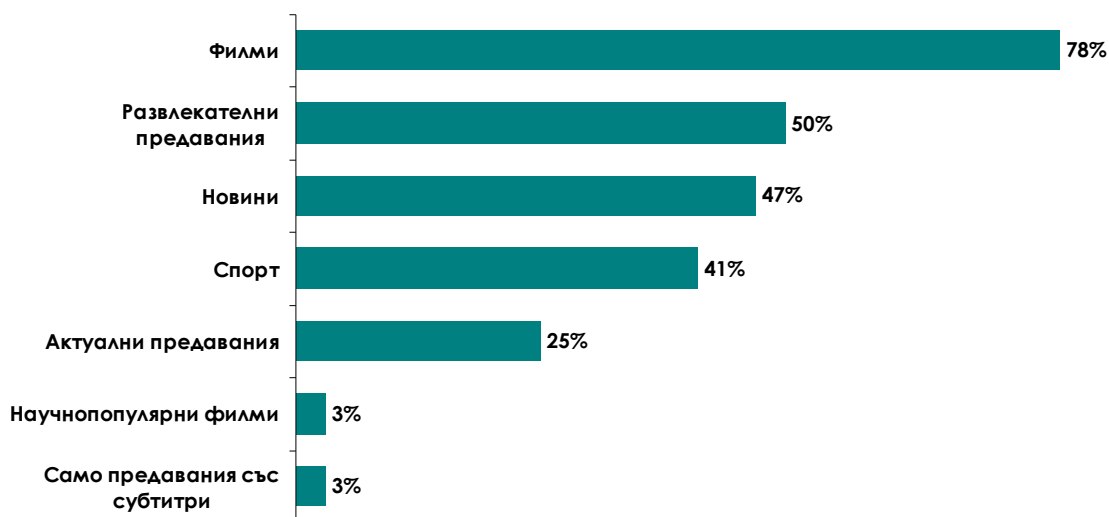
ДОСТЪП ДО ТЕЛЕВИЗИОННО СЪДЪРЖАНИЕ

Гарантираната възможност за достъп до телевизионно съдържание на всички граждани, включително на хората без слух, е обект на целенасочена политика в редица страни по света. В Европейския съюз функционирането на подобни политики е неравномерно. Добрите практики и ефективните мерки в това отношение препращат към държави като Дания, Франция, Словакия, Швеция и Великобритания, където водещите телевизионни канали осигуряват субтитри и жестомимичен превод на редовна база и в различни програмни прозорци.¹

В България гаранцията за достъп до аудио-визуално съдържание е обект на насърчение, но не и на задължение от страна на законодателя. Съгласно чл. 8, ал. 2 от Закона за радиото и телевизията, „доставчиците на аудио-визуални медийни услуги се насърчават да гарантират, че техните услуги постепенно стават достъпни за хората с увредено зрение или слух“. С цел да добием по-добра представа за реалните потребности на хората със слухова недостатъчност в страната, в анкетата включихме кръг от въпроси, посветени именно на достъпа до телевизионно съдържание.

Запитани какъв тип програми гледат най-често, анкетираниите посочват на първо място филми (78%) и развлекателни предавания (50%). Следват новини (47%), спорт (41%) и актуални предавания (25%). Отделни респонденти допълват, че имат предпочитания към научнопопулярни филми, както и че това, което в крайна сметка наблюдават, са само предавания със субтитри.

Какъв тип телевизионно съдържание гледате най-често?

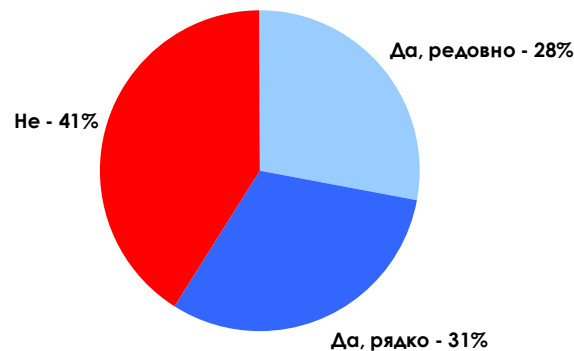


Сборът от отговорите надхвърля 100%, тъй като са възможни до 3 отговора.

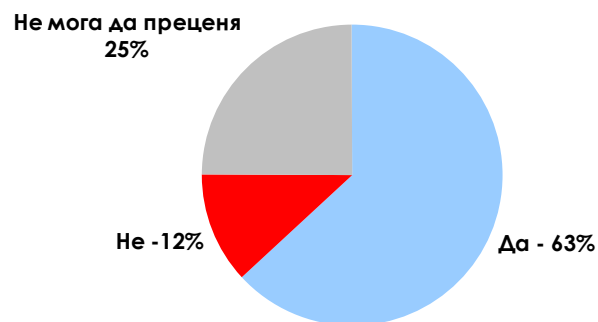
¹ Виж Brogi, E., I. Nenadic, M. De Azevedo Cunha (2018). *Monitoring Media Pluralism in Europe: Application of the Media Pluralism Monitor 2017 in the European Union, FYROM, Serbia & Turkey. Policy Report 2018*, p. 63.

В българския телевизионен ефир жестовият превод и титрите (течащи в реално време надписи) в новинарски емисии и предавания се срещат откъслечно. Интерес да ги следят редовно заявяват 28% от анкетиранияте. Рядко ги следят 31%, а тези, които изобщо не ги следят, са 41%. В същото време 63% от запитаните смятат, че жестов превод за телевизионни предавания категорично е необходим. Дванадесет процента смятат, че не е, а 25% не могат да преценят.

Следите ли новинарските емисии и тв предавания с включени титри и жестов превод?

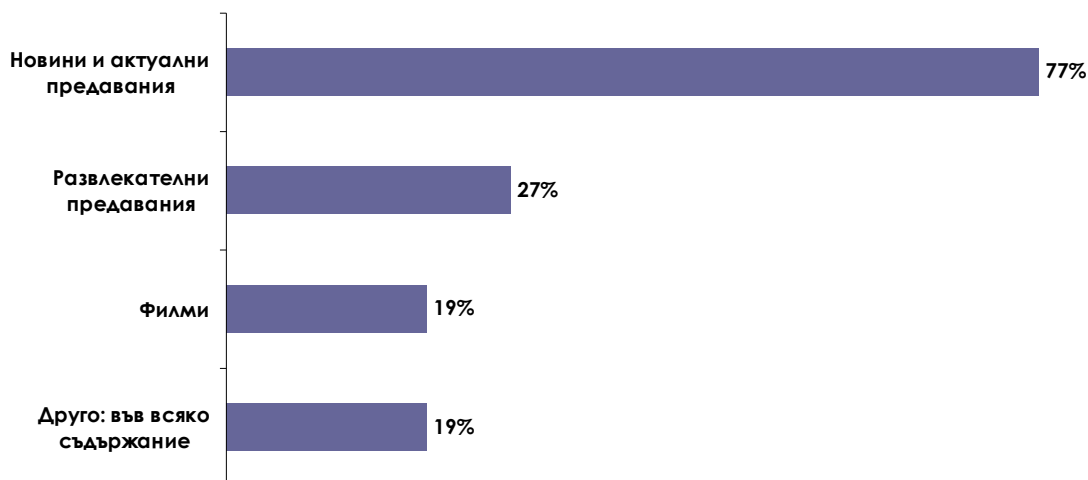


Необходим ли е жестов превод в съдържанието на българските телевизии?



Типът съдържание, който в най-голяма степен се свързва с необходимостта от жестов превод, безспорно са новините и актуалните предавания (според 77%). На второ място са развлекателните предавания (27%), а на трето – филмите (19%). Деветнайсет процента дават допълнителен отговор и заявяват, че всъщност всяко съдържание трябва да бъде придружено от жестов превод.

В какъв тип телевизионно съдържание е необходимо да има жестов превод?



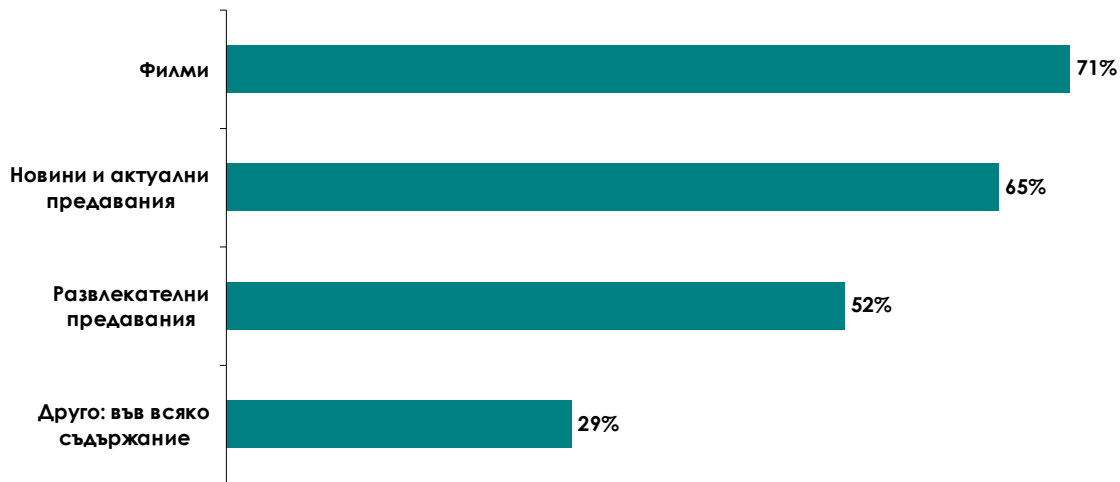
Отговори от страна на респондентите, които преценяват, че жестовият превод в съдържанието на българските телевизии е необходим. Сборът от отговорите надхвърля 100%, тъй като са възможни повече от 1 отговора.

Ако по отношение на жестовия превод респондентите са разколебани, по въпроса за субтитрите е налице почти пълен консенсус – 91% смятат, че субтитрите са необходими. В какъв тип съдържание? Както филмите (71%), така също новините и публицистиката (65%), но и развлекателните предавания (52%) се свързват с потребността от субтитриране от съществен дял от анкетираните. Двайсет и девет процента настояват, че субтитри са нужни за всички телевизионни продукции.

Необходими ли са субтитри в съдържанието на българските телевизии?



В какъв тип телевизионно съдържание е необходимо да има субтитри?



Отговори от страна на респондентите, които преценяват, че са необходими субтитри в съдържанието на българските телевизии. Сборът от отговорите надхвърля 100%, тъй като са възможни повече от 1 отговора.

Преобладаващата част от запитаните предпочитат субтитрите да са вградени (71%), а 29% са за затворени (избираеми), за да могат сами да селектират съдържанието, към което да ги включват. Доминира желанието за следене на пълното съдържание чрез субтитри (74%), докато за 23% е достатъчно чрез титри да е резюмирано накратко за какво става дума в медийния продукт.

Отворени (вградени) или затворени (избираеми) субтитри предпочитате?



- Отворени, защото са навсякъде и са лесно достъпни, предпочитам друг да ги е сложил
- Затворени, защото мога сам да избирам кога да си ги включа и къде

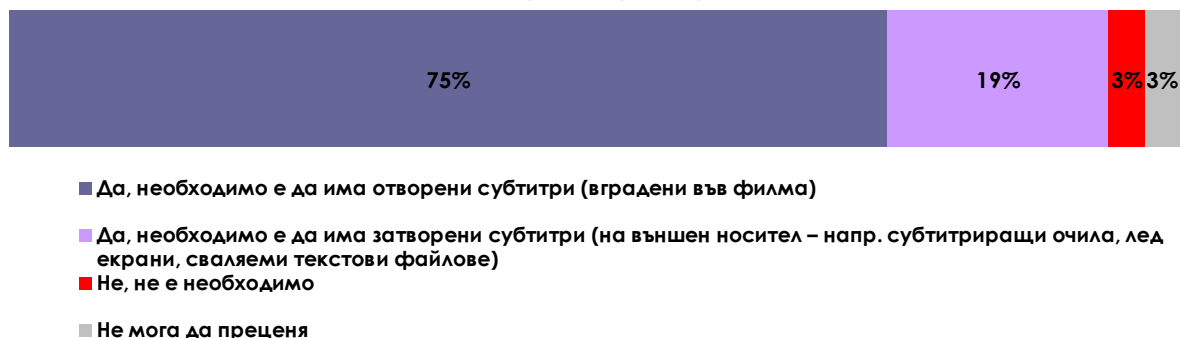
Титри в реално време или субтитри бихте предпочели в телевизионни продукции?



- Субтитри - предпочитам да следя пълното съдържание
- Титри - достатъчно е да е резюмирано накратко за какво става дума
- Не мога да преценя

Излъчваните в страната български филми нямат субтитри на български език, което ги прави недостъпни за потребители със слухова загуба. Ето защо не е учудващо, че две трети от анкетираните смятат, че е необходимо в българските филми да има субтитри от отворен тип (вградени). Деветнайсет процента са на мнение, че е нужно да има субтитри от затворен тип чрез технологии за достъп до филмови продукции като сваляеми текстови файлове, LED екрани и субтитриращи очила.

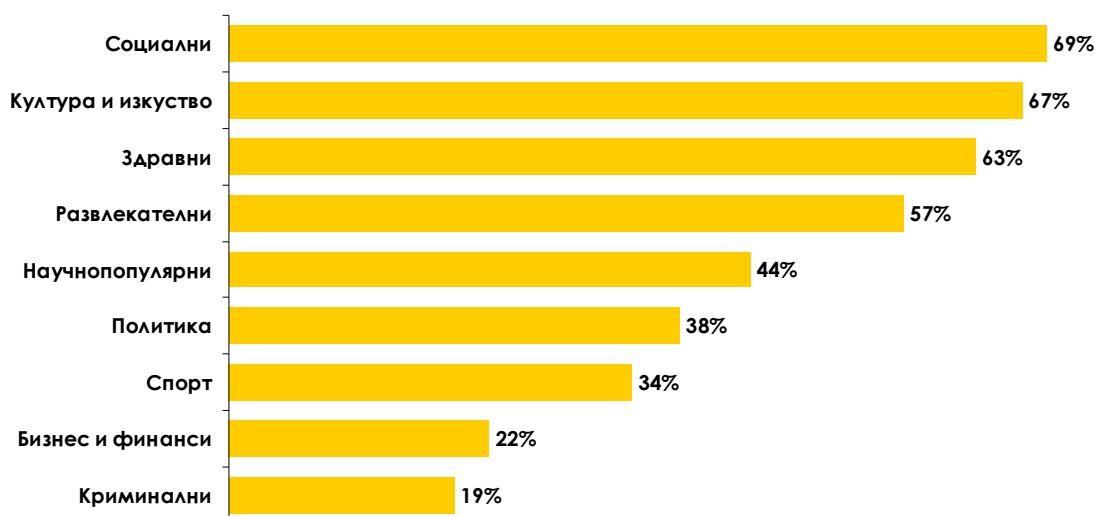
Смятате ли, че е необходимо българските филми да имат български субтитри?



ПРЕДПОЧИТАНИ ТЕМИ И МЕДИИ

Помолени да посочат темите, на които отдават най-голямо значение, анкетираните поставят на първо място социална проблематика (69%), култура и изкуство (67%) и здравни теми (63%). Налице е и силен интерес към развлекателни рубрики и формати (57%). Следва интересът към научнопопулярно (44%), политическо (38%) и спортно (34%) съдържание. Относително по-маловажно е медийното отразяване, посветено на бизнес и финанси (22%) или на криминални теми (19%).

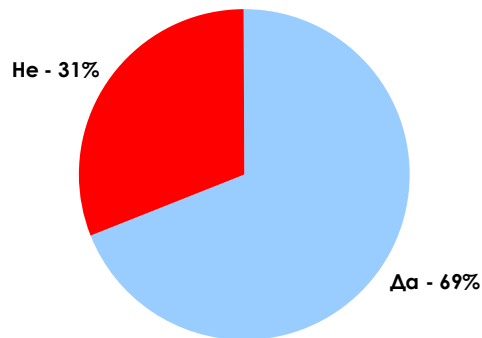
Кои теми са от най-голямо значение за Вас?



Сборът от отговорите надхвърля 100%, тъй като са възможни повече от 1 отговора.

На фона на така очертаните тематични приоритети от значение е и въпросът дали в медиите трябва да има специализирани рубрики за хора без слух. Доминиращият отговор „Да“ (69%) ясно илюстрира осъзнатата потребност от подобно съдържание.

Необходимо ли е в медиите да има специализирани предавания/рубрики за хора без слух?



Открояват се два водещи аргумента. От една страна е схващането, че когато даден медиен формат е създаден специално за нечуващи, той е адаптиран към техните възможности за разбиране. Дали чрез субтитри и/или жестов език специализираното съдържание е достъпно и следователно е полезно. По думите на самите анкетирувани: „използва жест и помогнали за информация на глухи“, „искам да ми се превежда на СВОЯТ ЖЕСТОВ ЕЗИК, за да е разбираемо и достъпно за нас и за всички глухи като нас“, „глухи не разбирам какво говорят без жест“, „трудно разбирам говор, искам някой помогне разбирам смисъл“.² И тук на преден план изпъква нещо изключително важно – нуждата обществото и медиите да осъзнаят, че езикът на глухите не е непременно българският книжовен език:

„Борим се да не бъдем потискани от чуващите, които превеждат не на ЖЕСТОВ ЕЗИК, а на калкиращ български език – своят език не е българският литературен език – своят език е български ЖЕСТОВ език, с РАЗЛИЧНА ГРАМАТИКА, РАЗЛИЧНА ПОДРЕДБА НА ДУМИ, РАЗЛИЧНО ИЗРАЗЯВАНЕ НА ЕМОЦИИТЕ“.

Именно признаването и съобразяването с това различие обосновава необходимостта от специално поднесено съдържание.

Вторият мотив в подкрепа на поддържането на специализирани медийни рубрики е свързан с потребността от подобен тип нишова информация: „необходим е обмен на информация за проблеми при хората с увреден слух“, „за информация по засягащи ги теми“. В този смисъл специализираните медийни формати са ценни заради своята социализираща функция:

„Хората без слух са със специфични комуникационни потребности и повече предавания биха могли да ги покриват. Освен това в специализираните

² Тук и в следващите цитати е запазен оригиналният правопис и начин на изразяване.

предавания е нужно да се засягат повече теми, които да запознават обществеността с спецификата на комуникация с хора със слухови дефицити, не просто да проследяват актуалните новини около и за тях. Когато са повече специализираните предавания за хора без слух, предимството е, че могат да разглеждат разнообразие от теми, което само при едно предаване ще е трудно заради времевите параметри на емисията.”

„Ще бъде полезно за хора както с увреден, така и с нормален слух, да се вижда, че и хора с увреден слух са част от обществото и те могат да имат своя полезен принос в него. Или може да се постигне социално и обществено взаимодействие или сътрудничество с полезни и конструктивни цели, като културни, комуникационно-информативни, както и дейности с практическа насоченост и т.н.”

Нещо повече – животът в тишина има своите особености, които не само трябва да бъдат адресирани, но и пречупени през призмата на самата глуха общност. Както апелира един респондент, в изготвянето на съдържание за нечуващи трябва да участват самите нечуващи:

„Новини за глухи правени само от чуващи – това е смешно. Все едно новини за чуващи да се правят от глухи – кой чуващ би ги гледал? Замислете се. Ние можем да правим новини за глухи и да показваме актуална информация касаеща глухите. Ние можем, а чуващите искат да ни отнемат правата, да ни кажат колко сме жалки, че трябва някой друг да ни прави новини или събития или други. НИЕ МОЖЕМ – единственото, което искаме от чуващите е да ни дадат възможност да правим това, което искаме и обичаме.”

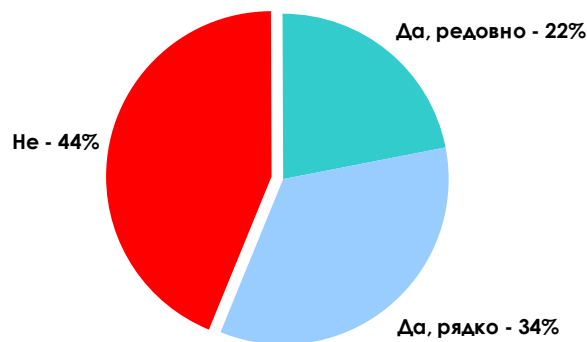
Що се отнася до мотивите срещу съществуването на специализирано предаване за хора без слух, централният аргумент на респондентите е, че по-добрият вариант е максимално разширяване на достъпа до медийно съдържание. „Искам всички предавания да са достъпни, за да мога да си избирам сама какво да гледам”, пояснява една от анкетираните. „Може без тях [специализирани предавания и рубрики]”, заявява друг респондент и допълва: „Всичко можем да схващаме, ама да има жестов превод или текст”. Стесняването на достъпа до определено специализирано предаване в крайна сметка се приема като ограничение: „Би следвало всички предавания да са достъпни за хора като нас, иначе изборът ни се ограничава значително”. Предпочитаното и препоръчвано решение е масовото въвеждане на субтитри.

На въпроса дали следят единственото „Специализирано предаване за хора с увреден слух”, излъчвано по обществената БНТ, по-голямата част от анкетираните (56%) отговорят утвърдително. Редовни зрители на рубриката са 22% от запитаните. Мнението за качеството на предаването не е еднозначно. Четиридесет и седем процента дават положителна оценка за избора на теми и полезността на информацията, а за 32% съдържанието е в различна степен незадоволително. Респондентите, които изразяват критика към предаването, обръщат внимание на

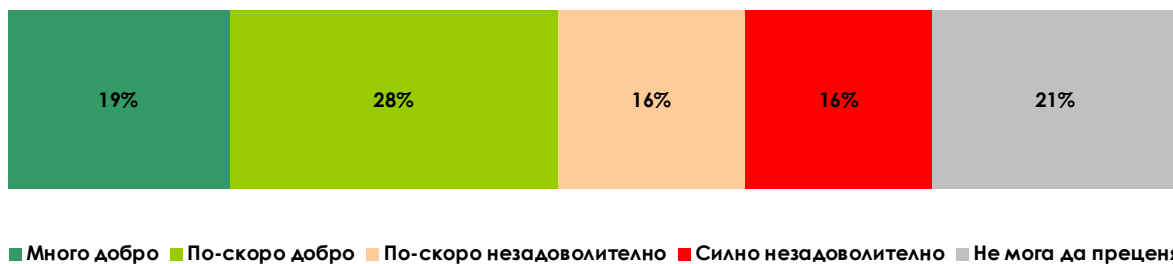
недостатъчната яснота за всички на жестовия превод, на „старата технология“ и на „нетолерантната употреба“ на термина „увреден слух“:

„Увреден слух е медицински верен термин – ние разбираме това, но когато се използва продължително време, той натяква на нас, че сме увредени, че не можем, че сме неспособни. Това не е вярно. Ние искаме да се използва терминът "глух", което също е вярно медицински, вярно е и СОЦИАЛНО. Ние можем, ние имаме собствен жестов език, ние не сме увредени.“

Следите ли „Специализираното предаване за хора с увреден слух“ по БНТ1?



Как оценявате съдържанието на „Специализираното предаване за хора с увреден слух“ по БНТ1?



Кои са темите, които хората без слух биха желали да присъстват повече в дневния ред на медиите? Най-често респондентите изискват да има аналитично разработени социални теми и информация от сферата на културата и изкуството. Налице е специфичен интерес към проблематика, свързана с комуникацията и социализацията на нечуващите:

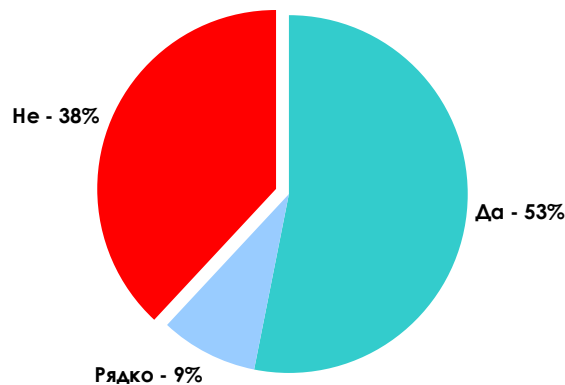
„Как се внедряват в обществото на чуващите, справят ли се с обучението си в училищата, средното образование, университетите, какво става по света с текущите проблеми на хора с увреден слух, развиват ли се грамотно или не, защо се срещат с трудности в овладяването на своя роден език, успяват ли да се интегрират или не, и защо.“

Сред предизвикателствата в комуникацията, които анкетираните предлагат да бъдат адресирани, е също така общуването с различни чиновници и представители на държавната администрация, както и „проблемите с мобилните оператори“. Наблюдава се и желание за повече здравни теми с психологическа насоченост, както и любопитство към новини, свързани с наука и технологии, здравословен начин на живот, спорт, забавление и др.

На фона на така очертаните потребности, кои са конкретните българските медии, които респондентите следят най-често? Повече от половината (почти 60%) посочват телевизии, като най-често споменавани са националните bTV, БНТ и Нова. Потреблението обаче не се свързва непременно с високо доверие. Едва 28% споделят, че се доверяват на конкретен телевизионен канал. В единични случаи е налице изразено доверие към „Бивол“, „Капитал“, „Вести“, „Фокус“. Една трета от респондентите директно заявяват, че не вярват на българските медии („всички са манипулирани“).

Съществен дял от анкетираните – 53% – редовно следят чужди медии. Най-често споменавана е британската BBC, следвана от Deutsche Welle и филмовия канал HBO.

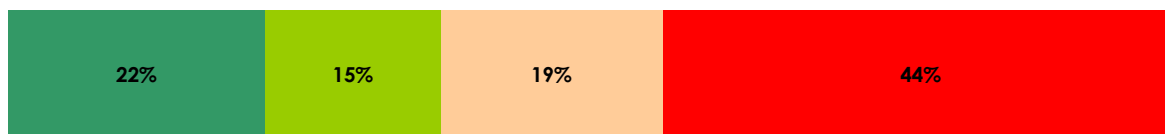
Следите ли чужди медии?



БЪЛГАРСКИТЕ МЕДИИ И ХОРАТА БЕЗ СЛУХ: ОБЩА ОЦЕНКА

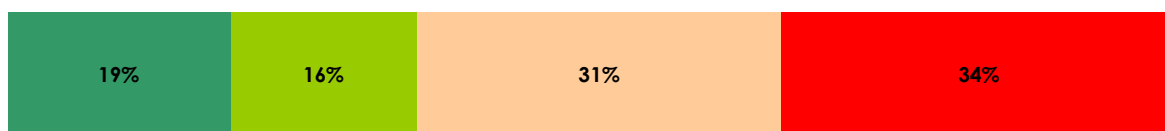
На финала на анкетата помолихме респондентите да оценят отношението на българските медии към нечуващите. Отговорите показват висока степен на критичност и неудовлетвореност. Мнозинството от анкетираните (63%) отхвърлят твърдението, че медиите уважават хората без слух и техните специфични комуникативни потребности, както и че медиите отразяват достатъчно живота на хората със слухови дефицити (65%). Почти всички от анкетираните (91%) по-скоро или напълно са съгласни с тезата, че медиите пренебрегват необходимостта от достъп до информация на хората без слух. Положително е, че все пак повечето потребители (53%) не смятат, че медиите използват дискриминиращ, обиден или неподходящ език спрямо нечуващите.

Медиите уважават хората без слух и техните специфични комуникативни потребности



■ Съгласен съм ■ По-скоро съм съгласен ■ По-скоро не съм съгласен ■ Не съм съгласен

Медиите отразяват достатъчно живота на хората със слухови дефицити



■ Съгласен съм ■ По-скоро съм съгласен ■ По-скоро не съм съгласен ■ Не съм съгласен

Медиите използват дискриминиращ, обиден или неподходящ език спрямо хората без слух



■ Съгласен съм ■ По-скоро съм съгласен ■ По-скоро не съм съгласен ■ Не съм съгласен

Медиите пренебрегват необходимостта от достъп до информация на хората без слух



■ Съгласен съм ■ По-скоро съм съгласен ■ По-скоро не съм съгласен ■ Не съм съгласен

КОМЕНТАР НА ДАННИТЕ

НЕЧУТАТА ПУБЛИКА

Николета Даскалова (фондация „Медийна демокрация“)

Прочитът на резултатите от проучването води до няколко основни извода:

■ **Непозната аудитория**

Медийните предпочитания и потребности на глухите и тежкочуващите лица в страната не само са твърде далеч от обществения интерес, но са и съществена *terra incognita* за изследователите на медийната сфера. Попълнените анкети – особено въпросите от отворен тип, при които респондентите отговарят със собствени думи – носят отпечатъка на обострена чувствителност и незадоволство, които обаче са с по-различен оттенък в сравнение с познатия критицизъм към качеството на медийната среда. Тук водещ е не рефренът за „платената“, „жълта“ и „несвободна“ журналистика, а усещането за цялостно изключване от средата. В думите на респондентите прозира силно желание за признание и социализация от страна на медиите. Налице е, освен това, значително разминаване между дневния ред на мейнстрийм медиите и тематичните интереси на нечуващата група от обществото. Гладът за журналистически анализи на социални проблеми и за повече култура и изкуство е неудовлетворен. Немаловажен е и фактът, че езикът на глухите има своите особености и несъответствия спрямо книжовния език, което допълнително затруднява медийното потребление и същевременно остава неадресирано (и в редица случаи дори непознато) предизвикателство на медийния терен.

■ **Политика на пренебрегване**

Високата степен на непознаване на тази част от аудиторията в крайна сметка се проектира в позиция на игнориране на нейните нужди. Показателно е доминиращото мнение сред респондентите, че медиите пренебрегват потребността на нечуващите да имат достъп до информация. Предходни анализи на „Ние ви чуваме“ и фондация „Медийна демокрация“ илюстрират, че подобно усещане съвсем не е преувеличено. Въпреки че българските медии като цяло не прилагат грубости спрямо глухите на ниво език и съдържание и в този смисъл не дискриминират, липсата на политики за подобряване и разширяване на достъпа до информация създава структурна дискриминация. Всичко това директно ограничава плурализма в медийната среда и възпрепятства пълноценното гражданско участие на нечуващите.

■ **И забавлението има значение**

Отговорите на анкетираните недвусмислено показват, че желаният достъп до медийно съдържание включва не само новини и сериозни теми, но също така филми и по-леки развлекателни жанрове. Съществен (и осъзнат от респондентите) дефицит е например възможността за гледане български филмови продукции – просто защото филмите не са субтитрирани на български език. Данните дават ясна индикация, че разработването на бъдещи политики за по-качествен медиен достъп трябва да бъде многопосочно и да обхваща максимално богатата палитра от съдържание.

▪ **Пътят напред: субтитри, специализирани рубрики, интернет**

Споделените от респондентите навици на медийно потребление свидетелстват за голямата тежест на интернет в информационната диета на хората със слухов дефицит. Именно онлайн ресурсите са първостепенният източник на информация. Ролята на традиционните медии е много по-слаба – сред тях обект на интерес е най-вече телевизията, която се ползва предимно като развлекателен канал. Като най-полезно средство за достъп до аудиовизуално съдържание се оценяват на първо място субтитрите и не непременно жестовият превод. Налице са също така положителни нагласи по отношение на идеята за специализирани рубрики за хора без слух, особено ако в изготвянето им активно участват и представители на самата глуха общност. Налага се мнението, че подобен подход би бил сериозен плюс за качеството и полезността на съдържанието.

В обобщение на тези тенденции бъдещото улесняване на достъпа до информация на нечуващите би следвало да се развива едновременно в две посоки – технически възможна опция за включване на субтитри към всеки тип аудиовизуално съдържание, включително в интернет, и въвеждане на повече качествени специализирани рубрики. Съчетанието между масовизиран достъп и нишово съдържание би било наистина успешна формула.

СИЛАТА НА ТИХИЯ ГЛАС

Христина Чопарова (специализиран сайт „Ние ви чуваме“)

Резултатите от анкетното проучване разкриват глас, който желае да бъде чул. Гласът на активни и социално ангажирани потребители, които общуват, информират се и споделят всекидневно чрез социалните мрежи – техният приоритетен източник на медийно съдържание. Тези потребители са със слухов дефицит, но не по-различни в областта си на интереси от чуващата зрителска аудитория.

Тихите гласове на респондентите разкриха потребността им от повече актуални теми, свързани със слуховото здраве, субтитрирането, начините на комуникация с чуващата общественост; да се информират как се случва интеграцията и приобщаването, какво се прави за подобряване на жизнената и архитектурна среда – в университетите, обществени места и заведения; да има поглед към повече международни новини за хората със слухови дефицити по света; да получат внимание повече социални въпроси, свързани с образованието, грамотността, личностното и професионално развитие.

Тихите гласове имат невероятна сила. И като специализиран сайт, ориентиран към хората със слухови дефицити, „Ние ви чуваме“ е ангажиран с отговорността да ги чува. Вече 10 години в 20-те си рубрики сайтът покрива голяма част от информацията, която резултати от анкетното проучване потвърждават, че е необходима на нечуващите хора и техните близки. Поради спецификата на слуховия им статус, респондентите се нуждаят от комуникационни средства, които да улесняват достъпа им до медийно съдържание.

Тъй като тези средства не са масова практика във всички медийни продукти, отговорът е необходимо да се потърси в създаването на повече медийни формати със съдържание, ориентирано двупосочно – и към хората със слухови дефицити, и към широката общественост. Препоръчително е в създаването на такова съдържание да вземат участие хора със слухови дефицити, за да бъдат налице улесненият достъп, пълното включване и политиките на недискриминация.