

## **Media Culture and Higher Education in Bulgaria: Integrating Media and Information Literacy Education in Social Sciences**

**Svetla Tsankova<sup>1</sup>, Stella Angova<sup>1</sup>, Ivan Valchanov<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Department of Media and Public Communications, University of National and World Economy, Bulgaria


## **Медийна култура и висше образование в България: интегриране на обучение по медийна и информационна грамотност в социалните науки**

**Светла Цанкова,<sup>1</sup> Стела Ангова,<sup>1</sup> Иван Вълчанов<sup>1</sup>**

Катедра „Медии и обществени комуникации“, УНСС, България

### **Author Note**




Svetla Tsankova  <https://orcid.org/0000-0002-1239-5308>, Stella Angova 

<https://orcid.org/0000-0003-4911-217X>, Ivan Valchanov  <https://orcid.org/0000-0003-1899-9003>

The authors have no known conflict of interest to disclose.

Correspondence concerning this article should be addressed to Svetla Tsankova, Department of Media and Public Communications, University of National and World Economy, Email: [s.tzankova@unwe.bg](mailto:s.tzankova@unwe.bg)

### **Бележки за авторите**

Светла Цанкова  <https://orcid.org/0000-0002-1239-5308>, Стела Ангова   
<https://orcid.org/0000-0003-4911-217X>, Иван Вълчанов  <https://orcid.org/0000-0003-1899-9003>

Авторите нямат известен конфликт на интереси за разкриване.

Кореспонденцията относно тази статия да се адресира до Светла Цанкова, катедра „Медии и обществени комуникации“, УНСС, Email: [s.tzankova@unwe.bg](mailto:s.tzankova@unwe.bg)

### Abstract

This paper examines the main challenges facing the integration of media culture education in higher education in Bulgaria. The authors argue for the choice of "media culture" as a course name with the provision of theoretical and practical-applied knowledge for the perception and analysis of the impact of various media forms, public communications and types of content in a cultural, social, educational, technological, and economic context. The undergraduate course was introduced during the academic year 2023/24 for the first time in the curriculum of several majors in the field of social sciences to second-year students of the majors "Media and Journalism", "Media Economics", "Sociology", "Political Science", "International Relations" and "European Politics and Economics" at the University of National and World Economy. The effectiveness of the course in terms of acquired knowledge and skills for critical participation in media processes was assessed through an anonymous survey in Microsoft Forms. 76 respondents answered 12 questions – 10 with option choice and 2 with text input. The results reveal that students felt more adapted to the media world and better prepared to distinguish between different types of information, including disinformation and propaganda. The course also increased their confidence in evaluation and usage of media sources, while developing their critical thinking regarding social processes. Students identified topics that should be separately identified in the curriculum. The study allows for the identification of issues for national discussion from the perspective of challenges to the integration of media literacy education in universities, overcoming key barriers to the introduction and development of media literacy-oriented courses, and the impact and effectiveness of media literacy education in higher education institutions in Bulgaria.

*Keywords:* media culture, media and information literacy, media pedagogy, social sciences, higher education, formal education

### Резюме

Статията разглежда основните предизвикателства пред интегрирането на обучението по медийна култура във висшето образование в България. Авторите аргументират избора на „Медийна култура“ като име на дисциплината с предоставянето на теоретично и практико-приложно знание за възприемане и анализ на въздействието на различните медийни форми, публични комуникации и видове съдържание в културен, социален, образователен, технологичен и икономически контекст. Дисциплината е въведена през учебната 2023/24 г. за първи път в учебния план на няколко специалности в областта на социалните науки пред студентите от втори курс на специалностите „Медии и *Postmodernism Problems / Проблеми на постмодерността* Vol.15 , No.1 , 2025, ISSN: 1314-3700, <https://pmpjournal.org> <https://doi.org/10.46324/PMP2501025>

журналистика“, „Медия икономика“, „Социология“, „Политология“, „Международни отношения“ и „Европейска политика и икономика“ в УНСС. Ефективността на курса по отношение на придобитите знания и умения за критично участие в медийните процеси е оценена чрез анонимно допитване в Microsoft Forms. 76 респонденти отговарят на 12 въпроса – 10 затворени и 2 със свободни отговори. Резултатите показват, че студентите са се почувствали по-ориентирани в медийния свят и по-подготвени за разграничаване на различните видове информация, включително дезинформацията и пропагандата. Също така, курсът е повишил тяхната увереност да преценяват и използват медийни източници, като същевременно е изострил критичното им мислене относно обществените процеси. Анкетиранияте идентифицират теми, които да бъдат обособени самостоятелно в учебната програма. Проучването позволява от частния случай да бъдат идентифицирани въпроси за национална дискусия от гледна точка на предизвикателства пред интегрирането на обучението по медийна култура в университетите, преодоляването на ключовите бариери пред въвеждането и развитието на дисциплини, ориентирани към медийната култура и въздействието и ефективността на обучението по медийна култура във висшите училища в България.

*Ключови думи:* медийна култура, медийна и информационна грамотност, медийна педагогика, социални науки, висше образование, формално образование

**ARTICLE INFO:****Original Article****Received: 17, 12.2024****Revised: 11, 01.2025****Accepted: 30, 01.2025**

### **Медийна култура и висше образование в България: интегриране на обучение по медийна и информационна грамотност в социалните науки**

Темата за необходимостта от интегриране на медийната и информационна грамотност в българското образование е достатъчно разработена на академично ниво. Въпреки това, научните публикации са съсредоточени предимно върху предучилищното и училищното обучение, докато висшето образование остава сравнително по-слабо изследвано.

Съществуващите проучвания очертават важни насоки за развитието на медийната култура (или медийна педагогика, медийната и информационната грамотност) в университетското образование и акцентират върху няколко ключови аспекта:

- **електронното (дистанционното) чуждоезиковото обучение във висшето образование**, както и в различни квалификационни курсове (Nejkova, 2010);
- **необходимостта от въвеждане на дисциплина по медийна грамотност във висшите училища** в България, особено в програмите за подготовка на педагози (Dineva, 2012; Danov, 2012; Totseva, & Boykov, 2012; Lozanova, 2015; Angelov, 2016).
- **формиране на авторскоправна грамотност в медиите сред студентите**, обучаващи се в специалности по професионално направление „Обществени комуникации и информационни науки“ в УниБИТ, както и в сходни специалности в други висши училища (UniBIT, 2019)
- **интегриране на обучителни практики по медийна грамотност в средните и висшите училища** в България, като част от по-широкия контекст на образователните политики (Tsankova et al., 2022);
- **обучение по медийна педагогика** в България със специален фокус върху подготовката на студенти по връзки с обществеността (Zlateva, 2024).

#### **Медийна култура, медийна педагогика, медийна и информационна грамотност**

Англоезичният свят използва понятията медийна грамотност, медийно образование и медийно знание, в Германия, Франция и други европейски страни се срещат още медийна педагогика и медийна култура (Zlateva, 2024).

Българските изследователи също не са постигнали терминологичен консенсус. Научната литература у нас предлага като близки понятия медийна култура, медийна педагогика и медийна и информационна грамотност.

**Медийната култура** би могла да се възприеме като по-широкото значение на медийната грамотност. Чрез нея се предлагат знания за начина, по който „промените в медиите водят до промени в културата“ (Spacey, 2023). Някои изследователи я виждат като взаимодействие с медиите, което „ражда своеобразната нова култура, „форматирана“ от техническите нововъведения“ (Stoyanova, 2021). Медийната култура също така може да се разбира като „всеобхватно влияние на различни форми на медии при оформянето на културния капитал, тенденциите в начина на живот и социалните взаимодействия“<sup>1</sup>. Среща се разбирането за медийната култура като „определен начин на живот в медийната реалност“ (Vasilev, 2024a; Vasilev, 2024b; ). С. Vasilev (2024a) допълва, че „тя е медийна проява на ценности и дейности в медийна среда и израз на отношение към действителността, в която медиите формират култура и самите те са формирани от култура“.

**Медийната педагогика** се занимава с „начините, по които функционират цифровите медии, възможностите, които те откриват за възпитание, учене, преподаване, развитие, и особеностите на целия социален контекст, в който се създава, разпространява и употребява медийното съдържание“ (Danov, 2017). Предметът на медийната педагогика се открива в „спецификата и особеностите на взаимодействието на човека с медиите“, но също така и в „системата от знания и умения, необходими на отделната личност за пълноценно възприятие и анализ на медийните въздействия“ (Zlateva, 2024). За М. Zlateva (2024, р. 124) медийна педагогика е „метаконцепция за всички педагогически занимания, ориентирани към теорията и практиката на медиите“.

**Медийната грамотност** се разглежда като „цялостен образователен подход, нуждаещ се от прилагане в обучението по всички предмети; като на средство, позволяващо използването на медии и дигитални технологии като инструмент на критическото мислене“ (Danov, 2019). На нея се гледа като на „методология за разбиране, усвояване и управление на света на познанието, в който медиите са наш пътеводител, методология за учене и преподаване, но и за възходящо личностно и професионално развитие“ (Danov, 2019). Авторите на тази статия в предишни своя публикация предлагат обобщена дефиниция за медийната грамотност като способност за достъп, анализ, оценка и създаване на медии в различни форми; за информирано и критично разбиране за

---

<sup>1</sup> Дефиницията е генерирана от изкуствен интелект въз основа на публикацията *Anti-politics or the triumph of postmodern populism in promotional cultures?* (Barrie Axford, 1998). Предложена е на страницата на ScienceDirect: <https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/media-culture>  
*Postmodernism Problems / Проблеми на постмодерността*  
Vol.15 , No.1 , 2025, ISSN: 1314-3700, <https://pmpjournal.org>  
<https://doi.org/10.46324/PMP2501025>

същността на масмедията; за интерпретация, проверка и прилагане на информацията; за развитие на критичното мислене; за придаване на стойност и смисъл на приеманите медийни съобщения; тя е възможност за контролиране на медийните ефекти; за овластяване чрез образование; за разбиране на обществения дневен ред и политическите процеси; за превръщането на хората в ефективни комуникатори и активни граждани (Tsankova et al., 2022).

### **Медийната култура като университетска дисциплина**

Направеното понятийно изясняване ни помага да аргументираме дисциплината да бъде назована „Медийна култура“. Първият аргумент е да бъде надминато ограниченото разбиране за ограмотяване (както често се интерпретира медийната грамотност от тези, които не са запознати с темата – това е и разбирането на М. Златева (Zlateva, 2024). Вторият аргумент е в стремежа студентите да бъдат подтикнати към критично осмисляне на медийното въздействие върху обществото, културата и индивидуалните нагласи.

Въвеждането на дисциплината „Медийна култура“ в Университета за национално и световно стопанство (УНСС) има за цел да предостави теоретично и практико-приложно знание за възприемане и анализ на въздействието на различните медийни форми, публични комуникации и видове съдържание в културен, социален, образователен, технологичен и икономически контекст, както и да насърчи отговорното участие в медийните процеси.

Дисциплината е въведена през учебната 2023/24 г. за първи път в учебния план на няколко специалности в областта на социалните науки. Нейното имплементиране е в резултат от тригодишно проучване, свързано с интегрирането на обучителни практики по медийна грамотност в системите на средното и висшето образование. Добиването на статут на катедра на ЮНЕСКО „Медийна и информационна грамотност и културни политики за устойчиво развитие“ от обучаващото звено – катедра „Медии и обществени комуникации“ в УНСС, също е причина да бъде иницирано обучение, чрез което да бъдат разпространявани глобални стандарти за медийна и информационна грамотност. През 2022 г. изследователски колектив разработи концепция за учебна програма по медийна грамотност в средното училище и отделни теми от нея интегрира и адаптира за нивото на студентите в курса по „Медийна култура“.

### **Методология**

Целта на настоящото изследване е да оцени ефективността на курса по отношение на придобитите знания и умения за критично взаимодействие с медийно съдържание, както

и да идентифицира предизвикателствата и потенциалните нови теми за усъвършенстване на учебната програма.

Проведено е анкетно проучване сред студенти от втори курс в специалностите „Медии и журналистика“ и „Медия икономика“ (професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки), „Социология“ (професионално направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата) като задължителна дисциплина, а в специалностите „Политология“, „Международни отношения“ и „Европейска политика и икономика“ (професионално направление 3.3. Политически науки) – като избираема. Целта е да бъде получена обратна връзка за разбирането на студентите за медийна култура, медийна и информационна грамотност, ролята на дигиталните и мултимедийните технологии в образователния процес, ориентирането им в медийната среда в България и развитието на критично мислене по отношението на медиите и на обществените процеси.

Допитването е проведено през месец май 2024 г. – след приключване на лекционния курс. Анкетната карта е създадена в Microsoft Forms. На студентите е изпратена връзка към формуляра и е попълнена онлайн. Приблизителното време за попълване е 6 мин.

Анкетата е анонимна и включва 12 въпроса – 10 със затворена форма на отговор и два – със свободни отговори. На поканата за участие в анкетното проучване се отзоваха 76 респонденти: 19 от специалност „Медии и журналистика“, 15 от специалност „Медия икономика“, 12 от специалност „Политология“, 12 от специалност „Международни отношения“, 9 от специалност „Икономическа социология“ и 9 от специалност „Европейска политика и икономика“.

### Резултати

Първият въпрос в анкетната карта има за цел да изясни как студентите разбират понятието „медийна култура“ след обучението си по нововъведената дисциплина. Мнозинството от анкетираните (84%) са избрали отговора, който най-много се доближава до изведената от изследователския екип дефиниция за медийна грамотност (Цанкова, и др., 2022) – „Комплексна компетентност за достъп, анализ, оценка, създаване и разпространение на медийно съдържание“. Значително по-малко (15%) са избрали отговор „Умения за откриване, проверка и анализ на информация“, а само 1% са се спрели на „Потребление на медийни продукти“. Този резултат показва, че голямата част от студентите са разбрали комплексния характер на медийната култура и различните аспекти, обхванати от понятието.

От гледна точка на значението на дигиталните и мултимедийни технологии в университетското образование, 89% от респондентите ги определят като ключови за учебния процес. Според 9% те са важни, но не представляват приоритет, а само един респондент смята, е тяхното използване няма съществено значение за обучението. Резултатите показват, че младите хора одобряват и оценяват необходимостта от дигитализиране на процесите в обучението, включително използването на интерактивни подходи, представянето на презентации чрез различни платформи и разнообразния форми на визуализация, геймификация и използване на изкуствен интелект в образователния процес.

Като логично продължение на предходния въпрос попитахме студентите доколко използването на дигитални и мултимедийни технологии е важно за изпълнение на възлаганите им задачи в учебния процес. Резултатите показват, че 87% от тях ги определят като ключов фактор, а за 13% те са важен фактор, но не с приоритет. Нито един респондент не е избрал отговор „Не смятам, че има отношение към изпълнението“. Този резултат показва, че от студентите се изисква много добро познаване на възможностите на този тип технологии и че благодарение на тях те развиват успешно своите презентационни умения, визуалната си култура и компетенциите си за създаване на разнообразно съдържание.

Закономерно бе да попитаме първите студенти, изучавали дисциплината „Медийна култура“ в УНСС, за нейния принос към развитието на тяхната медийна и информационна грамотност. 64% от отговорилите са категорични за положителния ефект на курса. За 23 % дисциплината е била полезна в известна степен. Едва 6% от посочват, че курсът не е бил от значение за повишаването на тяхната медийна култура или че не могат да преценят въздействието ѝ. Тези проценти ясно показват, че въвеждането на курса по „Медийна култура“ успешно постига заложените цели и че студентите оценяват високо възможността да бъдат първите, на които се преподава тази университетска дисциплина.

В контекста на представените теоретични знания и практически казуси от българската медийна среда зададохме въпроса дали студентите се ориентират по-добре в нея. Впечатление прави високият дял на положителните отговори – 76% заявяват, че курсът е подобрил значително тяхната информираност и уменията им за критичен анализ на медийния пазар, медийното съдържание и качеството на предлаганите медийни



продукти. Като отчасти ориентирани в медийната среда се определят 21% и само 3% не отчитат промяна в познаването и разбирането на медийната среда.

Особен интерес за студентите представляваха включените в учебната програма теми, свързани с фалшивите новини, дезинформацията и пропагандата. Съчетаването на теоретичните концепции по тези теми с интересни и показателни примери от практиката в рамките на лекциите и възложените задачи за проверка на информацията по време на упражненията помогнаха на студентите да се почувстват по-сигурни в уменията си да разграничават факти, мнения и дезинформация, да отчитат влиянието на професионалните и етичните норми в журналистиката, да изграждат защитни механизми срещу пропагандата в комуникационните канали. 71% са посочили, че категорично се чувстват по-защитени от гореизброените негативни явления в съвременната медийна среда. Като отчасти защитени се смятат 23% от обучаваните второкурсници и само 4% не отчитат промяна.

Следващият въпрос е логично продължение на предходния и е свързан с уменията на студентите да прецизират избора си на източници на информация, които са ключов фактор за справянето с фалшивите новини и дезинформацията. Дискусиите по темите за достоверността, авторитета и надеждността на информационните източници, както и конкретните насоки за откриване и боравене с тях, се оказаха интересни и полезни за студентите, поради което 79% посочват, че курсът им е помогнал категорично в подбора на информацията. Отчасти по-подготвени за работа с информационни източници се чувстват 18%, а само 3% не отчитат промяна спрямо началото на курса. Тези умения са от изключително важно значение не само за студентите по медии и комуникации, които ще бъдат създатели на медийно съдържание, а и за всички млади хора в качеството им на потребители на информация.

Медийната култура обхваща редица аспекти отвъд медийната комуникация и това е отчетено при отговора на въпроса дали курсът им е помогнал да развият критичното си мислене по отношение на обществените процеси и медиите. Мнозинството от 86% потвърждават този ефект от дисциплината. Това доказва интердисциплинарния характер на курса и полезността на широкия спектър от теми, засегнати в него. Отчасти полезен за развитието на критичното им мислене са го определили 13% и само 1% не е отчетел промяна. Изграждането на умение за критично мислене е един от опорните стълбове на медийната грамотност и безспорно е от особено важно значение за израстването на младите хора като активни граждани и успешни комуникатори.

Интерес за нас от изследователска гледна точка представляваше и мнението на студентите за възрастта, на която трябва да започне образованието по медийна култура. Едва 4% смятат, че това трябва да се случва във възрастовата граница, в която самите те попадат към момента на провеждане на анкетата, т.е. между 20 и 24 години. 30% посочват като подходящ момент възрастовия диапазон между 16 и 19 години, а най-много респонденти – 42%, са убедени, че това трябва да се случи на възраст между 11 и 15 години. Според 24% от анкетиранияте възрастта, в която трябва да се положат основите на медийната култура, е между 7 и 10 години. Отчитаме факта, че анкетиранияте студенти са част от дигиталното поколение и много реалистично преценяват необходимостта от изграждане на медийна култура в много по-ранна възраст поради факта, че те самите са били изправени пред предизвикателства на медийната среда, с които не са били подготвени да се справят.

Зададохме въпроса доколко лекционният курс дава на студентите увереността, че биха могли да повишат медийната култура на хора от своето обкръжение. Половината анкетирани смятат, че биха могли да се справят с подобна задача, 45% посочват, че биха могли да го направят в известна степен, а общо 6% са отговорили, че не се чувстват подготвени или не могат да преценят. Това потвърждава необходимостта от включването на подобни дисциплини във формалното образование както на ниво среден курс, така и в университета, защото е наложително то да се провежда от квалифицирани и добре подготвени по темата преподаватели и експерти.

Във въпрос с отворена форма на отговор попитахме респондентите какви други източници за повишаване на медийната си култура са използвали. Впечатление прави, че студентите и преди курса на обучение по „Медийна култура“ в университета са търсили различни възможности за самообучение по темата. Разнообразни са използваните от тях източници, като най-много са посочили онлайн ресурси по темата, обучителни видеа, подкасти, учебници и наръчници, курсове на организации, работещи по темата за медийната грамотност, платформи за проверка на фактите. Сред студентите има и такива, които още в гимназиалния курс на обучение са участвали в конференции, семинари и обучения с участието на експерти по темата. Някои студенти посочват, че качествените медии също допринасят за повишаване на медийната им култура и че се доверяват на доказали се медии, които спазват професионалните и етични норми. Студентите, обучаващи се в специалности „Медии и журналистика“ и „Медия икономика“ са оценили и ролята на организиранияте от катедра „Медии и обществени

комуникации“ медийни класове – серия допълнителни обучения с изявени специалисти от практиката. Част от тях следят и дейността на неправителствената организация „Коалиция за медийна грамотност“, която предлага различни възможности за повишаване на медийната култура за разнообразни възрастови групи. Малка част от студентите не са посочили допълнителни източници и разчитат основно на знанията и уменията, придобити в рамките на учебната дисциплина.

Попитани дали биха добавили в курса по „Медийна култура“ конкретни теми и какви биха били те, най-много обучавани посочиха, че засегнатите в рамките на семестъра теми са достатъчно добре подбрани и изчерпателни спрямо предварителните им очаквания. Сред предложенията за допълнителни теми се открояват: онлайн тормоза и насилието, киберсигурност, етични норми в онлайн комуникацията, използване на изкуствен интелект и опасностите, които крие това. Сред отговорите се среща и нуждата на студентите да бъдат подготвени за ролята им на обучители по медийна грамотност на хората от обкръжението им.

### Дискусия

Идентифицираните ползи и проблемни зони подчертават необходимостта от широко обсъждане за въвеждането на университетска дисциплина, предоставяща знания и умения на студентите да бъдат значима част от медийната среда. Извеждаме предложения за три теми, които имат потенциала да въвлекат академичната общност, правителството, медиите и заинтересованата общественост в конструктивен разговор.

**Основните предизвикателства пред интегрирането на обучението по медийна култура (или медийна педагогика, медийна и информационна грамотност) във висшето образование в България.** В обсега на темата са не само предизвикателствата на институционално и университетско ниво, но също така поради обществената ѝ значимост в разговора е важно да се присъединят държавни институции, университетски мениджмънт и администрация, преподаватели, студенти, медийни организации, неправителствен сектор и др.

**Необходимост от преодоляване на ключовите бариери пред въвеждането и развитието на дисциплини, ориентирани към медийната култура (или медийна педагогика, медийна и информационна грамотност) във висшето образование в България.** Подобна дискусия може да насочи към реални и евентуални институционални политики, да поиска институционална подкрепа, да изведе

необходимостта от квалифицирани преподаватели и начините преподавателите да получат съвременни технологични умения, да анализира наличните учебни програми.

**Въздействие и ефективност на обучението по медийна култура (или медийна педагогика, медийна и информационна грамотност) във висшето образование в България.** Дискусията може да бъде ориентирана към оценката на ефекта върху студентите от ориентирани към проблематиката дисциплини в страната. Тя би послужила и като ориентир за висши училища извън професионалните направления в областта на социалните науки, като им предложи пакет за теоретичен, практически и педагогически подход.

### Заклучение

Въвеждането на дисциплината „Медийна култура” в учебния план на специалностите „Медии и журналистика“, „Медия икономика“, „Социология“, „Политология“, „Международни отношения“ и „Европейска политика и икономика“ в УНСС е постигнало своята основна цел – да предложи на студентите както широко знание за медийната среда, така и по-тесни умения за навигиране в нея. Резултатите от анкетата показват, че студентите са се почувствали по-ориентирани в медийния свят и по-подготвени за разграничаване на различните видове информация, включително дезинформацията и пропагандата. Също така, курсът е повишил тяхната увереност да преценяват и използват медийни източници, като същевременно е изострил критичното им мислене относно обществените процеси. Изключително важно е, че студентите осъзнават необходимостта от започване на образованието по медийна култура още в по-млада възраст, което подчертава ролята на подобни дисциплини за подготовката на бъдещите поколения за живота в дигиталния свят. Положително впечатление прави и желанието на студентите самостоятелно да търсят ресурси по темата и да се стремят към критично осмисляне на медийната реалност. От значение са и техните предложения за нови теми в учебната програма, които да ѝ дадат още по-голяма стойност.

Медиатизацията (Peicheva, 2011) и дигитализацията са динамични процеси, които ще продължат остро да подчертават необходимостта от университетска дисциплина в рамките на всички професионални направления в България, която да развива у студентите ключови умения за ефективно участие в съвременната медийна и информационна среда, за справяне със заблуждаващите информационни потоци и за влизането им в ролята на обучители. Въвеждането на дисциплина по медийна култура (или медийна педагогика, медийна и информационна грамотност) във висшето

образование в национален мащаб може да стане възможно след предприемането на институционални стратегически обосновани действия за подкрепа.

### Използвана литература

- Angelov, B. (2016). *Mediyna i komunikativna kompetentnost. Osnovi na mediynatapedagogika [Media and communicative competence. Fundamentals of media pedagogy]*. „Sv. Kliment Ohridski” Publishing House.
- Barrie Axford, R. H. (1998). Anti-politics or the triumph of postmodern populism in promotional cultures?, *Telematics and Informatics* 15(3), 181-202.  
[https://doi.org/10.1016/S0736-5853\(98\)00012-4](https://doi.org/10.1016/S0736-5853(98)00012-4)
- Danov, D. (2019). Development of media literacy as a key requirement of the European Union. *Postmodernism Problems*, 9 (2) 284-294.  
<https://pmpjournal.org/index.php/pmp/article/view/189>
- Danov, D. (2016). *Pedagogika na mediynata komunikatsia [Pedagogy of media communication]*. Sofia: UI "Sv. Kl. Ohridski".
- Danov, D. (2017). Digitalizatsia i sotsialni transformatsii: mediyna pedagogika i mediyna gramotnost [Digitalization and social transformations: media pedagogy and media literacy]. *Foreign Language Teaching* 44 (1), 42-52. Sofia: Az-buki.  
[https://azbuki.bg/wp-content/uploads/2017/03/azbuki.bg\\_dmdocuments\\_Foreign\\_Language\\_1\\_17\\_DanailDanov.pdf](https://azbuki.bg/wp-content/uploads/2017/03/azbuki.bg_dmdocuments_Foreign_Language_1_17_DanailDanov.pdf)
- Danov, D. (2019). *Mediynata gramotnost: genezis, preosmislyane na opita, predizvikatelstva i perspektivi [Media literacy: genesis, rethinking experience, challenges and perspectives]*. Universitetska biblioteka "SV. Kl. Ohridski". Digitalni kolektsii:  
<https://digital.libsu.uni-sofia.bg/bg/v/32288>
- Danov, D. (2020). Evropeyskata initsiativa „Media kouch“ kato sredstvo za razvitie na mediynata gramotnost v Bulgaria [European Media Coach Initiative as a tool for media literacy development in Bulgaria]. *Annual of the Sofia University St. Kliment Ohridski, Kniga Pedagogicheski nauki*, 113 (1), pp. 123-142. <https://fnoi.uni-sofia.bg/magazine/index.php/aes/article/view/366>
- Danov, D. (2023). *Osnovi na mediynata pedagogika [Fundamentals of Media Pedagogy]*. Sofia: UI „Sv. Kliment Ohridski“.
- Dineva, E. (2012). Mediynata gramotnost v savremennia tsifrov svyat i v Bulgaria [Media Literacy in the Contemporary Digital World and in Bulgaria]. *Contemporary Postmodernism Problems / Проблеми на постмодерността* Vol.15 , No.1 , 2025, ISSN: 1314-3700, <https://pmpjournal.org>  
<https://doi.org/10.46324/PMP2501025>

- Humanitaristics*, 2, 5-10. <http://research.bfu.bg:4000/items/f22808e5-66f9-4f08-b003-51beb7cb0b65> <http://research.bfu.bg:8080/server/api/core/bitstreams/aa8183cb-677d-4af4-8b3a-1b87ed4272ff/content>
- Lozanova, L. (2015). Mediyna i informatsionna gramotnost: programa za obuchenie na pedagozi [Media and Information Literacy: training programme for educators, *Inovatsii v obrazovaniето* (pp. 162-167). Shumen, Faber. ISBN g7g -6I9-00\_0265\_9. ISBN g7g -6I9-00\_0265\_9.
- Neykova, M. (2010). Elektronno uchene i mediyna gramotnost v obuchenieto po chuzhd ezik [E-learning and media literacy in foreign language education]. *Yearbook of the Department of Foreign Languages and Literatures. Literatures*.<https://ebox.nbu.bg/cel2/did021.html>
- Peicheva, D. (2011). Mediatized reality. SWU Publishing House
- Rogow, F. (2024, April 10). *Media Literacy for Students in a Digital Age*. <https://www.carnegie.org/our-work/article/media-literacy-for-students-in-a-digital-age/>
- Spacey, J. (2023, October 30). *9 examples of media culture*. <https://simplicable.com/en/media-culture>
- Stoyanova, K. (2021). Aspekti na mediynoto obrazovanie v Bulgaria [Aspects of Media Education in Bulgaria]. *Strategies for Policy in Science and Education 3*. Az Buki Publishing. <https://doi.org/10.53656/str2021-3-7-aspe>
- Totseva, & Boykov. (2012). Informatsionnata gramotnost na studentite - badeshti uchiteli v Bulgaria i Sarbia [Information Literacy of Students - Future Teachers in Bulgaria and Serbia]. *Information literacy - training models and good practices* (pp. 167-178). Za bukвите Publishing House.
- Tsankova, Angova, Nikolova, Valchanov, Osikovski, Valkov, & Minev. (2022). *Mediyna gramotnost [Media literacy]*. UNWE Publishing House.
- UniBIT. (2019). *Model za izsledvane i povishavane na avtorskoprvnata gramotnost v mediite v universitetska sreda [A model for research and enhancement of copyright media literacy in a university environment]*. [https://www.mediaipl.unibit.bg/?page\\_id=24#](https://www.mediaipl.unibit.bg/?page_id=24#)
- Vassilev, S. (2024a). Medii, mediyna kultura, komunikatsii: protsesi i transformatsii [Media, media culture, communications: processes and transformations]. *Rhetoric and Communications* (59), 7-27. DOI 10.55206/QVEU7164.
- Postmodernism Problems / Проблеми на постмодерността*  
Vol.15 , No.1 , 2025, ISSN: 1314-3700, <https://pmpjournal.org>  
<https://doi.org/10.46324/PMP2501025>

Vassilev, S. (2023b). Media Culture - Between Technology and Communication.

*Postmodernism Problems*, 13(3), 285-293. <https://doi.org/10.46324/PMP2303285>

Zlateva, M. (2024). *Retrospektsii kam publichnata komunikatsia [Retrospectives on public communication]*. Sofia: Propeler.