

Inaugural Lecture
Встъпителна лекция

ДИГИТАЛИЗАЦИЯ И СОЦИАЛНИ ТРАНСФОРМАЦИИ: МЕДИЙНА ПЕДАГОГИКА И МЕДИЙНА ГРАМОТНОСТ¹⁾

Данаил Данов

Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Данаил Данов преподава дисциплините „Медиазнание“, „Мултимедийна комуникация“, „Основи на информационната култура“ и „Медийна педагогика“ в Софийския университет „Св. Кл. Охридски“. Има магистърска степен от Факултета по класически и нови филологии на същия университет (1988), от Департамента по социология и политически науки към Централноевропейския университет – Прага (1992), от Центъра за регионални изследвания на Лондонския университет (1994). Сертифициран е за международен медиен експерт и консултант по методология на обучението от Академия „Дойче Веле“ – Бон, Световните служби на Би Би Си, Лондон, и Центъра за обучение и квалификация по радио и телевизия – Хилвърсум, Холандия, както и за експерт-анализатор на новите медии и социалните мрежи от Националната демократична фондация на САЩ, където специализира през 2011 година по линия на комисия „Фулбрайт“. През същата година защитава и докторска дисертация на тема „Новите технологии като алтернатива на традиционното обучение“. Автор на множество статии, студии и монографии, издадени в България и чужбина, сред които: „Педагогика на медийната комуникация“ (2016), „Педагогика на ефективната комуникация“ (2011), „Наръчник за организиране на публични събития и кампании“ (2008), „Информационното радио“ (2005) и др.

Резюме. Лекцията разглежда необходимостта от развитие на медийната педагогика като ключов елемент на педагогическото образование и включването ѝ в академичните програми на факултетите, подготвящи педагогически кадри за всички степени на образование в България. Като представя същността на това ново научно поле и значимостта му за ефективната ра-

бота на педагогическите специалисти, статията прави пряка връзка между медийна педагогика и медийна грамотност – и двете пряко следствие от цифровизацията на медиите и поредицата социални трансформации, които дигитализацията, като процес, предизвиква в общественото развитие не само в България, но и навсякъде по света.

Keywords: pedagogy, media pedagogy, media literacy, digitization, digitalization

Академичната литература, разглеждаща въпроси, свързани с цифровизирането на медиите, нерядко използва като синоними думите „цифровизация“ и „дигитализация“. Терминологичната употреба създава проблеми пред изследователите на много места по света, тъй като обикновено тези думи навлизат в различните езици най-често през английския език, където съществуват като различни: „digitization“ и „digitalization“, обичайно превеждани обаче с една – „цифровизация“. Според Oxford Dictionary of English думата „digitization“ се отнася до „действия, свързани с обработване на данни и превръщането им от аналогова в цифрова форма, т.е. до възможностите за създаване, представяне, записване, съхраняване, възпроизвеждане и разпространение на всеки вид информация: текст, графика, образ, звук и видео – неща, изискващи определена технологична инфраструктура и ноу-хау“. Докато под думата „digitalization“ посоченият речник дефинира „масовото използване на компютърните технологии от страна на потребители, организации и индустрия заедно с различните социокултурни последствия от навлизането на цифровите платформи във всички области на живота“. Проблемът обаче се задълбочава от обстоятелството, че дори и световноизвестни специалисти в областта на изследванията на цифровизацията (Van Dijk, Nickolas Negroponte, Marius Dragomir, Don Podesta и др.) използват нерядко и двата термина като синоними. Причините са, че макар и водещи към различни страни на процеса – технологични или социокултурни, тези страни, в крайна сметка, обикновено конвергират – поне що се отнася до цялостната среда на реализация на индивиди и общество, при това по отношение на поне две сериозни последствия: първото – свързано с правата върху интелектуалната собственост, и второто – с личната свобода.

Интелектуалната собственост директно ни отнася към Закона за авторските и сродните им права, регулиращ възпроизвеждането на всеки творчески продукт – текст, музика, снимка и т.н., в съвременната технологична среда; всяко отваряне на такъв продукт – чрез компютъра, таблета, телефона, е свързано със създаване на ново копие. Кое то автоматически предизвиква проблем – цифровизираната информация прави трудно отличими копие от оригинал и създава редица проблеми пред авторското право.

Колкото до личната свобода, цифровизацията, като технически процес, постоянно създава метаданни – информация с ново качество, породена от цифровото записване: ние работим с компютърните технологии, създаваме

нещо, което обаче оставя след себе си много и различни следи, водещи в най-различни посоки – нерядко такива, за които дори не подозираме, а и не искаме да знаем, нито пък другите да знаят: например какво сме чели, докато сме подготвяли даден материал, къде сме го правили, колко време ни е отнело, къде ни е било по-лесно или по-трудно. Иначе казано, цифровизацията ни вкарва в света на Big Brother, който постоянно отнякъде следи и регистрира всяка наша стъпка – нещо не докрай съобразено и отговарящо на нормите за етика и морал, сериозно застрашаващо личното пространство, правото на „личен живот“.

Казвам всичко това в стремежа си да подсказва сложността на терминологията, свързана с въпроса, както и да акцентирам на факта, че нещата, на които желая да се спра тук, се отнасят не толкова до цифровизацията – технологичната страна, а до дигитализацията – социокултурните аспекти на процеса, и най-вече до резултатите, наречени медийна педагогика и медийна грамотност.

Дигитализацията, като термин, така както го употребявам, за първи път се появява в литературата през средата 70-те години на миналия век в контекста на освобождаващия се от рамките на „секретността“ процес на навлизане на компютрите и компютърните технологии в цивилните области на живота. Още тогава редица автори (Robert Wachal, Marlatt, Pool) започват да коментират социалните последици, особено що се отнася до развитието на медиите. Преди 20 години Мануел Кастелс (Castells, 1996) отбелязва, че „дигитализацията означава икономика, общество и култура от качествено нов тип“. Веднага след това лавинообразно нараства броят на анализи и коментари, защитаващи тезата, че именно дигитализацията е основният двигател на глобализацията, на ерозията на националния суверенитет, на „медийна конвергенция“, на пораждането на нова цивилизационна общност на дигиталните потребители. Никак не е случайно, че именно тогава се появяват и налагат в литературата термините „дигитални имигранти“ и „дигитални по рождение“ (digital immigrants and digital natives (Mark Prensky, 2001)), които вървят успоредно със създаването и бума на социалните мрежи – платформите, които ежедневно преобръщат масовите представи за обучение и образование, за култура – политическа и гражданска, за национално и глобално, за социални структури и системи и т.н. И не е случайно, че през последните десет години много автори (Yochai Benkler, Lillian Berkman) поддържат тезата, че пред очите ни се развива процес на радикална промяна *в начина на усвояване на познанието, на социализацията и културното приобщаване*. Според тях в свят, доминиран от социалните платформи – Фейсбук, Туитър, Уикипедия – образователният трансфер променя посоките си, като води до изменения в традиционните властови позиции на обучители и създатели на културни ценности. Това се случва именно чрез съвременните комуникационни и информационни технологии, нерядко по-добре познати и повече използвани от

обучаемите. По този начин на бял свят се появяват материални неща и ценности, чиято производствена цена е далеч по-ниска от онази на сътвореното от източници, доказвали се във времето чрез принципите на пазарната конкуренция и утвърдената бюрократизирана институционализация, които същевременно имат своите хиляди потребители.

Немалко учени (Bruce Bimber, Andrew Flanagin, Cynthia Stohl) привеждат успешно множество примери за това как *днес гражданската ангажираност се мобилизира най-добре чрез технологиите на дигиталното общество*, в което автори и потребители постоянно конвергират и където отсъстват ярко открояващи се лидери и ясно оформени структури. Докато само допреди десет години подобно участие би било резултат основно на целенасочените усилия на институции и организации, конкуриращи се да привличат към себе си и каузата си повече съмишленици.

Основното направление сред изследователите на дигитализацията в значението ѝ, използвано и от мен, като последици, възникващи на социокултурно ниво, застават зад мнението, че *прилагането на цифровите платформи предизвиква ново значение (а оттам и ново отношение) относно разбирането на глобални конфигурации като „територия“, „власт“, „права“,* тъй като технологиите са разширили достъпа до тях, размили са националните граници и са създали „глобален“ контекст, позволяващ участие и взаимодействие с много по-малко ограничения (Saskia Sassen, Mark Parry), в това число и финансови. С други думи, акцентът вече не е върху дадено място (локалност), а по-скоро върху възможностите на интернет пространството, което не признава географски, етнически и темпорални граници и в което бюрократичността на взаимоотношенията е далеч по-слабо йерархична.

Немалко анализатори на проблема смятат, че *„технологизацията на съвременния свят, продукт на цифровизацията, променя глобалната инфраструктура, постоянно обогатявайки я с нови и нови комуникационни мрежи, като по този начин пряко съдейства за появата на дигиталното общество“* (Castells, Van Dijk, Rainieri Wellman). За тях създаването и развитието на тези мрежи вече са положили основата на нов тип общество – „мрежовото общество“, което не може да бъде разбрано и управлявано без наличието на цифровите технологии – негов гръбнак, средство и среда за съществуване.

Посочените дотук *четири основни посоки*, в които се случват трансформациите – онези големи социални, икономически, политически и културни промени, водещи до нов вид колективно обществено съзнание, преосмисляне на ценностна система, нов контекст на реализация и утвърждаване на нови виждания, нови проекти за обществен ред, са немислими, ако пропуснем връзката им с обучението и образованието. Защото технологиите и цифровизацията, дигиталната култура, като общо понятие, отприщват потискани във времето посоки за развитие на педагогиката, като медийната педагогика

например. Когато говорим за педагогиката като наука за обучението и образованието, може би е редно да направим уточнението, че в съвременния западен свят (или поне категорично що се отнася до англоезичния) по-предпочитан е терминът „образователен дизайн“, дефиниран като теория и практика за създаване на „обучителен опит, позволяващ усвояването на знания, умения и положителни нагласи, на компетенции по отношение на някакво научно поле, по по-ефективен, по-резултатен и по-привлекателен за обучаемите начин“. Говорим за създаване, поддържане и развитие на цялостен образователен контекст, изграден върху нуждите и интересите на обучаемите, в рамките на който се позиционира самата система за овладяване на света чрез педагогическа намеса – възпитание, взаимодействие, обучение. Как и по какъв начин се вписва в такава подкрепяща среда медийната педагогика и какви са нейните същност, предмет, цели и задачи.

С усмивка, но и убеденост, бих обяснил медийната педагогика като вид здрав брачен съюз между дигиталните (цифровите) технологии и педагогиката – брак, основан и на любов, и на интерес. На любов, защото не можем да не си даваме сметка за огромното желание на обучаемите – при това от все по-ранна възраст – да разбират, използват, овладеят новите технологии и техните средства; и на интерес, защото цялостният социален контекст на брачния съюз педагогика – цифрови технологии постоянно носи на бял свят нови и нови устройства: таблети, смартфони, уреди за дистанционно управление на телевизор, радио, климатик, гараж, „умни домове“ и т.н., всички те търсени и използвани от милиони, милиарди потребители. Интерес, генериращ огромни (милиарди) средства, променящ индустрии и общества. Използването на тези технологични устройства обаче е свързано с научаване, овладяване не само на начина, по който те функционират, но и на възможностите им за прилагане, което автоматично впряга в една посока усилията както на образователни науки, като педагогика, дидактика, комуникационна теория и т.н., така и на новите технологии, които търсят и откриват своето място именно като педагогическо средство. В този смисъл, дефиницията ми за медийна педагогика е на научна теория, обясняваща необходимостта от прилагане на цифровите медии (някои ги наричат екранни – *screen media*) за нуждите на възпитание, педагогическо взаимодействие, обучение, учене през целия живот, т.е. медийната педагогика е дисциплина за използване на медийните технологии като средство за оказване на педагогическо въздействие и влияние.

Разглеждам в подобен контекст, медийната педагогика следователно изучава:

- а) възможностите за използване на медиите като средство за учене и преподаване;
- б) промените в медийното общество – въздействието на медиите върху представителите на всяка възрастова група с оглед на възходящото им разви-

тие; измененията, които се случват сред потребителите на медиите и медийните технологии именно поради прилагането на медийните средства; кои са причините броят на тези потребители постоянно да расте лавинообразно, при това при непрекъснато намаляване на възрастовата граница, когато се случва срещата с технологиите и се раждат мотивацията и желанието за тяхното използване;

в) начините за най-сигурно, безвредно и ефективно използване на медиите и медийните средства.

Ако следва да резюмирам, медийната педагогика изучава 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.

Едва ли ще бъде преувеличено, ако кажем, че в наши дни медиите, медийната комуникация заемат все по-голям дял от времето ни, от нещата, които правим. Този процес се реализира в нов тип поведение, създаващо нови нужди, потребност от нови знания, умения и нагласи, от нови компетентности, от нова култура, която определяме като медийна грамотност. В този смисъл, медийната грамотност със сигурност става част от нас, но нейната интернализация е по-различна от тази, която се случва с другите видове грамотност – за роден език, математическа, социална, гражданска и т.н. Медийната грамотност, като продукт на медийната педагогика – нещо твърде ново от гледна точка на цялостното развитие на науката като теория и практика – позволява да говорим за digital natives („дигитално родени“) и digital immigrants (имигранти в дигиталната култура).

Затова и основните задачи, които медийната педагогика си поставя като наука, включват:

- идентифициране на медийните средства, които потребителите в различна възраст използват;
- яснота относно потребителските навици (по възраст), свързани с използването на различните видове медии (електронни, цифрови, интернет, екранни носители на медийно съдържание);
- проследяване на поведението на потребителите (в различни възрасти) като функция на медийната им грамотност и употреба на медийни средства и технологии;
- анализ на способността на потребителите от различните възрастови групи да оценяват достоверността на медийната информация;
- анализ на педагогическото (родители, учители, възпитатели) отношение към медийните навици на децата (в различна възраст);
- проверка на наличието и прилагането на правила, свързани с употребата на медиите и медийните средства;

– идентифициране на възможности за възпитание, обучение, учене през целия живот – възходящо развитие, които цифровите технологии и медии предлагат.

Тук е мястото да отбележим, че медийната грамотност е естествено следствие и ключов резултат от прилагането на медийната педагогика. Това следствие обаче е и едновременно предпоставка за непрестанно развитие на медийната педагогика, защото предизвиква нови и нови промени както в цялостната медийна и образователна среда, така и в нейните елементи – цели, методи, субекти и отношения между тях. Медийната грамотност може да бъде дефинирана като основна компетенция, позволяваща на потребителите ефективно да използват медийните средства, наличие на знания за медиите, особеностите на медийното съдържание, неговите форми, ефекти и послания, умения за критичен анализ, за кодиране, но и за декодиране на текст, звук, образ, видео, на всички видове сигнали и съобщения, които медийните субекти постоянно обменят помежду си в ежедневно си общуване. Медийната грамотност може да бъде определена и като способност за правилно използване и прилагане на медиите (средства и среда), и като средство за комуникация и за възходящо личностно развитие. Именно това обстоятелство ни позволява да твърдим, че медийната грамотност е търсеният резултат на медийната педагогика, ключовото следствие на усвояването на познание в дигиталната ера.

Съществуват немалко тълкувания и обяснения за същността на медийната грамотност, за нейните елементи и разновидности. Лично аз съм привърженик и използвам концепцията на британската изследователка Соня Ливингстън, дефинираща медийната грамотност като ключова компетентност за достъп, анализ, оценка, създаване и разпространение на медийно съдържание (Livingstone, 2005).

Достъпът, като съставна част на медийната грамотност, е процесът на активно взаимодействие с медиите, етапът, при който потребителите от най-ранна възраст са изложени на въздействието на медийното съдържание. Като резултат те развиват интереси, умения, потребности и навици за използване на медиите, превръщат ги в неотменна и съпътстваща част на своето развитие. Поради различната динамика на това взаимодействие потребителите притежават различна степен на способност за използване на медийните средства, която автоматично рефлектира върху начините, по които усвояват познанието – било по отношение на формите му на разпространение, било във връзка с обхвата, обема и интензивността на неговото възприемане. Материалното и социалното неравенство тук със сигурност представляват проблем за формирането на медийната грамотност, както още преди 20 години предупреждава Кастелс (Castells, 1996). Ясно е, че потребители, които са с по-ограничено материално благосъстояние, ще могат да ползват по-рядко, по-малък на брой и по-малко като разнообразие информационни средства и това обстоятелство

ще ги поставя в непривилегировано положение в цялостното им развитие. Затова първа задача на медийната грамотност е преодоляването на този проблем чрез разработване на методологии за работа с технологичните средства, които децата усвояват – било чрез специализирани програми, част от педагогическото взаимодействие в детските градини, било чрез различни образователни интерактивни игри.

Анализът на медийните средства и медийното съдържание, като втори елемент на медийната грамотност, засяга развитието на познания и инструменти за разбиране на системата на функциониране на медиите, категориите, технологиите, езика, изразните им средства, особеностите на аудиторията и начина, по който те се вземат под внимание при съставяне на медийното съдържание. Става дума за познания относно разнообразието на медийни форми и средства, пълнотата и адекватността на обясненията, необходими на потребителите правилно да разбират същността на медийните послания, способност да се отличава фикцията от реалността, както и наличието на критични умения, позволяващи най-ефективно използване на медиите за формиране и налагане на утвърдени ценности и тип култура. Това със сигурност е споделена отговорност между социална среда и образователни институции, при това при ясно отчитане на динамиката на развитието на технологиите. Безспорно е, че постоянното развитие на информационните и комуникационните средства открива нови и нови възможности, както е и факт, че систематичният анализ на интернет технологиите тепърва ще се обогатява. Ясно е обаче, че виртуалната реалност, създавана и разпространявана в интернет, ще заема все по-широко място в развитието на потребителите, което означава, че необходимостта за анализ на медийното съдържание постоянно ще нараства и ще продължава да оказва влияние върху цялостното състояние на медийна грамотност на всякакво ниво.

Оценяването, като част от медийната грамотност, е свързано с отношението на потребителя към медийното съдържание, в пряка връзка с приемането или отхвърлянето на основните послания, включени в това съдържание, функция на ценностната система. То предполага наличието на методология, средства и критерии за правилно разбиране на заложените послания, както и умения за правилната им интерпретация. Това налага необходимост от образование на потребителите както в любопитство към познанието, така и към формите му на представяне. Потребителите на медиите следва от най-ранната си възраст да бъдат научавани да оценяват сходствата и различията на медийната реалност с онази, в която те съществуват и се развиват, да откриват и да разбират особеностите на медийния образ на света. Оценяването, като по-висш етап на анализа, предполага конструиране и деконструиране на оценявания обект, на неговата същност и изграждащи елементи, цялостна проекция в контекста на ценностната система и извеждането на изводи и поуки. Това

изисква ясни педагогически правила при използването на медиите, пряка взаимообвързаност с етапите на *достъп* и *анализ*.

Проблемът е, че използването на медиите не предполага автоматизиран навик за разлагане на медийното съдържание на съставните му части. Което изправя медийната педагогика, като средство за формиране на медийната грамотност, пред задачата да формира и развива умения и навици за критично оценяване на медийните послания.

Създаването на медийно съдържание е четвъртият елемент на медийната грамотност, който, както реалността показва, все по-често върви почти успоредно с първия – *достъп*. Динамиката и развитието на цифровите технологии все повече скъсяват дистанцията във времето, в което медийните субекти от потребители се превръщат и в разпространители, и в създатели на медийно съдържание. Във все по-ранна възраст децата стават способни да създават свои профили в социалните мрежи, да обменят медийни продукти – текст, звук, снимки, видео, които са произвели сами. Нерядко обаче високоразвитите технически умения не съответстват на цялостното им развитие, налице е силно несъответствие не само на емоционално ниво, но и при самото когнитивно възприемане на света.

Рационалното използване на медиите не е тъждествено единствено на грамотност по отношение на медийните технологии. Виртуозното справяне с компютърни игри, уменията за създаване и разпространение на движещи се образи и триизмерни изображения, пораждащи различни медийни ефекти и въздействие, не са равнозначни на коректно осмисляне, формулиране и предаване на медийното послание, отговарящо и преследващо ясни цели. Последното изисква качествено различно ниво на развитие на медийната грамотност, задължително включващо наличие на способност за *анализ* и *оценка*, способност, за която вече говорихме и която предполага умения както за създаване, така и за вярно разчитане и разбиране на медийните съобщения.

Развитието на медийната педагогика в България като средство на дигиталното общество, формиращо се в контекста на цифровизираните медии, предлага поне две новини: едната – добра, другата – не дотам.

Първата, добрата новина е, че в България, подобно на модерно развитите страни, медийната педагогика вече стои на образователната карта. Както се в развития свят, цифровизация и медийна педагогика тръгнаха ръка за ръка още със самото стартиране на процеса, така се случи и в България: специалността „Педагогика на масовата и художествената комуникация“ с ключова основа медийна педагогика стартира през 2007 г., когато директивата за медийна цифровизация в страната стана водещ императив, макар че между двата старта няма каквото и да е съгласуване или договаряне. Медийната цифровизация бе логично следствие от членството на България в Европейския съюз и неговите директиви; създаването на специалността ПМХК е по-скоро интуитивна ино-

вация, подсказана от силата на академичния дух, желание да се работи за това наука и индустрия да гледат и вървят в една посока.

Втората – недобрата новина е, че ако в България медийната цифровизация от две-три години вече е факт, развитието на медийната педагогика, като продукт на дигиталната култура, сериозно се бави. Към момента то е ограничено до прилагането на отделни академични дисциплини на ниво обучение във ВУЗ (АВИТО, САВИТО, ИКТ и т.н.) или в не докрай структурирани учебни предмети, преподавани в горните класове на училищното образование („Компютърна грамотност“, „Използване на комуникационни технологии“). Липсват ясно разписани държавни образователни стандарти, отнасящи се както до развитието на медийната педагогика, за мнозина все още т.нар. „дисциплина“, така и до медийната грамотност, все още разбирана единствено като част от гражданското образование. Изследванията ни сред родители и педагози показват масова липса на яснота относно същността, целите и значението на медийната педагогика и медийната грамотност, неразбиране на възможностите, които те откриват пред развитието на обучение и образование. Затова и мечтата ми на изследовател на дигиталната култура, амбицията ми на специалист, занимаващ се с медийна педагогика, е изразена в пет конкретни препоръки, отразени във финалната част на книгата „Педагогика на медийната комуникация“. Според тези пет препоръки:

1. формирането и развитието на медийната грамотност следва да стане част от координиран процес на сътрудничество и взаимодействие между родители, учители, педагози и медийни специалисти;
2. медийната педагогика следва да бъде обособена като отделен дял на педагогиката и да заеме полагащо място в образованието;
3. медийната грамотност, като пряко следствие от развитието на медийната педагогика, следва да стане конкретна част не само от стратегически документи и програми, но и неразделна част от дидактическите помагала за семейно възпитание, обучение и образование;
4. нужна е спешна подготовка и издаване на методики по медийна грамотност за учители в детските градини, началното, основното и средното училище, както и съответните им форми на практическо усвояване и прилагане;
5. нужни са законодателни промени, недопускащи създаване и разпространение на медийно съдържание без препоръки за използване, съобразено с възрастовите особености на потребителите.

NOTES / БЕЛЕЖКИ

1. Встъпителната лекция е изнесена от доц. д-р Данаил Данов в Софийския университет, Ректорат, Нова конферентна зала, на 21.11.2016 г.

REFERENCES / ЛИТЕРАТУРА

- Benkler, Y. (2006). *Wealth of the Networked Society, the Information Age: Economy, Society and Culture, Vol.1.* Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell.
- Bimber, B., Flanigan, A. & Stohl, C. (2012). *Collective Action in Organizations.* Cambridge University Press.
- Castells, Manuel (1996). *The Rise of the Network Society, the Information Age: Economy, Society and Culture Vol. I.* Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell.
- Dragomir, M. & Thomson, M. (2013). *Mapping Digital Media.* London: OSI.
- Livingstone, S. (2005). *Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies.* London: SAGE.
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital.* London and New York: SAGE.
- Podesta, D. (2016). *Media in Latin America: a Path Forward.* Washington DC: NED.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives and Digital Immigrants. *MCB University Press, Vol. 9, No. 5.*
- Van Deursen, A. & van Dijk, J. (2009). Improving digital skills for the use of online public information and services. *Government Information Quarterly Publications.*
- Van Dijk, J. (2005). *The Network Society: Social Aspects of New Media.* London: Sage.
- Van Dijk, J (2005). *The Deepening Divide. Inequality in the Information Society.* London: Sage.

DIGITALIZATION AND SOCIAL TRANSFORMATIONS: DEVELOPMENT OF MEDIA PEDAGOGY AND MEDIA LITERACY

Abstract. The article focuses upon the need of media pedagogy development, a crucial element of the overall pedagogic education, yet hardly given due attention in Bulgaria. Introducing the essence of this modern scholarly field, the text zooms into media pedagogy and media literacy, both being direct consequences of media digitization and its subsequent social transformations in contemporary society.

✉ **Dr. Danail Danov, Assoc. Prof.**

Preschool and Media Pedagogy Department
Faculty of Preschool and Primary School Education
Sofia University
Sofia, Bulgaria
E-mail: d.danov@fppse.uni-sofia.bg