

ОЦЕНКА НА СТУДЕНТИ В ПЕДАГОГИЧЕСКИ СПЕЦИАЛНОСТИ ЗА РИСКОВЕТЕ И ПОЛЗИТЕ ОТ МРЕЖАТА И ВЪЗПРИЕМАНИТЕ СОЦИАЛНИ НОРМИ

Маргарита Бакрачева, Милен Замфиров

Резюме: В статията са представени резултатите от качествено изследване, проведено със 134 студенти в магистърски програми в педагогическата сфера на възраст 25 – 50 години. Основните въпроси, на които е потърсен отговор, са: каква е оценката на потребителите за начина на ползване на Мрежата, в каква степен и посока са осмислените ползи и рискове в тази връзка и какви са възприеманите социални норми и послания във виртуалното пространство. Резултатите отразяват превес на възприеманите позитиви спрямо негативи, свързани с Мрежата, както и акцент върху дигиталната компетентност от страна на потребителите. По отношение на представите за идеалното тяло, успешния човек и съвременния човек резултатите показват, че социалните норми имат своето място, което е паралелно с изгражданата и поддържана субективна оценка. Изследването и анализът са насочени към активна нагласа за рефлексия и себерефлексия и критично мислене по отношение на възприеманата информация и даването на послания в тази връзка и към учениците.

Ключови думи: виртуална среда, социални норми, идеално тяло, критично мислене, дезинформация

ATTITUDES OF STUDENTS IN EDUCATIONAL STUDIES TOWARDS THE RISKS AND BENEFITS OF THE WEB AND PERCEIVED SOCIAL NORMS

Margarita Bakracheva, Milen Zamfirov

Abstract: This article presents the results of a qualitative study conducted with 134 humanities graduate students aged 25-50. The main research questions are: what are the users' attitudes and evaluation of how they use the Web, to what extent and in what direction are the benefits and risks considered in this regard, and what are the perceived social norms and messages in virtual environment. The results reflect a prevalence of perceived

positives versus negatives, as well as respondents declaration on the different ways and skills of users to search and rely on information in the web. In regard to notions of the ideal body, the successful person and the modern man, social norms have their place, however it is parallel to the maintained personal opinion. All this is analyzed with reference to the importance of building and maintaining an active attitude of reflection and self-reflection and critical thinking from as early an age as possible.

Keywords: environment, social norms, ideal body, critical thinking, misinformation

ТЕОРЕТИЧНА ОСНОВА

Мястото и ролята на Мрежата като източник за търсене на информация, средство за комуникация, забавление и бягство от реалността е актуална тема през последните десетилетия. Нямаме за цел да правим обширен теоретичен обзор на мястото на интернет и на социалните мрежи – една от най-често изследваните теми през последните десетилетия, резултатите от които са обобщени и в метаизследвания за връзката със социалния капитал (Ainsworth & Baumeister, 2016), за връзката със социалната подкрепа (Wright & Hu, 2018), за връзката с психичното благополучие и дистреса (Huang, 2021), връзката с психичните заболявания (Yang, Liu & Rui, 2022) и други аспекти. Функциите на Мрежата и конкретно на социалните медии имат динамично развитие, като в психосоциален аспект в онлайн среда се удовлетворяват същите универсални потребности, които съществуват и в реална среда (Бакалова и кол., 2009; 2015; Бакрачева и Бакалова, 2010; 2011; Бакрачева и кол., 2014).

В голяма степен днес Мрежата е мястото на задаване, утвърждаване и поддържане на норми и стандарти. Изкривяването във възприятията в класическата концепция за социалните норми във виртуалния свят е свързано с основните характеристики, които улесняват и стимулират дисоциативната анонимност, невидимостта, до известна степен асинхронността, проекциите, дисоциативното въображение и равенството между участниците. Всички тези характеристики не описват реалния свят и са мощно средство във виртуалния, което съдейства за активността на потребителите и я стимулира най-вече поради факта, че мотивите за ползване на виртуалната среда са универсалните психични потребности (Бакрачева и Манолов, 2019; Бакрачева и Бакалова, 2010; Bacracheva & Manolov, 2016). Опосредствеността на комуникацията дава по-голяма свобода за себепредставяне и изразяване на истинския (скрития) Аз, за акцентиране върху конкретни аспекти на Аз-а, за изграждане на идеален Аз-образ, както и за експериментиране с идентичността. Себепредставянето

може да бъде извън или на границата на доминиращите социални норми, например, проекция на повърхностен и хедонистичен Аз-образ, отражение на стремежа индивидът да се представи като атрактивен (Turtle, 1995; Suler, 2002; McKenna & Bargh, 2000; Zhao et al., 2008).

Конкретно в условията на пандемия, работа и учене от разстояние – когато животът онлайн и офлайн съвсем не може да бъде разграничен – още повече се засилва изследователският фокус към значението и ефекта на социалните мрежи като предпочитан източник на информация. Актуалността на въпроса за разпознаване на достоверността на информацията и мястото на социалните медии като източник и проводник на екстремни поведения и конспиративно мислене посредством предаваните наративи също представлява специален фокус (Bakracheva & Totseva, 2017; TEACH, 2022). Това е на фона на традиционно ниското доверие в класическите информационни медии. Каналите, предпочитани за търсенето на информация, намират еднопосочен отговор според изследванията през последните десетилетия – отстъпването на традиционните медии поради липсата на доверие в тях и предпочитането на търсене на съдържание в лично избрани канали.

Много са резултатите от изследвания, които подкрепят все по-утвърденото място и роля на социалните медии, като специален акцент е върху аспекта споделяно съдържание. Според скорошно изследване, проведено в 24 държави с най-популярните платформи Facebook, WhatsApp, YouTube и Instagram, повече от половината респонденти (59 %) убедено заявяват, че са напълно подготвени да разпознават фалшивите новини: 33% са „наясно в известна степен“; 5 % „не са осведомени“ и само отделни респонденти посочват, че не се интересуват дали съдържанието е истинско, или фалшиво (Volkmer, 2021). Информираността за масовата дезинформация сред младите хора е висока, но остава отворен въпросът за субективното възприемане, за нагласата за проверяване на съдържанието, за правилното разпознаване на достоверното и недостоверното съдържание и за активното противодействие на автоматизираното приемане и споделяне на съдържание.

През последното десетилетие социалните медии се превърнаха във важен фактор за намиране и разпространяване на информация в личен и професионален план. Това води до различна насоченост на изследванията както с потребителска и маркетингова цел, така и с цел очертаване на потребителски профили. Едно от многобройните изследвания установява например, че с повишаване на възрастта използването на социалните медии намалява, докато по-големият доход на домакинствата е свързан с по-висока честота на ползване на социални медии (Hruska & Maresova, 2020).

В условията на учене от разстояние при пандемия мястото на социалните медии се осмисля от гледна точка и на новата им допълнителна

роля, фокусирана към формалното образование, а не само като средство за лично търсене и намиране на информация. Проведени са няколко проучвания за развитието на социалните медии като средство за обучение. Резултатите разкриват, освен пречките, три конкретни посоки на положително въздействие върху образователния процес: насърчаване на преподаването и ученето; мотивиране на студентите да бъдат активни участници; създаване на връзки в университетската общност (Parademetriou et al., 2022). По отношение на платформите Facebook е най-често използвана от студентите за информирането по здравни въпроси (Gambo & Arike, 2017).

Можем да обобщим, че потребителите са активни създатели и потребители на информация в дигитална среда. Информацията, която те създават и използват, формира нагласи и убеждения, които в крайна сметка оказват влияние върху собственото им поведение и това на хората около тях. Поради тази причина разбирането на това кога, къде и как хората участват в социалните медии, е от голямо значение. *Можем да кажем, че всеки участник в социалните медии е както активен или пасивен потребител, така и активен или пасивен проводник в комуникирането и споделянето на информация.* Тази позиция е в основата на нашия изследователски интерес.

ДИЗАЙН НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Насочили сме се към очертаване на специфичен ракурс, информация за възприеманото влияние на Мрежата и социалните медии и оценката относно изграждането на представи и социални норми през погледа на студенти, които се обучават в педагогически специалности. Изборът ни на тази група е провокиран от една страна поради активното ползване на Мрежата от целевата група, а от друга поради спецификата на професионалната реализация на студентите – директната комуникацията и работа с ученици в системата на училищното образование. Потърсили сме отговор на въпросите: Къде се ориентират студентите в процеса на търсене на информация? Какви опасности и ползи намират в Мрежата? Колко престояват в социалните мрежи на ден и как определят това? Какви опасности и ползи намират в Мрежата? Кои са най-честите послания, които срещат в социалните мрежи? Каква е представата им за идеално тяло? Кои за тях е преуспяващият човек?

Проведеното изследване е качествено, със седем отворени въпроса. Избрахме този подход по няколко причини. Първо, динамиката на контекста и живота в условията на кризи оказват силно влияние върху възприеманата ситуация и себеусещането, върху планирането на бъдещето и представите за възприеман контрол. Поради тази причина опитът ни е за очертаване на моментна картина на представата за ползите и рисковете, които крие Мрежата, основните ѝ функции и посланията, които доминират в

нея според респондентите, които са активни потребители, директно ангажирани в работата с ученици.

Проследени са и предпочитаните информационни канали от страна на респондентите за търсенето на информация и приемането им за достоверни. Във връзка с комуникацията и информацията в Мрежата е потърсено и мястото на възприеманата норма за идеалното тяло, за преуспяващия човек и за човека в съвременния свят.

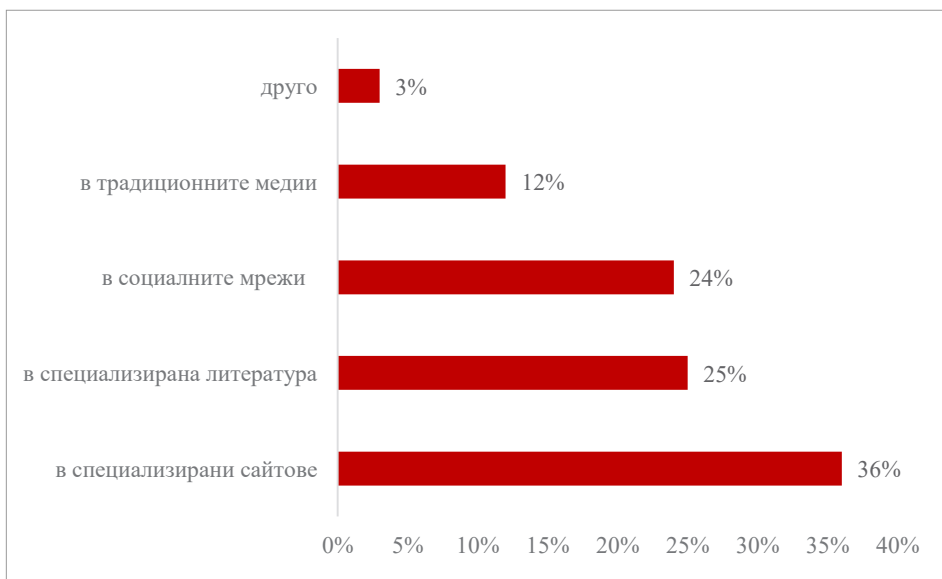
Изследването включва класифицирането и дискриминативното отчитане на ползите и негативите, свързани с Мрежата, и отчитането на зададените норми и собствено изгражданите представи. Себерефлексията и себeregулацията са предпоставка за по-доброто разбиране на тенденциите и възможностите за комуникация в общата перспектива на стимулиране на критичното мислене и поддържането му в по-широкия спектър на професионална реализация на респондентите. Те участват чрез директните и косвените си послания и комуникация не само в предаването на учебна информация, а и в средата, в която учениците, с които работят, правят своите избори и се самоопределят.

Изследването е проведено онлайн с платформата <https://survs.com/> в периода 7 януари – 8 април. Включени са общо 134 души от магистърски програми в хуманитарната сфера на възраст 25 – 50 години. Използвани са седем въпроса – два затворени въпроса: за предпочитаните източници за търсене на информация и за честотата на ползване на социалните мрежи: 1) „Къде търсите и намирате информация по въпросите, които ви вълнуват?“ с възможни отговори: традиционните медии; в специализирана литература; в специализирани сайтове; в социалните мрежи; друго и 2) „Колко време прекарвате в социалните мрежи дневно?“. Въпросите със свободен отговор са пет: Коя е най-често срещаната тема в социалните мрежи през последните месеци?, Кое е опасно според вас в мрежата?, Какви ползи има?, Каква представа и норма съществува според вас за идеалното тяло?, Каква представа и норма съществува според вас за преуспяващия човек? Какви послания имате усещането, че ви „заливат“ в мрежата?

Отговорите на участвалите 134 респонденти са представени като процентно разпределени при отнасянето към категории. За всички въпроси броят получени отговори надвишава броя респонденти поради липсата на ограничения за брой /дължина на отговорите. Абсолютният брой отговори не е посочван, като няма отговор, в който да има генерирани много повече или много по-малък брой самостоятелни отговори. Това е основанието за представяне на процентното натрупване. Отговорите са групирани съдържателно с експертна оценка. Правилата за кодиране са максимално изчистени предвид насочеността на изследването – основно в категориите позитивни и негативни възприятия, социално и индивидуално зададени категории в оценките.

РЕЗУЛТАТИ

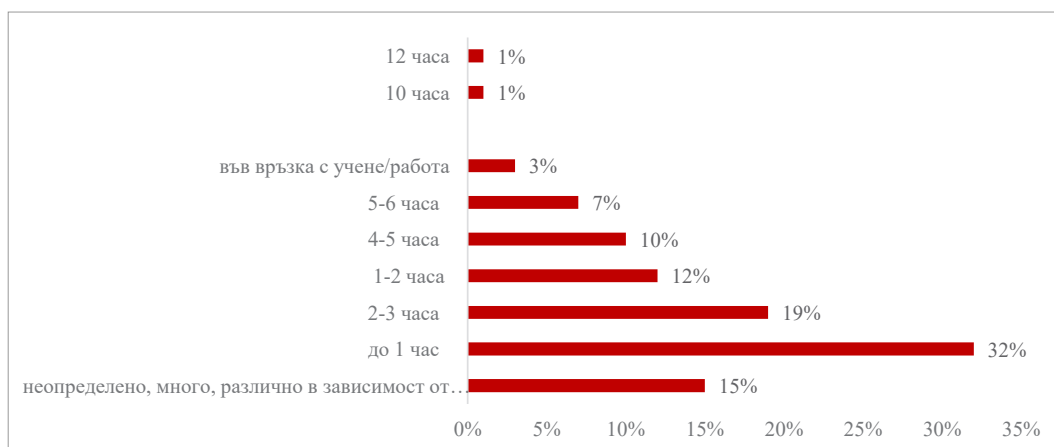
Резултатите са представени последователно по всеки един от въпросите в изследването. В кавички с наклонен шрифт са посочени индикативни отговори на респондентите за съответните категории. Фиг. 1 обобщава отговорите на респондентите за предпочитаните канали за търсене на информация.



Фиг. 1. Къде търсите и намирате информация по въпросите, които ви вълнуват?

Потвърждава се ниското доверие в традиционните медии. Предпочитан източник на информация са специализираните сайтове, следвани от специализираната литература, социалните мрежи и традиционните медии. Този факт в ерата на дигитални хранилища на данни и виртуални библиотеки оставя открита възможността за допълнително проучване на това какво разбират респондентите под „специализирани сайтове“. Категорията „други“ включва търсачки и предпочитано допитване до хора, експерти в съответната област. Търсенето в специализираната литература и в социалните мрежи заемат приблизително по една четвърт от предпочитанията на респондентите. Не само по отношение на социалните мрежи, но и по отношение на класифицирането на източниците то е свързано с индивидуален избор. Филтрирането, което потребителите правят, подкрепя усещането им за собствен критичен избор и за контрол над информацията. Това може да крие и рискове от допускането и приемането на информацията, която е предварително зададена като достоверна. Въпросът е актуален и от гледна точка на възприеманото усещане за лесно разпознаване на достоверната информация и поддържане на увереността в „правилно“ избраните комуникационни канали.

Времето, прекарвано в социалните мрежи всеки ден, е илюстрирано на фиг. 2.



Фиг. 2. Колко време дневно прекарвате в социалните мрежи?

ТЕСТОВИ ЗАДАЧИ С ПОВЕЧЕ ОТ ЕДИН ВЕРЕН ОТГОВОР

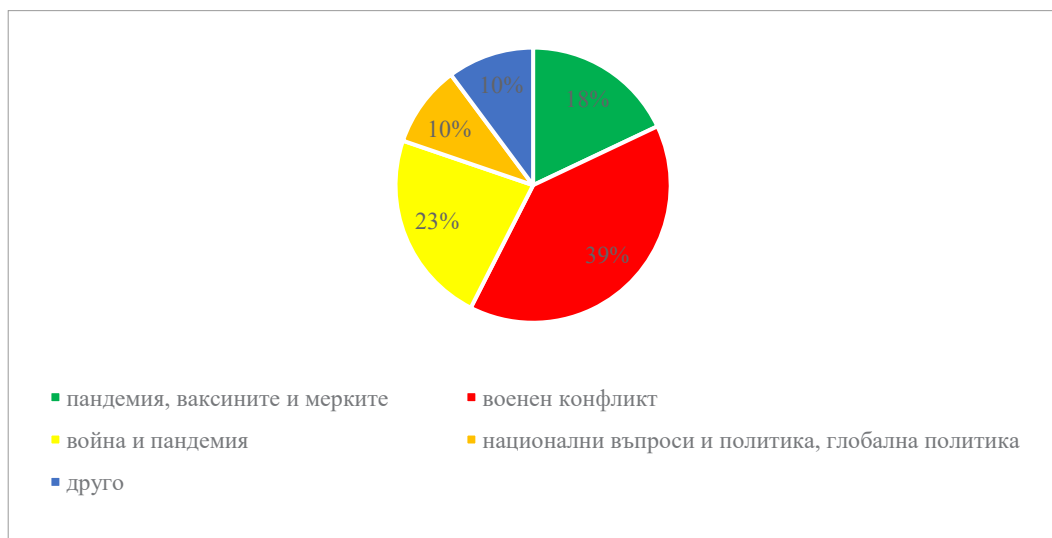
Те поставят учениците в различна от традиционната ситуация, като се търси повече от един верен отговор при задачи със структуриран отговор. Така се стимулира мисленето, насочено към конвергентност. Например: „Кои от тези превозни средства са обществен транспорт: а) тролейбус; б) автомобил; г) таксиметров автомобил?“.

Ефективни могат да бъдат и открити въпроси и задачи за оценяване. Така учениците допълват думи, довършват изречения или дават кратки отговори на въпроси. Например: „Дайте примери за машини, които работят с електричество.“, „Защо алуминият се използва за производство на самолети?“ и др.

От отговорите на респондентите проличава косвено и целта на използване на социалните мрежи. Само в един от отговорите е посочено, че това зависи от свободното време, т.е. има разграничено възприемане на възможното използване на социалните мрежи само за лични цели. В няколко отговора директно е декларирана връзката учене – работа при използването на социалните мрежи. В 7 отговора е посочено, че престоят зависи и е по-продължителен когато това е свързано с работа, комуникация с учебна или професионална цел. Това показва, че част от респондентите разграничават различните цели при използването на социалните мрежи. Същевременно обаче не става ясно какъв процент от респондентите правят това разграничение. Този проблем отваря възможности за допълнителни изследвания. През последните две години, особено в допълнение към динамиката през последното десетилетие във функциите и целите на използване на социалните медии, разграничаването

става все по-трудно. Това, което има значение от гледна точка на образователните процеси, е изграждането на медийна култура и критично мислене, особено през призмата на ситуацията от последните 2 години и половина, която доведе до рязка поляризация на посланията, мненията и позициите на потребителите.

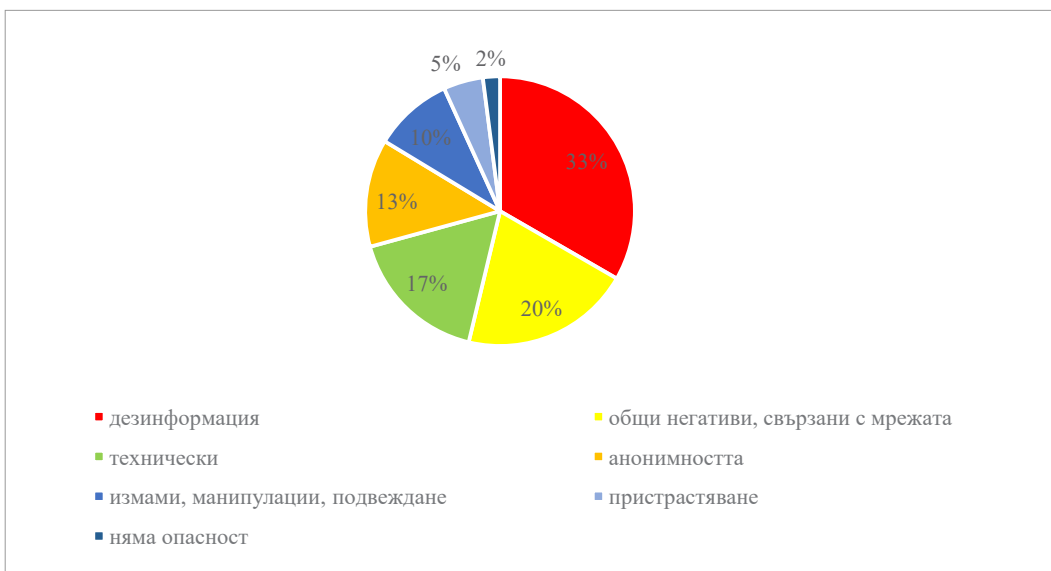
По отношение на най-често срещаната тема в социалните мрежи през последните месеци (фиг. 3), натрупването на отговорите напълно отговаря на очакванията. Това са актуалните теми на деня, които до голяма степен зависят от периода на провеждане на изследването (например спадналият интерес към темата за пандемията на фона на темата за конфликта Русия – Украйна). Потребителите на мрежите се интересуват преди всичко от военния конфликт и след това от пандемията, ваксините и мерките, от икономическите и политическите проблеми в държавата: „Войната в Украйна, КОВИД 19, високите цени на ток, газ, храни; „Арестите на Б. Борисов, В. Горанов и С. Арнаудова“, „Болести и война. Упадъкът на спокойния свят, в който живеем!“. Някои отговори изтъкват значението на личното търсене „Зависи кой какво следи. Аз посещавам групите за учителите, от които материали се възползвам“, „зависи какво търсите, най-често срещаната моя тема е най-новата книга“, „В съвременността като цяло обикновено основната тема е „другият“. На практика е винаги актуална темата за „другия“ и „другите“.



Фиг. 3. Коя е най-често срещаната тема в социалните мрежи през последните месеци?

Относно опасностите в Мрежата обобщените категории на отнасяне на отговорите са 7. Най-много рискове респондентите виждат във връзка с дезинформацията; опасности от общ характер; такива,

които се отнасят към възможната кражба на самоличност; рискове, свързани с анонимността; целенасоченото подвеждане и манипулации; пристрастяването, а като най-малък процент смятат, че опасности няма, ако потребителят има дигитална култура (фиг. 4).

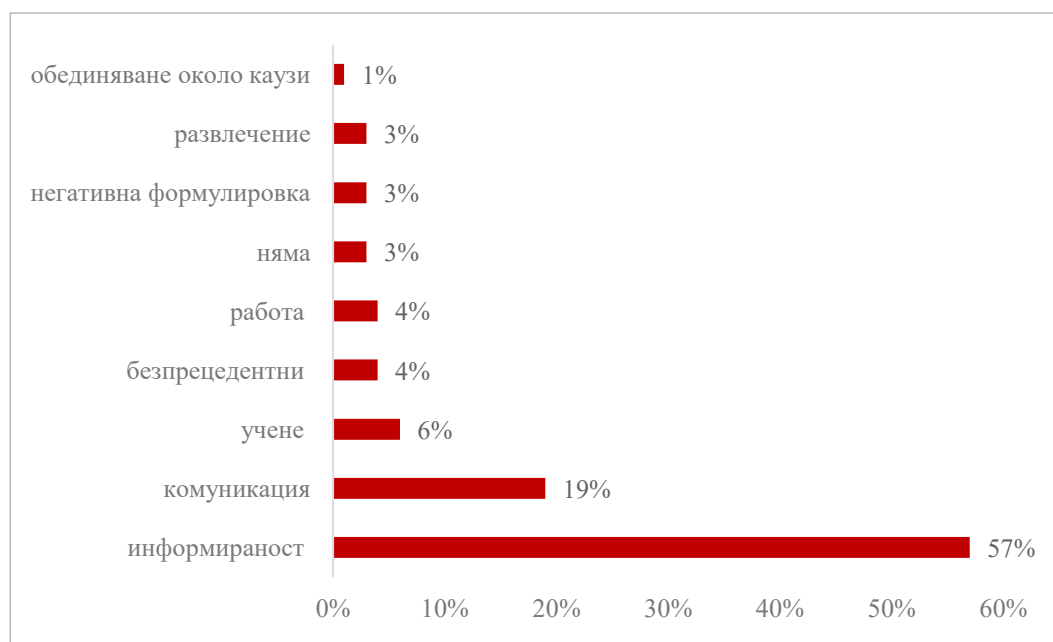


Фиг. 4. Кое е опасно според вас в Мрежата?

Някои от отговорите, включени в **категорията „дезинформация“**, са: „фалшивата информация и трол профилите“, „невярната информация и хората, които целят да ни заблудят“, „лъжливите новини и манипулации, които са трудно разпознаваеми понякога“, „манипулиране на информация“. **Категорията „обща негатива“** съдържа определения като „пропаганда“, „вулгарност“, „разкрепостеност“, „тормоз и измама“, „губене на време“, „свикване“, „зарибяване“, „абсолютно всичко!“. **Техническата незащитеност** на информацията включва отговори като: „различните вируси тип „Троянски кон“, „кражбата на идентичност“, „кражба на профил, сайтове за насилие, споделяне на снимки в социалните мрежи попъване на информация онлайн“, „опасността да изтече важна за нас информация, както и злоупотреба с личните ни данни“, „злоупотреба с личните данни“, „опасни са хакерите, които източват банкови сметки“. Конкретно рефериращите към **руска, свързан с анонимността**, отговори са: „опасно е това, че не знаем кой седи срещу нас, когато пишем съобщения“, „има много хора, които изнудват малки деца в социалните мрежи“, „възползването от децата, които имат достъп до мрежата“, „има различни фалшиви профили“, „интернет тормозът“, „непознатите“. **Група измами, манипулации и подвеждане** включва отговори, илюстрирани с: „подвеждащата информация; скритите недобронамерени хора зад маската на виртуалната личност“, „опасното в

мрежата са клипове, в които са представени опасни предизвикателства, които децата се опитват да следват и повтарят“, „преднамерената манипулация и лъжата“. Отговорите, директно посочващи „**пристрастяване**“ съдържат: „промиването на съзнанието с постоянно повтарящи се негативни „новини“, „пристрастяване“, „как се възприемат чуждите идеали и хората забравят за реалността“. Три отговора акцентират на факта, че **няма опасност**, ако знаеш как да ползваш Мрежата: „Мрежата не е опасна, ако човек знае как да си служи правилно с нея. В този ред на мисли, най-опасното в мрежата е непознаването на възможностите ѝ и това как те могат да се ползват със зловредни цели“, „Относно зрелите, възрастните хора не мисля, че изпитвам никакви притеснения, всеки е способен да преценява кое е добре за него. По-скоро съм притеснена от участието на 9 – 12-годишни деца в мрежата и нещата, до които те имат достъп. Хората, които често се свързват с тях, които според мен могат да бъдат опасни и се опитват да се възползват от деца на такава крехка възраст“. Само 1 респондент е отговорил „не знам“.

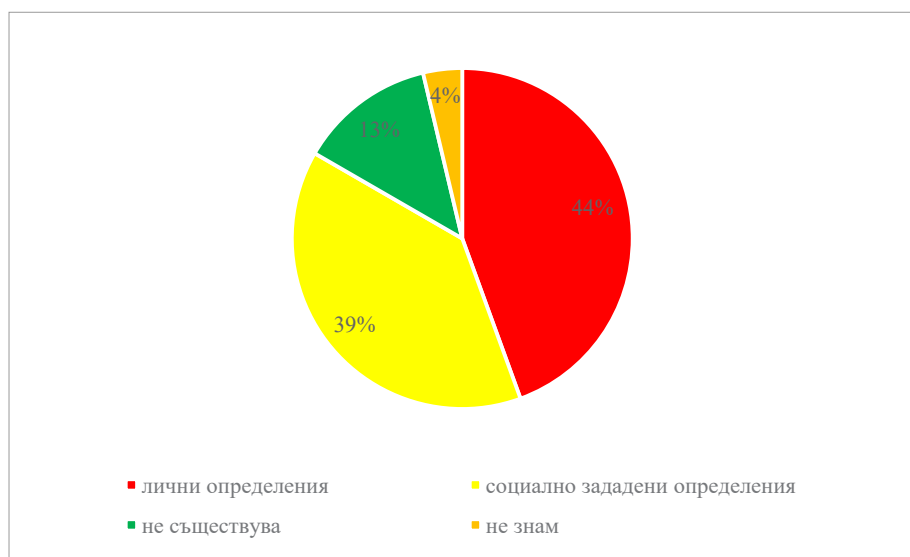
Фиг. 5 очертава ползите, които респондентите намират в Мрежата. Изведени са 9 категории спрямо специфично поставения акцент. Съвсем очаквано, ползите, свързани с Мрежата, се отнасят в основна степен до бързия и лесен достъп до информация по всяко време, комуникацията, конкретните връзки с учене, работа, пазаруване; че Мрежата не носи ползи, а ако има, те са частични и нееднозначни.



Фиг. 5. Ползи, свързани с ползването на Мрежата

Основните ползи се отнасят до бързия достъп до информация по всяко време: „социалните мрежи ни помагат да научим някои неща“, „бърз и лесен достъп до информация и знания по много въпроси“, „възможност за получаване на нови знания по всяко време“, „научавам интересни факти, разтоварвам се, намирам нужни материали“, „по-бърза информативност – за сметка на качеството“, „сред ползите на мрежата са тези, че осигурява достъп до информация от всякакъв тип – научна, научнопопулярна, развлекателна и прочие“. Втората основна категория ползи е възможността за комуникация: „по-бърза и по-евтина връзка между хората“, „способността да комуникираш лесно с близки на далечни разстояния“, „връзка по всяко време с роднини и приятели“, „аз лично ги използвам само за комуникации и с връзка с определени хора“, „да разговаряме с цял свят“, „сближаването на хората без значение от разстоянието между тях“. Безпрецедентни ползи проличават в отговорите: „безкрайно много, почитател съм на виртуалната култура“, „връзката с работа и поръчване на артикули и възможността за учене и научаване на нови неща, конкретното насочване към аспекта развлечения, обединяване около просоциални каузи“. Тук следва да отбележи, че 5 респонденти смятат, че няма ползи от Мрежата, а други 5 посочват ползата чрез негативна формулировка – достъп до информация, макар и често недостоверна: „Няма големи ползи освен това, че доста бързо се разбират новите събития. Но то и социалните мрежи се контролират, така че не винаги се показва истината в тях.“, „Според мен вредят повече отколкото са полезни, защото заради прекалената „информираност“ хората почнаха да се побъркват“, „Има информация по много различни теми, но трябва да бъдем много внимателни, защото не винаги е вярна“.

Следващите въпроси се отнасят до възприеманите социални норми. Категоризирането на отговорите е към по-общите категории позитивни/негативни и външно зададени/лично изградени представи. Фиг. 6 описва категориите отговори, свързани с представата за идеалното тяло. Общите категории, към които са отнесени отговорите, са лични спрямо социално зададени определения, отричане на наличието на норма и затруднения в даването на отговор.

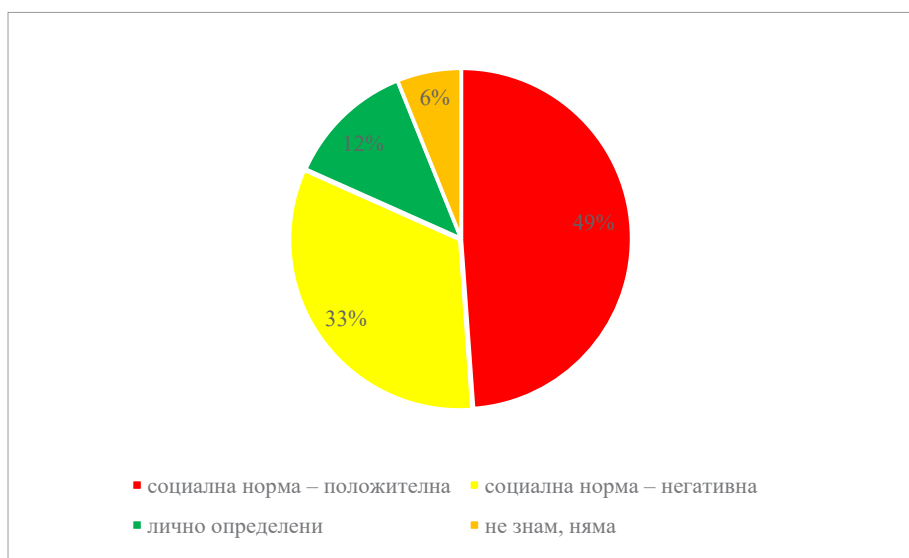


Фиг. 3. Коя е най-често срещаната тема в социалните мрежи през последните месеци?

Отговорите на респондентите по отношение на нормата за идеално тяло заслужават специално внимание. Въпреки че питането е относно норма, най-голям брой отговори (72) се отнасят до лично дадено определение, което е допълнено и от 21 отговора, според които не съществува подобна норма. 63 са отговорите, които привеждат социална норма, а 6 са отговорите „не знам“. Водещата категория лични определения включва: „идеалното тяло е това, в което човек се чувства добре и няма желание да регулира, но в същото време е здравословно добре“, „както му харесва на човека, стига да не е опасно за здравословното му състояние“, „здравословен сън, спорт, чист въздух, разходки, правилно хранене с чисти продукти, много вода, грижа за личната хигиена“, „да се чувстваш добре в собствената си кожа“, „Здрав дух, здраво тяло. Няма нищо идеално. Всичко се променя с времето и с възрастта.“, „това, в което се чувства добре човекът“, „идеалното тяло е тяло, в което се чувстваш добре“, „са си здрав и да нямаш здравословни проблеми“, „здравото тяло“. Социално възприеманите норми са илюстрирани в отговорите: „90/60/90“ (посочено с абсолютна честота 7 пъти); „идеалното тегло според височината, пола и възрастта на човека“, „добре оформено, стегнато и слабо тяло“, „рекламите, в които 20-годишни рекламират козметика и дрехи за 50-годишни, натрапват идеята за вечна младост и красота. Жените нямат право да остаряват, те трябва да са без бръчки, целулит и да са възможно най-слаби. На мъжете пък им се обяснява, че трябва да са „богове“ в интимния си живот и това ще стане с дадено лекарство и т.н., и т.н. Модните гиганти наемат девойчета с тела на изнемоляло дете и най-невинно ти обясняват, че нямат нищо

против жените с + сайз, но те не произвеждат такива дрехи. Сега е много политкоректно да се казва на пълничките, че са прекрасни такива каквито са, само че никой не го мисли наистина. Аман от лицемерие. Много сме сбъркани.“, „Най-често (за съжаление) срещаното в интернет „идеално тяло“ е преминало през неколнократни корекции“, „За жените е прието, че трябва да са слаби, а за мъжете – високи и силни, с което не съм съгласна. Според мен човек трябва да изглежда така, както на него му харесва, стига да не е много опасно за здравето му“. Категорията „няма такава норма“ е изразена най-изчерпателно в отговора: „Това е една рамка, която налагат именно социалните мрежи и известните личности, които обработват снимките си. Такава норма няма! Съществува, ако ние си я наложим.“

Представата за преуспяващия човек през погледа на респондентите е илюстрирана на фиг. 7. Общите категории, към които са отнесени отговорите, са лични спрямо социално зададени определения, положителна и негативна социална норма и затруднения в даването на отговор.



Фиг. 7. Каква представа и норма съществува според вас за преуспяващия човек?

В представените възприятия за преуспял човек са използвани основно социално възприети норми, като по-изразени са положителните стереотипи (64 отговора) спрямо негативно оценените възприемани социални норми (43 отговора); следвани от 16 отговора, в които респондентите дават свои определения. Последната категория е изведена с акцент в отговорите към собствена позиция. Категоризирането спрямо външни стандарти и категории от външен, материален или развитиен аспект е иманентно, така че това е основен критерий в извеждането на категориите „лични определения за преуспелия и съвременния човек“.

Няма норма или не могат да отговорят 8 респонденти. Позитивните стереотипи, свързани с възприемането за преуспял човек, се отнасят до следните: „Да е създал семейство, да е полезен за себе си и околните, да е щастлив от това, което прави, да се развива постоянно, да не се страхува от предизвикателства, свободно да изразява мнение.“, „Богат и добре изглеждащ.“, „Упоритост, старание и късмет“, „Старае се да прави правилните неща и да ги прави с много труд, мотивация, да взема смело решения“, „Човек, който не се отказва, когато му е трудно.“, „Работи успешно и се реализира във всички сфери“, „човек, който има успешен собствен бизнес“, „Човек, който има цели и работи за постигането им.“, „Четящия човек, търсец, знание и прилагач наученото“, „високо IQ, непрекъснат стремеж към самоусъвършенстване във всички сфери, разнообразни интереси“, „Масово се смята, че това е човек с милиарди, който не работи, а само харчи пари. За мен не е така, това е човек, който не спира да търси и опитва нови неща. Човек, който надгражда себе си.“, „Карьерист или хармония с природата. Двата полюса.“, „Търсец, самоусъвършенстващ се непрекъснато, стремящ се към баланс между професионален, личен живот, здраве.“, „Човек, който е успял да балансира свободно време и трудова заетост.“, „Човек с добра кариера и добра финансова обезпеченост.“, „Да има добра кариера и семейство.“, „Да постига всяка поставена от себе си цел, да има време за семейството си“. Като негативни стереотипи във възприемания натиск към определения за преуспял човек респондентите споделят: „Измамник, който е постигнал всичко по лесния начин. Това обаче не е моето мнение.“, „издигат успешите хора на пиедестал“, „Трябва да бъде богат, да кара скъпи коли и винаги на скъпото. Но различните хора имат различни представи за успех. За някои успехът наистина е всяка вечер да са на парти, за други успехът е да се прибират след работа при семейството си.“, „Добра позиция в работата. Добре финансово, скъпа кола, маркови дрехи, скъп телефон.“, „Представата за това, че притежаването на скъп автомобил и като цяло материалните неща определят дали човек е успял.“, „Ами в нашата прекрасна България вече се наложи следният модел: Човек, имащ успешна кариера (каквото и да означава това), много пари, тагване от интересни далечни дестинации и други „интересни дейности.“, „Мнението, което битува в обществото (за съжаление), свързва успеха задължително с парите, следователно – облечен добре, с хубаво возило, управляващ някакъв бизнес. Както ги нарича един приятел: „брокатените вехтошари на мира сега.“, „Според мен преуспяващия човек печели повече пари, отколкото му трябват, неговите стремежи са насочени към неустойимото. Все повече се сравнява с останалите и иска да има все повече и да е по-добър.“, „има си вуйчо владика“, „Преуспяващия човек е IT техник, който взима заплата 3000 + лв., има задължително кола, никога не плаща в брой – само с карта. Той не готви, защото вечеря навън. Със сигурност има апартамент, най-вероятно и вила, която посещава през

уикенда. Лятото ходи на море в чужбина, разбира се в първа класа.“ Собствено изградените представи са изразени в отговори като: „Преуспяващия човек трябва да може да си позволи да не се лишава от нищо в ежедневието си.“, „Човек, който е постигнал всичко, което иска“, „За да преуспее един човек, трябва да се труди усилено, а не да чака всичко наготово. Трябва да бъде организиран и отговорен.“, „За всеки човек успехът е различно понятие. Успехът е на първо място нагласа и начин на мислене, а след това действие и постоянство“, „всеки сам гради нормите за успеха си“, „Човек, който не спира да чете и да се развива. Преуспяващият човек е мислещият човек.“, „Според мен преуспяващият човек е здрав, води здравословен начин на живот, има семейство, две деца, домашен любимец, има работа, която обича, има собствен дом и кола, има подкрепа от родителите си, има верни приятели и помагат заедно на нуждаещи се хора.“

Потърсен е и отговор на въпроса за водещата представа на респондентите за това как определят съвременния човек (фиг. 8). Използваните обобщени категории за отнасяне на отговорите са лични определения, позитивни и негативни социални стереотипи и затруднения да бъде даден отговор.



Фиг. 8. Каква представа и норма съществува според вас за съвременния човек?

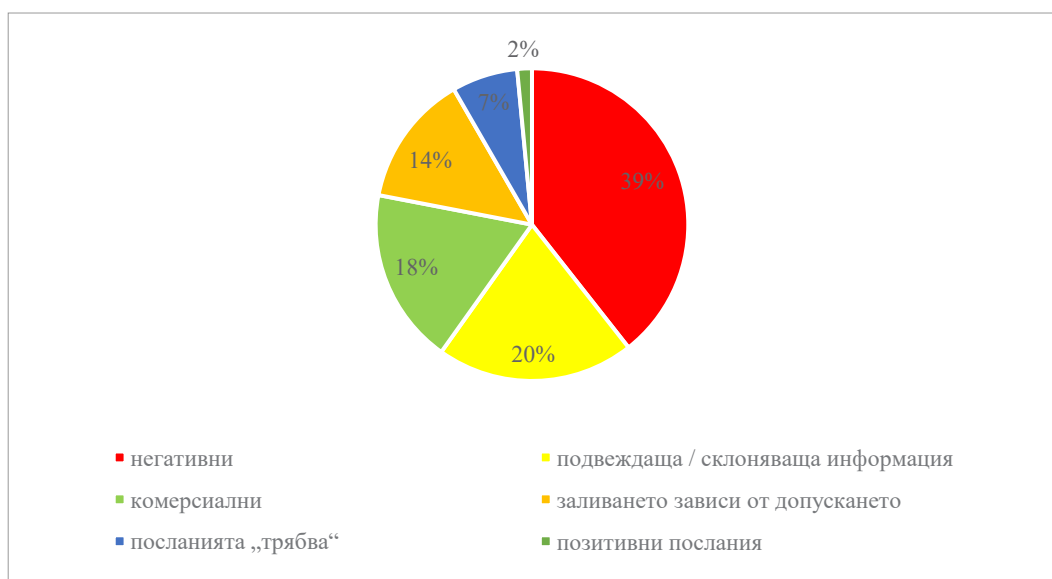
Отговорите на този въпрос са изведени в категориите лично дадени определения от респондентите, използвани социално възприети норми и отделно категоризирани позитивни социално зададени определения и негативни социални възприети „норми“, когато отговорите позволяват това. Най-много от отговорите на изследваните лица се отнасят до формулировката на въпроса: Какви са външно възприеманите норми?

По-голям процент и водеща е категорията позитивно определени външни норми, следвани от негативните стереотипи, изтъкнати от респондентите, и накрая лично възприемания модел на това, което обрисова съвременния човек.

Към позитивните социални стереотипи се отнасят: „Ентусиазиран за по-доброто бъдеще, отдаден на работата си, ерудиран и с богата морална основа.“, „За него е важно той да е на първо място във всичко и не би имало значение колко време отделя, за да го постигне. Той, за да е преуспяващ, е вложил много усилия и труд, които един ден ще му се отплатят.“, „Умее да се доказва. Успешно достига до крайните си цели“, „Преуспяващият човек е завършил и има мотивацията да прогресира в тази сфера“, „Трудолюбив и амбициозен“, „Това е човек, който има високи цели, които постига с труд и постоянство. Човек, който не се страхува да опита нещо ново, който е целенасочен, трудолюбив, със самочувствие, че ще успее.“, „Ами човек изгражда себе си сам, тоест той сам се прави успешен с действията си.“, „Преуспяващият човек е открил равновесието между това да е в хармония със себе си външно – чрез тялото си, и вътрешно – чрез психическото си развитие.“, „За мен преуспяващ човек е човек, който е създал здраво семейство. Също така човек, който следва своите цели и прави това, което го кара да се чувства щастлив.“, „Преуспелият човек е според мен този, който е щастлив, защото тези хора са на изчезване.“, „Човек, който е успял да балансира свободно време и трудова заетост.“, „Да има добра кариера и семейство.“, „Да постига всяка поставена от себе си цел, да има време за семейството си“, „Да е самостоятелен, самоуверен, амбициозен“. Към негативните възприемани стереотипи се отнасят отговори като: „Обществото налага богатството да е определящият фактор за успех в днешно време.“, „Пари, пари, пари.“, „Преуспяващият човек е такъв от много ранна възраст, произхожда от заможено семейство.“, „има си вуйчо владика“, „Преуспяващият човек не винаги е щастлив“, „За съжаление преуспял днес е равно на сумата в банковата сметка.“, „Преуспяващия човек е ИТ техник, който взима заплата 3000 + лв, има задължително кола, никога не плаща в брой само с карта. Той не готви, защото вечеря навън. Със сигурност има апартамент, най-вероятно и вила, която посещава през уикенда. Лятото ходи на море в чужбина, разбира се в първа класа.“, „с кола, къща и много пари“, „Информиран, ангажиран, работохолик“, „Външен вид, образование и добре платена работа“, „богатство, възможности, наглост, връзки“, „Обикновено се смята, че трябва да е материално независим.“, „Човек „с пари““, „Иска ми се да вярвам, че е човек, постигнал своите успехи със собствени сили, знания и упоритост, но за съжаление не винаги е така“, „Преуспял в социалните мрежи“, „В наши дни преуспелият човек се смята за човек, който притежава пари и материални скъпи неща и изключително беден опит в живота.“, „Измамник, който е постигнал всичко по лесния начин. Това обаче не е моето мнение.“. Личните

определения описват виждането на респондентите за съвременния човек като: „Съвременният човек трябва да се адаптира към развиващия се свят. Както е казал Дарвин: „Оцелява този, който се приспособява.“, „забързан, нервен и неадекватен“, „изказва мнението си свободно, не приема критика“, „Многократно хората променят представите си за нормата в междуличностните отношения и поведението. Всеки човек има свое разбиране, липсва контакта между хората.“, „В днешно време бошинството от масата в България и най- вече младите хора имат една изградена грешна представа за себе си. Смятат, че ненаказаното от законите им дава право да правят каквото си искат, без да има последици.“, „Аз смятам, че е по-мързелив от предците си.“, „Нулева етика и търпимост, безпардонност, независимо от високите технологии, огромен процент слабограмотни млади хора.“, „Съвременният човек май е доста оглупял, нищо че разполага с „тонове“ информация. Според съвременните схващания човекът трябва да е мобилен, да живее екологично и да се храни с био храни, а също и да е доброволец, но по възможност да го покажат в някоя медия или социалка. Куул е да си има кауза, ама по-екзотична. Може да не е много грамотен, но пък е себе си (шегувам се).“, „Съвременният човек е задължително технологично образован – знае как да борава с интернет, смартфон, компютър и задължително им отделя доста време от ежедневието си. Съвременния човек е свободен да прави всичко, което си поиска – жена може да изиска да бъде вписана като „баща“ в акта за раждане на дете, с което няма никаква биологична връзка; съвременният човек може дори да отрече, че е човек, а да претендира, че е куче, преродило се в тялото на човек, само внимавайте, защото ще ви обвини, че нарушавате правата му и го „сегрегирате“, ако не желаете да го смятате за куче. Изобищо съвременният човек е свободен и с безброй много права... но всъщност е един жалък роб на страстите си...“ „Забързан, изнервен, все по-малко обръща внимание на ценности като толерантност, уважение, взаимопомощ и пр.“, „Съвременният човек е... виртуално зомби. Постоянно е на телефона, личният контакт и общуването с другите хора очи в очи се губи. Всеки е сам за себе си...“, „Егоистичен и човек, който мисли само за себе си и за пари“, „Мързелив, безцелен и хленчещ потребител.“, „Според мен съвременният човек е много искащ, но не дава достатъчно. Трябва да даваме и да не се замисляме какво получаваме, защото ако всеки е насочен към това, в един момент всеки ще получава повече (помощ, уважение, разбиране)“, „Хаотичен в интересите и целите си. Разполага с неизчерпаем достъп до информация, но не умеє да работи с нея критично. Зависим твърде много от оценката на останалите, която често е единствен стимул за постигане на по-високи цели.“

Последният въпрос, за съдържанието на информацията в социалните мрежи, е представен на фиг. 9. Изведените категории са 6: негативно съдържание, манипулативно съдържание, комерсиално съдържание, личен контрол, възприемани правила и позитивни послания.



Фиг. 9 Какви послания имате усещането, че ви „заливат“ в Мрежата

Най-много от отговорите на респондентите оценяват посланията в Мрежата като негативни, следвани от подвеждащи послания, комерсиални послания, мненията, че всичко зависи от индивидуалния избор и допускане на информация, възприеманите послания за норми, позитивни послания. Отговор „не знам“ има получен само веднъж.

Категорията „негативна информация“ включва отговори като: „този негативизъм, който постоянно бълва по повод Ковид 19, политически новини и др.“, „Негативни, стресиращи. Дават се послания за успели хора, които се отличават единствено с визуална атрактивност или краен примитивизъм“, „неточна информация“, „Война и Ковид много манипулирана медийно“, „Путин е еманация на световното зло“, „Бъди миротворец, бъди благодетел, изпрати пари за тази кауза и помогни на едно бедно дете, животинче...“ (и задоволи егото си, че си извършил нещо добро)“, „два края на света“, „обречени сме“, „парламентарен контрол“, „ако не си достатъчно красив, потърси д-р Енчев“, „русото ще спаси света, а ако не е то, със сигурност ще е хиалуроновата киселина“, „Че светът вече не е това, което е бил преди“, „Определено напоследък все по-често ставаме свидетели на негативни и ужасни случки и събития. Така че определено преобладават лошите неща и все по-рядко правят впечатление доброто, истинското и човешкото.“, „Много негативизъм. Информация, клоняща да насочва към определена посока, в случай че не си човек, който ще потърси повече от един източник.“, „негативизъм и агресия“. Подвеждащи и манипулативни послания са изразени в отговори като: „В повечето случаи посланията в мрежата са абсолютно ненужни, манипулационни, преувеличени.“, „Омраза, фалшива емпатия, лъжливи внушения...“, „Да ни

убедят в идеи и неща, които не са правилни или фалшиви.“, „Заливат ни с лъжи“, „Най-различни от всякакво естество, повечето от които лъжливи, затова е важно внимателното подбиране на това, което гледаш и следиш.“, „Бъдете постоянно в мрежата! Живейте виртуално!“, „За красотата, която в крайна сметка е въз основата на изкривени представи за естетически добре изглеждащ човек.“. Оценката за посланията в Мрежата като комерсиални се съдържа в примерите: „пазарувайте, печелете, работете виртуално“, „Купи „еди-какво си“, защото е изключително важно за удобството и комфорта ти.“, „За това, което говоря често. Например, ако говоря с родителите ми, че много искам някоя книга, ще почнат да ме заливат реклами за нея и да ме подмамват да си я купя.“, „Заливат ни с реклами на неща, които сме разглеждали в интернет, както и с новини от сайтове, за които по грешка сме се абонирали“, „Послания, свързани с увереността, със започването на самостоятелен бизнес и търсенето на себе си.“, „Светът е ужасно и опасно място, а вие сте късметлии, ако успеете да си купите най-новото лекарство против диария, запек или грип.“, „Купи сега!“, „Живей здравословно!“, „Как да бъдем красиви и преуспяващи?“. Категорията „лично филтриране“ съдържа отговори, в които респондентите поставят акцент върху собственото осъзнато управление на информацията и каналите: „Всеки сам избира кое да му влияе, независимо от посланията си мисля, че всеки човек трябва преди всичко да следва себе си и своите разбирания за света, ако посланията имат надграждащ характер, тогава бих им обърнала внимание“, „зависи от търсенето“, „Мрежата е настроена така, че да се нагажда по всеки индивидуално и да му излизат новини и публикации, свързани с интересите му. За това аз съм залята с много положителна енергия, поезия, изкуство, снимки, видеа, постове, които разкриват силата на женския дух. Така че няма нещо, което да важи за всички, това е строго индивидуално“. Възприеманите послания от типа „трябва“ и налаганите норми и стандарти са изразени в отговори на респондентите като: „В мрежата най-често се срещаме с някаква показност – как трябва да изглеждаме, как да се държим, как да се представяме и всичко това е от една гледна точка“, „Точно с послания за възприемане на света по определен начин“, „Че е задължително животът ти да протича по определен съвременен модел, ако не го правиш – има нещо сбъркано в теб“. Послания за „събуждане“, тъй като не става ясна позитивната или негативната конотация, споделят малко респонденти: „Да спрем да мълчим, да отворим очите си за случващото се в света.“.

Посочени са и някои от отговорите в свободното поле в края на анкетата – за добавяне на коментар по желание – тъй като те директно се отнасят към обсъждането на резултатите: „Няма нещо важно, което да добавя, освен че се натъжих.“, „Интернетът като всяко нещо си има своите положителни и отрицателни страни. Най-важното е да се научим да го използваме разумно и по предназначение.“, „Въпросите са доста интересни

и е хубаво да се обсъждат в дискусия.“, „Дигиталният свят и виртуалната среда, в която живеем, започват да променят човека, но към по-лошо според мен. Има много ползи от нея със сигурност, но като учител забелязвам, че това влияе доста негативно на малките деца и ученици.“, „Животът ни е невъзможен без интернет вече, вкл. фейсбук и вайбър.“, „Това е основният начин за комуникации и информиране.“, „Трябва да бъдем себе си, а не да подражаваме на някой си, само защото той е успял и харесван. По този начин ще загубим самоличността си и разнообразието във външния ни вид.“

ДИСКУСИЯ

Разглеждаме представените отговори като тенденции, очертаващи възприятията и осмислянето на посланията в комуникационната среда на виртуалното пространство. Това очертава моментната картина на начина на ползване, възприемането на Мрежата, разграничаването на рисковете и опасностите в нея и представата за нейното влияние. Освен индивидуалните различия, динамиката на контекста и събитията, определящи различни ракурси и фокуси на въздействие, като акцент остава търсене на ефективното и оптималното ползване на Мрежата при същевременно висока степен на осъзнатост. Все по-засилената динамика на глобални промени и информационен поток, което определя необходимостта от ориентиране, избори и заемане на позиция в процеса на себеопределяне, прави тази тема особено актуална.

Нашият интерес в тази посока е провокиран основно предвид по-високата степен на себеопределеност, която очакваме да имат студентите, от една страна, но от друга – по-силната убеденост, че разбират и знаят как да филтрират и отсяват съдържанията и информационните канали. Стремещт е да очертаем някои насочващи тенденции, които да ни дават насоки за по-висока степен на използване в процеса на преподаване на методи и техники за стимулиране на критичното мислене, утвърдени в практиката. Стойността е изцяло приложна, а не теоретична или изследователска и отговор на засилените преживявания и реакции, особено през последните повече от две години на живот в условията на кризи.

Като цяло можем да очертаем няколко основни тенденции:

- Потвърждава се ниското доверие в традиционните медии и източници за търсене на информация, както и предпочитането на Мрежата като основен източник.
- Респондентите ясно разграничават и ползите, и рисковете, свързани с Мрежата.
- Като основна полза очертават бързия и лесен достъп до информация и комуникация, подчертавайки, че животът днес и утре не е възможен без дигиталната среда.

- Относно рисковете и опасностите: респондентите ги отнасят най-вече до непроверените факти, негативната и манипулирана информация и липсата на достатъчно умения за разпознаване и управление на впечатленията и контактите онлайн.
- Относно възприеманите послания и социални норми също се очертава критичността в даваните отговори. Представите за съвременния и преуспелия човек и идеалното тяло се формират не директно, а чрез рефлексия на позитивното и негативното в съществуващите стереотипи и себerefлексията.

За практически цели резултатите могат да бъдат разгледани в контекста на иновативността и дигиталността и възраждането на медийната компетентност като базово умение в концепцията на проектно базираното учене. Използването на регулярни допълнителни самостоятелни задачи може да допринесе за формирането на активна нагласа за самостоятелно осмисляне на посланията от средата чрез правилното идентифициране и използване на информацията от Мрежата и това да бъде извън единични специализирани обучения, например за фактчекинг. Обвързването на теми от учебния материал с отзиви в социалните медии и търсенето на аргументи и информация в Мрежата може да изпълни функцията на това свързващо звено, което да намали отсъствието на достатъчно междупредметни връзки и най-вече да смекчи основния изтъкван проблем за липсата на намиране на смисъл и обвързаност между учебното съдържание и реалния живот в представите на учениците. Даването на допълнителни самостоятелни задачи е само една от възможните стъпки в тази посока. Тема от учебния материал, по която да бъде потърсена информация в мрежата, както и реакции и мнения в социалните медии и извеждане на аргументирана собствена позиция е перспективата на учене чрез опит и проектно учене. По този начин може да се очаква оптималният резултат – изграждането на нагласа за рефлексия и себerefлексия като превенция на автоматичното приемане и следване на информационни канали и инфлуенсъри и съответно – реакции. Такава нагласа считаме за особено важна конкретно за условията на съвременния свят – както в личен план, така и в частност особено при подготовката на педагогически специалисти.

Доколкото водещо в отговорите на респондентите са личните избори, проличава и неминуемостта на социалните норми в представата за модела за външност и преуспяване в живота на всеки възрастов етап. Това е още по-важно в процеса на изграждане на идентичността и себеопределяне при учениците. Отчитането на ползите и рисковете, позитивите и негативите в процеса на себеопределяне и себeregулация е обвързано с психосоциалното развитие, но процесът на идентифициране и правене на избори може да бъде стимулиран както посредством комуникираните

послания, така и подкрепен с даването на съобразени задачи. Това може да допринесе, от една страна, за създаването на усещане за собствен избор и устояване на натиска на средата, а от друга – за намирането на допирни точки между ученето и приложимостта му в житейски план.

Активната нагласа е важна в условията на бързи социални и икономически промени, на дигиталния свят и на изискванията в контекста и възможностите за кариерна реализация, които все повече разширяват дистанцията между традиционното формално образование и компетентностите, отразявани ежегодно в резултатите от PISA. Ангажираните в работата с учениците са решаващ фактор в две посоки – чрез собствената си себеосъзнатост, комуникация и чрез стимулирането с включване на подбрани задачи.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Bakalova, D., Bakracheva, M. & Mizova, B. (2015). Happiness and life satisfaction: In search of the way to yourself, Sofia: Colbic [Бакалова, Д., Бакрачева, М. & Мизова, Б. (2015). Щастие и удовлетвореност от живота: В търсене на пътя към себе си, София: Колбис]
- Bakalova, D., Mizova, B. & Bakracheva, M. (2009). Self-presentation and self-image management on social networking sites. In: Proceedings „Applied Psychology in Bulgaria: Opportunities and Perspectives“, Varna, ISSN 1314-0507, 180-191 [Бакалова, Д., Мизова, Б. & Бакрачева, М. (2009). Себепредставяне и управление на Аз-образа в сайтове за социални мрежи. В: Сборник доклади от конференция „Приложната психология в България: Възможности и перспективи“, Варна, ISSN 1314-0507, 180-191]
- Bakracheva, M. & Bakalova, D. (2010). Virtual identity and identity style of the Internet user. *Psychological Research*, 2, 161-168 [Бакрачева, М. & Бакалова, Д. (2010). Виртуална идентичност и стил на идентичност на интернет потребителя. *Психологични изследвания*, 2, 161-168]
- Bakracheva, M. & Bakalova, D. (2011). A theoretical framework for the study of virtual identity as a component of the psychosocial identity of the e-consumer. *Bulgarian Journal of Psychology*, 1-2, 63-82 [Бакрачева, М. & Бакалова, Д. (2011). Теоретична рамка за изследване на виртуалната идентичност като компонент от психосоциалната идентичност на е-потребителя. *Българско списание по психология*, 1-2, 63-82]
- Bakracheva, M., Bakalova, D. & Mizova, B. (2014). Effect of comparisons in virtual and real environment on happiness and life satisfaction. *Bulgarian Journal of Psychology*, 1-3, 254-271 [Бакрачева, М., Бакалова, Д. & Мизова, Б. (2014). Влияние на сравнението в реална и виртуална среда върху равнищата на щастие и удовлетвореност от живота. *Българско списание по психология*, 1-3, 254-271]

- Bakracheva, M. & Manolov, M. (2019). The many faces of the Self (The self-concept in the contemporary reality), Sofia: Colbis [Бакрачева, М. & Манолов, М. (2019). Многото лица на Аз-а (Образ за себе си в съвременната реалност), София: Колбис]
- Mizova, B. & Bakracheva, M. (2008). Psychological and ethical dimensions of media reality, In: Proceedings Morality in Bulgarian media, Sofia, 199-205 [Мицова, Б. & Бакрачева, М. (2008). Психологични и етични измерения на медийната реалност, В: Сборник доклади от 5-та национална конференция по етика „Моралът в българските медии“, София, 199-205]
- Ainsworth, S. & Baumeister, R. (2016). A Meta-Analysis of Social Networking Online and Social Capital. *Review of General Psychology*, 20, 369-391. 10.1037/gpr0000091.
- Bakracheva, M. & Manolov, M. (2016). Reality and self-detachment after long time spent on social networking in relation to meaning in life. *International Journal Knowledge, Scientific Papers vol. 14.1*, 423-428, ISSN 1857-92
- Bakracheva, M. & Totseva, Y. (2017). Contextual and individual factors determining the belief in conspiracy theories in Bulgaria. In: Proceedings from 3rd International Conference on Education, Culture and Identity, The Future of Humanities, Education and Creative Industries, Sarajevo, ISSN 2566-4409, 309-323
- Gambo, Sarah & Apuke, Oberiri. (2017). Benefits of Accessing Health Information on Social Media among Female Students: A Study in a Nigerian Public University. *Global Journal Of HUMAN-SOCIAL SCIENCE: A Arts & Humanities – Psychology*, 17, 23-29.
- Hruska J, Maresova P. (2020). Use of Social Media Platforms among Adults in the United States—Behavior on Social Media. *Societies*. 2020; 10(1):27. <https://doi.org/10.3390/soc10010027>
- Huang, C. (2021). Correlations of online social network size with well-being and distress: A meta-analysis. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 15(2), 3. <https://doi.org/10.5817/CP2021-2-3>
- McKenna, K.Y.A. & J.A. Bargh (2000) Plan 9 from Cyberspace: the Implications of the Internet for Personality and Social Psychology, *Personality and Social Psychology Review*, 4(1), 57-75
- Papademetriou, C.; Anastasiadou, S.; Konteos, G.; Papalexandris, S. (2022) COVID-19 Pandemic: The Impact of the Social Media Technology on Higher Education. *Educ. Sci.* 2022, 12, 261. <https://doi.org/10.3390/educsci12040261>
- Suler, J. R. (2002). Identity management in cyberspace. *Journal of Applied Psychoanalytic Studies*, 4(4), 455-459.
- Suler, J. (2004). The online disinhibition effect. *CyberPsychology and Behavior*, 7, 321-326.
- TEACH – Targeting Extremism and Conspiracy Theories. (2022). Retrieved on 27.04.2022 from <https://www.idd.uni-hannover.de/en/research/projekte/teach/#c89158>
- Turkle, S. (1995) Life on the screen: Identity in the age of the Internet. New York: Simon and Schuster.
- Volkmer, I. (2021). Social media and COVID-19. A global study of digital crisis interaction among Gen Z and millennials. Key results of an international study conducted by wunderman thompson, university of melbourne, pollfish and the world health

organization. ISBN 978 0 7340 5669 6

- Wright, K. & Hu, B. (2018). A meta-analysis of Social Network Site use and social support. *Computers & Education*. 127. 10.1016/j.compedu.2018.08.024.
- Yang, Q., Liu, J., & Rui, J. (2022). Association between social network sites use and mental illness: A meta-analysis. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 16(1), 1. <https://doi.org/10.5817/CP2022-1-1>
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816-1836. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2008.02.012>

За авторите:

Маргарита Стефанова – Бакрачева, доктор, професор по психология, преподавател във ФНОИ, катедра Социална педагогика и социално дело. Области на научни интереси: психосоциална идентичност, субективно психично благополучие и процъфтяване, стрес и стратегии за справяне със стреса, развитие през целия живот, проактивен майндфулнес. Адрес: ФНОИ, София, бул. „Шипченски проход“ № 69А
E-mail: bgmbakrachev@uni-sofia.bg

За автора:

Милен Замфиров Замфиров, доктор на науките, професор, преподавател във ФНОИ, катедра Специална педагогика. Области на научни интереси: природни науки за ученици със СОП, обучение по математика за ученици със СОП, приложение на компютърни технологии в образователния процес, сексуално образование при ученици с нарушения. Адрес: ФНОИ, София, бул. „Шипченски проход“ № 69А
E-mail: m.zamfirov@fppse.uni-sofia.bg

About the Authors:

Prof. Margarita Angelova Stefanova - Bakracheva, PhD, Department of Social pedagogy and social activities, Faculty of Educational Studies and the Arts, Sofia University St. Kliment Ohridski. Scientific interests: psychosocial identity, subjective well-being and flourishing, coping strategies, lifelong development, proactive mindfulness. Address: Faculty of Educational Studies and the Arts, 1574 Sofia, 69A Shipchenski Prohod Str. E-mail: bgmbakrachev@uni-sofia.bg

Prof. Milen Zamfirov, Dsc. Department of Special Pedagogy, Faculty of Educational Studies and the Arts, Sofia University St. Kliment Ohridski. Scientific interests: Science for students with special needs, Mathematics for students with special needs, computer-based technologies in education, sexual education for children with special needs. Address: Faculty of Educational Studies and the Arts, 1574 Sofia, 69A Shipchenski Prohod Str. E-mail: m.zamfirov@fppse.uni-sofia.bg