



**Софийски университет "Свети Климент Охридски"**

**Исторически факултет  
катедра „Етнология“**

**Георги Василев Богданов**

**ЕТНОПСИХОЛОГИЧЕСКИ АСПЕКТИ НА  
СОЦИАЛНО-ОБРАЗОВАТЕЛНИТЕ ФУНКЦИИ  
НА ФЕЙСБУК У НАС (2008-2013)**

**А В Т О Р Е Ф Е Р А Т  
Н А Д И С Е Р Т А Ц И О Н Е Н Т Р У Д**  
за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ професионално  
направление - 3.1.: „ Социология, антропология и науки за културата“

Научен ръководител:  
**проф. д-р Ирина Колева**

**София, 2016**

Дисертационният труд е обсъден и предложен за защита от катедра „Етнология” към Историческия факултет на Софийски университет „Св. Климент Охридски” (Протокол № 3 от 04.10.2012 г.). Вътрешната защита на дисертационният труд е проведена на заседание на катедра „Етнология“ на 23.03.2016. Научното жури е одобрено на заседание на ФС на Исторически факултет на 26.04.2016.

Научно жури в състав:

Председател: доц. д-р Веселин Тепавичаров

Членове: проф. днк Маргарита Карамихова  
проф. дин Лучиян Милков  
проф. д-р Ирина Колева  
проф. д-р Румяна Борисова

# **С Ъ Д Ъ Р Ж А Н И Е**

<b>1. АКТУАЛНОСТ НА ПРОБЛЕМА .....</b>	<b>5</b>
<b>2. ЦЕЛ, ЗАДАЧИ И ПРЕДМЕТ И ОБЕКТ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД .....</b>	<b>6</b>
<b>3. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯТ ТРУД.....</b>	<b>7</b>
3.1. Първа глава: Енопсихологически аспекти на страниците на социалните мрежи.	7
3.2. Втора глава: Социално – образователни функции на Фейсбук .....	13
3.3. Трета глава: Изследване на етнопсихологическите аспекти на социално - образователните функции на Фейсбук у нас (2008 – 2013 г.).....	18
<b>ИЗВОДИ .....</b>	<b>45</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>47</b>
<b>ПРИНОСИ С ТЕОРЕТИЧЕН И НАУЧНО - ПРИЛОЖЕН ХАРАКТЕР .....</b>	<b>49</b>
<b>ПУБЛИКАЦИИ .....</b>	<b>54</b>
<b>SUMMARY IN ENGLISH.....</b>	<b>55</b>

Дисертационният труд е обсъден на заседание на катедра „Етнология“ към Историческия факултет на СУ „Св. Климент Охридски“ на 23.03.2016 г. и е насочен за защита пред специализирано научно жури по професионално направление – 3.1.: „Социология, антропология и науки за културата“.

Дисертационният труд „Етнопсихологически аспекти на социално-образователните функции на фейсбук у нас – 2008-2013“ е с обем 236 стандартни страници, от които 194 страници са текст-изложение и 28 страници приложения. Структурата му включва увод, три глави, изводи и заключение. Библиографията включва 156 заглавия, източници на кирилица и на латиница. Включени са 3 приложения – Списък с организации, работещи в областта на недискриминацията; въпросник на етнопсихологическото изследване; данни от количественото изследване във Фейсбук.

В дисертационния труд са включени общо 12 таблици, 45 графики и 12 визуализации. В **увода** са представени актуалността и значимостта на избраната тема за дисертационен труд, както и неговата : цел, задачи, обект, предмет и хипотеза.

В **първа глава** е представена теоретичната основа на етнопсихологическите аспекти на страниците на социалните мрежи, като са разгледани различни теории, свързани със страниците на социалните мрежи, школи, направления и учени за рефлексия и стереотипи, както и управленски теории в областта на недискриминацията.

Във **втората глава** се разглежда образователното взаимодействие и образователните функции във и на страниците на Фейсбук, в контекста на икономическите ползи и загуби вследствие на дискриминационни стереотипи.

В **трета глава** са представени резултатите от етнопсихологическото изследване, което се състои от четири части: демография, самооценка на потребителите във Фейсбук спрямо „Големите пет личностови черти“, поведение на потребителите спрямо дискриминационни публикации във Фейсбук и познаване и доверие към институции и организации, които работят по въпросите на дискриминацията.

**Изводите** представят взаимовръзката между самооценката в рамките на „Големите пет“ и декларираната от участниците в изследването реакция на стереотипни и дискриминационни публикации. Тук е предложен и етнопсихологически модел на реакция при сблъсък с дискриминационна публикация във Фейсбук.

## 1. АКТУАЛНОСТ НА ПРОБЛЕМА

Днес ние общуваме повече от когато и да било. Човечеството доскоро не познаваше виртуалното общуване, но днес то е част от нашия живот, то става част от културата ни, от всекидневните действия, както и променя нашите мисли и действия за света, в който живеем. Виртуалното общуване преодолява границите, езиковите бариери и дори става част от семейните отношения, когато членовете на семействата живеят на големи разстояния. Обменът на информация във виртуалния свят е светкавичен и е толкова голям, че за няколко секунди получаващ или изпращащ огромен обмен от данни от единия край на света до другия. Днес не можем да си представим света без електронната поща, бързия поток от новини и общуването ни с приятелите в социалните медии, които се намират в различни точки на света.

Актуалността на дисертационното изследване се определя от разбирането ни за света включително и в онлайн среда в зависимост от това кой е в нашия кръг от приятели и как общуваме с тях. Днес онлайн съдържанието, което срещаме, играе роля във процесите на формиране на нашите нагласи и отношение към средата, която ни заобикаля. Ненапразно онлайн общуването и получаването на информация в рамките на платформи като Facebook, Twitter, Google+, MySpace, LinkedIn, или в български контекст, например, Yatoto или Probook, попада в новосъздадената категория „социални медии“ – платформи, които едновременно имат ролята да информират, и същевременно, съдържанието им е създавано от много широк кръг хора, които в този смисъл съставляват и социална среда. Това се отнася и до стимулиране възникването на на предразсъдъци, стереотипи и стигми, проявяващи се, чрез публикации в социалните медии.

Речта на омразата и дискриминационните публикации не са рядкост в социалните медии. Те са насочени към всякакви групи, които по някаква причина могат да бъдат определени като „различни“ на базата на етнос, религиозна принадлежност, сексуална ориентация, неравностойно социално положение и пр. Социалните медии са трибуна, от която всеки субект, който има профил, може да изрази съпротиви, стереотипно или дискриминационно отношение, като може да се предположи, че това дори става полезно, отколкото „офлайн“ – на живо. В контекста на българската онлайн социална среда, могат да бъдат открити редица Фейсбук страници, групи и профили, чиято основна характеристика е да разпространяват чрез езика на омразата, дискриминационни публикации против ромската етническа общност. Важно е да се знае какъв е мащабът на това разпространение, кои са личностните черти, коя е възрастовата група и какви са особеностите на Фейсбук потребителя, който в най-голяма степен подкрепя, коментира и разпространява дискриминационни текстове. Също така е важно и да се знае кои са личностните черти, които се противопоставят на дискриминацията спрямо ромите.

Настоящият дисертационен труд притежава своите образователни и социални аспекти, в контекста на междуличностните взаимоотношения, които днес са изнесени в голяма степен и в интерактивните социални мрежи. Политическите аспекти засягат действията, които трябва да бъдат предприети от страна държавните институции, които са призвани да защитават обществения интерес в контекста на етническото многообразие и межкултурната рефлексия в обществото. Тук има много ясна връзка за това как Фейсбук потребителите виждат различните институционални „актьори“, как възприемат тяхната дейност и какво е доверието им към тях по отношение на

дискриминацията. Образователните аспекти са свързани преди всичко с това какво ние научаваме в социалната среда на Фейсбук, но и какво учим в средата извън Фейсбук, за да се справяме с дискриминацията и „езикът на омразата“.

## **2. ЦЕЛ, ЗАДАЧИ И ПРЕДМЕТ И ОБЕКТ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД**

**Цел** на дисертационния труд е да се определят етнопсихологическите аспекти на социално-образователните функции на Фейсбук у нас, с фокус върху рефлексията на потребителите/ респондентите/ към стереотипно или дискриминационно съдържание.

В тази връзка беше проведено етнопсихологическо научно експериментално изследване, с цел да се диагностицират стереотипите на 1270 потребители / респонденти/ във Фейсбук, спрямо публикации, касаещи ромската етническа общност, и тяхното отношение към въпросите на дискриминацията.

**Задачи** на дисертационния труд:

1. Типологизиране на поведението на 1270 потребители/респонденти/ в социалната мрежа на Фейсбук спрямо, стереотипни публикации и „петте личностни черти“.
2. Структуриране на етнопсихологически модел, който да се използва при бъдещи интервенции срещу дискриминацията в социалната мрежа Фейсбук с превантивни функции.
3. Определяне на етнопсихологическите условия за превенция на дискриминацията и „езика на омразата“ сред потребителите във Фейсбук с цел извеждане на препоръки към държавните институции за превенция на дискриминацията в социалните мрежи. Етнопсихологическите условия се основават на ценностните ориентации на етническите общности респонденти на Фейсбук спрямо типологизирането на тяхното поведение. Поведението се определя от ценностните ориентации на субекта, принадлежащ към етническата му общност или група.
4. Оценка на разпознаваемостта и доверието към институциите, работещи по въпросите на дискриминацията.

**Предмет** на етнопсихологическото изследване са личностните черти на потребителите във Фейсбук и тяхната реакция спрямо стереотипни публикации, отнасящи се за ромската етническа общност у нас , спрямо личностния аспект на рефлексията.

**Обект** на етнопсихологическото изследване са характеристиките на разработената типология на 1270 потребители - респонденти в социалната мрежа - Фейсбук диагностирани по следните признаци:

- Потребители по етнически признак: българи, роми, турци и др.
- Потребители по образователен ценз: основно, средно, висше образование – ОКС „ Бакалавър“ и ОКС „ Магистър“
- Потребители по местоживееене: столица, голям град, малък град, село
- Потребители по пол: мъже и жени
- Потребители по метрическа възраст

**Хипотеза** на етнопсихологическото изследване:

Предполагам, че съществува обратна и съществена връзка между отделните личностни черти в „Големите пет“ сред българските потребители в социалната мрежа - Фейсбук – в план: личностна рефлексия и тяхното поведение по отношение на стереотипните публикации спрямо ромската етническа общност.

### **3. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯТ ТРУД**

#### **3.1. Първа глава: Етнопсихологически аспекти на страниците на социалните мрежи**

В първа глава на дисертационният труд се анализират историко-етнически аспекти за възникване на страниците на социалните мрежи, както и основните понятия, като: „социални мрежи“ и по-точно наложилото се понятие в научната общност - страниците на социалните мрежи. В тази глава се прави преглед на страниците на социалните мрежи от гледна точка на етнопсихологическите аспекти, като същност и функции. Разглеждат се етнопсихологическите аспекти на нациите, които съществуват в общественото пространство, като нагласи, стереотипи и предразсъдъци. Именно тези аспекти определят публичните политики върху решенията на институциите и бъдещото развитие на страната. Днес публичната дискусия по етнопсихологическите въпроси и публичните политики е много по-интензивна от когато и да било с навлизането на социалните мрежи и развитието на интернет средата. В България основната социална мрежа е Фейсбук, която се появява като платформа за обсъждане на обществените въпроси и през последните години определя дневния ред на традиционните медии и дискурса на публичното говорене. Социалните мрежи, и по-специално Фейсбук са средство за създаване и промяна на установки, предразсъдъци, стереотипи и стигми в полето на етнокултурното многообразие. Социалните мрежи предоставят богати източници на поведенчески данни. Тези данни могат да бъдат събрани от профили или свързване на данни от социалните мрежи, или чрез използването на автоматизирани техники за събиране, или чрез масиви от данни, предоставени директно от компанията-собственик на социалната мрежа. Това дава възможност на изследователите да извършват мрежови анализи за проучване на мащабни „модели на приятелството“ в социалните мрежи. В свое изследване „Ритъм на социално взаимодействие: на съобщенията в масивна онлайн мрежа“<sup>1</sup> на Голдър, Уийлкинсон и Хъberman изследват 362 милиона съобщения, разменени от 4,2 милиона потребители в продължение на 26 месеца във Фейсбук. Данните от изследването показват, че са налице редица дневни и седмични закономерности, които осигуряват поглед върху използването на времето на студенти и техните социални навици в живота, включително сезонните промени. Освен това те разглеждат фактори като училище, принадлежност и неформални онлайн "приятелски" списъци и наблюдаваното поведение и времеви модели в онлайн среда [Golder, Wilkinson, Huberman 2007] .

Учените, които изследват засиленото присъствие на малцинствата в социалните мрежи и киберпространството, откриват спорните елементи при онлайн расовите идентичности, които са по-флуидни и по-гъвкави за изразяване на реалната

---

<sup>1</sup>Scott Golder, Dennis Wilkinson, and Bernardo Huberman - Rhythms of social interaction: messaging within a massive online network, 2007 <http://www.hpl.hp.com/research/idl/papers/facebook/facebook.pdf>

идентичност. Брукхалтер изследва (Burkhalter, 1999)<sup>2</sup>. Той открива, че не само расовите идентичности са по-силно изявени в онлайн среда, но и че расовите стереотипи могат да бъдат още по-влиятелни и силни в интернет, отколкото в реална среда (офлайн). Далеч от ограничаване на изразяването за расовите разлики, в онлайн средата, особено когато има обмяна на текстове и информация, се създава виртуален расов свят, който наподобява реалния свят. Този извод е в съответствие с гледната точка на Кастел, който споделя, че общуването в интернет става все по-широко разпространено, което се базира на все по-малко от фантазия и все повече от социални практики (Castell, 2001)<sup>3</sup>. По същия начин (Tynes и др., 2004 г.)<sup>4</sup> се изследват онлайн разговори за расова и етническа принадлежност във форуми за дискусии. Установява се, че групи, които преди са били по-слабо представени и мълчаливи, сега представляват изключителна сила в интернет пространството. В тази връзка учени от департамента по социология към Temple University във Филаделфия (Sherri Grasmuck, Jason Martin, Shanyang Zhao, 2009)<sup>5</sup> правят самостоятелно проучване, проведено в анонимна обстановка, което изследва различията при самоопределянето на различните етнически и расови групи.

В тази част от първа глава се прави разграничението в общуването в реална и онлайн среда, като страниците на социалните мрежи създават една нова среда на общуване, която може да бъде анонимна, но от друга страна, дава възможност на потребителите да изградят нова онлайн идентичност, представяйки ги в желаната от тях светлина. Много често потребителите заемат конформистка позиция, за да бъдат харесвани от своите онлайн приятели, или избягват конфронтацията по неудобни теми (Ellison et.al, 2007)<sup>6</sup>. В основата на дисертационния труд в тази глава се поставя фокус върху изследване на ролята на личността в използването на интернет, където учените открояват тенденцията, използвайки петфакторен модел (Five-Factor Model) или **Големите Пет**<sup>7</sup> (Big Five) (Goldberg, 1990). Големите пет се състои от пет широки личностни черти, а именно: невротизъм, екстровеитност, отвореност, благосклонност и добросъвестност. Въпреки че теоретичните и методологични основания на модела са непълни, то безспорно (Block, 1995; 2010)<sup>8</sup>, се счита и се признава, че това са основните характеристики на личността (McCrae & Costa, 1999 г.)<sup>9</sup> В своето изследване<sup>10</sup> учени от

---

<sup>2</sup> Burkhalter, B. (1999). Reading race online: Discovering racial identity in Usenet discussions. In Smith, Marc, and Peter Kollock (Eds.), *Communities in Cyberspace*. London: Routledge.

<sup>3</sup> Castells, M. (2001). *The Internet galaxy: Reflections on the Internet, business, and society*. Oxford: Oxford University Press.

<sup>4</sup> Tynes, B., Reynolds, L., & Greenfield, P. (2004). "Adolescence, race and ethnicity on the Internet: A comparison of discourse in monitored vs. unmonitored chat rooms" *Applied Developmental Psychology* (25), 667 – 684.

<sup>5</sup> Grasmuck, Sh., Jason, M., Zhao, Sh. , (2009) *Ethno-Racial Identity Displays on Facebook*, *Journal of Computer-Mediated Communication*

<sup>6</sup> Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), article 1. Retrieved August 30, 2008 from: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>

<sup>7</sup> Goldberg, L. R. (1990). An alternative "description of personality": The Big-Five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1216-1229.

<sup>8</sup> Block, J. (1995). A contrarian view of the five-factor approach to personality description.

*Psychological Bulletin*, 117, 187–215. Block, J. (2010). The five-factor framing of personality and beyond: Some ruminations. *Psychological Inquiry*, 21(1), 2-25.

<sup>9</sup> McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1999). A five-factor theory of personality. In L. A. Pervin, & O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: theory and research* (pp. 139–153). New York: Guilford.

<sup>10</sup> Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M. and Lee, A. (2012) A tale of two sites : Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in Human Behavior*, 28 (2). pp. 561-569. ISSN 0747-5632 [http://opus.bath.ac.uk/28062/1/Rowe\\_CHB\\_2012\\_28\\_2\\_561.pdf](http://opus.bath.ac.uk/28062/1/Rowe_CHB_2012_28_2_561.pdf)



университета в Бат в Англия правят научен анализ на Големите Пет, надграждайки ги със свое изследване върху свързването на личността с онлайн социализацията във Фейсбук и Туитър (Hughesa, Rowe, Batey, Lee, 2011) По-долу се представя част от техния анализ върху Големите Пет:

### **Невротизъм (Neuroticism or Surgency according to Goldberg)**

Невротизъм е термин, който се употребява за означаване на тревожността и емоционалната нестабилност. Тази личностна черта сама по себе си няма патологичен характер. Тя е почвата, върху която може да се развие невроза, но това не е неизбежно. В онлайн средата ранните опити показват, че потребителите с високо съдържание на невротизъм са могли да избегнат интернет (Tuten & Бошняк, 2001)<sup>11</sup>. Сега се смята, че потребителите с високо съдържание на невротизъм използват интернет често, най-вече, за да се избегне самотата ( Butt & Phillips, 2008)<sup>12</sup>. Изследванията показват, че потребителите с високо съдържание на невротизъм използват интернет като средство за намаляване на чувството за самота и създават усещане за принадлежност към група (Butt & Phillips, 2008; Amichai-Hamburger & Ben-Artzi, 2003)<sup>13</sup>. Ето защо може да бъде предположено, че потребителите с високо ниво на невротизъм използват по-често социалните мрежи най-вече за социализиране и принадлежност към дадена група и общност.

### **Екстровеертност (Extroversion)**

Екстровеертите са типично приключенски настроени, общителни и приказливи, докато интровертите обикновено са тихи и срамежливи (Costa & McCrae, 1992)<sup>14</sup>. В рамките на Фейсбук потребителите с високо съдържание на екстровеертност са показали, че са членове на значително повече "групи" (Ross, и др., 2009) и имат значително повече "приятели" (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010)<sup>15</sup>. Много от тези "приятелства" изглежда обаче не са започнали онлайн, а в реалния живот. Екстровеертите са склонни да приобщиат приятелите си в социалната мрежа, за да поддържат връзка с тях (Ross, и др., 2009)<sup>16</sup>, което предполага, че екстровеертите нямат нужда от онлайн социализация като заместител на онлайн комуникацията.

### **Отвореност (Openness-to-Experience)**

Потребителите, които показват висока Отвореност, са с широки интереси и търсят новостите, които не са популярни, но са общоприети и са свързани с най-добрия интерес, обикновено те се ангажират с ниски рейтинги и са свързани с предпочитане и познаване и конвенционалните решения (McCrae & Costa, 1987)<sup>17</sup>. Отвореността е показала корелация с използването на мигновени съобщения в социалните мрежи

---

<sup>11</sup> Tuten, T. L., & Bosnjak, M. (2001). Understanding differences in web usage: The role of need for cognition and the five factor model of personality. *Social Behaviour and Personality*, 29, 391-398.

<sup>12</sup> Butt, S., & Phillips, J. G. (2008). Personality and self reported mobile phone use. *Computers in Human Behavior*, 24(2), 346-360.

<sup>13</sup> Amichai-Hamburger, Y., & Ben-Artzi, E. (2003). Loneliness and Internet use. *Computers in Human Behavior*, 19, 71-80.

<sup>14</sup> Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). *NEO PI-R professional manual*. Odessa, Florida: Psychological Assessment Resources.

<sup>15</sup> Amichai-Hamburger, Y. & Vinitzky, G. (2010). Social network use and personality. *Computers in Human Behavior*. 26, 1289-1295

<sup>16</sup> Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G., & Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 578-586.

<sup>17</sup> McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1999). A five-factor theory of personality. In L. A. Pervin, & O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: theory and research* (pp. 139-153). New York: Guilford.

(Correa, Hinsley & Zuniga, 2010 г.)<sup>18</sup> и с използването на по-голямо разнообразие на Фейсбук функциите (Amichai-Hamburger & Vinitzky, 2010). Освен това Отвореността е доказано, че е свързана с търсене на информация (McElroy, Hendrickson, Townsend & DeMarie, 2007)<sup>19</sup>.

### **Благосклонност (Agreeableness)**

„Благосклонността е личностна черта, която се проявява в отделните поведенчески характеристики на поведение в социални мрежи“ според Макрае и Коста, които се възприемат като кооперативност, топлота, внимание, кооперация, топлина и внимание. В своето изследване Рос и др. предполагат, че „по-малко благосклонни потребители ще имат по-голям брой онлайн контакти, тъй като интернет осигурява средство за изграждане на приятелства, а в жива среда за този тип хора това може да се окаже трудно. Въпреки това, благосклонността е включена в няколко проучвания, свързани с използването на интернет и социалните медии и като цяло е установено, че „няма връзка между броя приятели в социалните мрежи и броя приятелства в реалния живот“ (Ross и др, 2009;. Correa, Hinsley & Zuniga, 2010; Amichai-Hamburger, и Vinitzky, 2010).

### **Добросъвестност (Conscientiousness)**

Добросъвестността се отнася до работната етика на хората, тяхната системност и задълбоченост (Costa & McCrae, 1992). Предполага се, че добросъвестните хора са склонни да избягват социалните мрежи, тъй като според тях те насърчават губене на време и служат като отвличане на вниманието (Butt & Phillips, 2008 г.) от по-важни задачи. Въпреки това (Рос и др., 2009) не успяват да осигурят емпирична подкрепа за тези предположения и не намират значима корелация между добросъвестност и активност във Фейсбук. Въпреки това Райън и Ксенос(2011) намират значително отрицателна корелация между добросъвестност и количеството време, прекарано на Фейсбук ( $R = -.14$ ). Подобни тенденции също бяха разкрити от Амичай-Хамбургер и Винитцки (2010), които установяват, че въпреки изключително съвестни лица, които имат повече приятели, отколкото тези с ниско съдържание на признака, те са качили значително по-малко снимки в сайта (Amichai-Hamburger и Vinitzky, 2010 г.)

Проучването на учените от университета в Бат в Англия върху потребителите, използващи Фейсбук и Туитър, показва, че е налице взаимосвързаност в общуването и обмена на информацията в интернет средата на социалните мрежи. Резултатите показват, че личността е свързана, че тези съотношения не са ясни или влиятелни, така както е предположено в някои предишни научни изследвания. Резултатите показват диференциални връзки между поведението на Фейсбук и Туитър и показват личностните различия между тези, които имат предпочитания към Фейсбук или Туитър, което предполага, че различните хора използват едни и същи места за различни цели (Hughesa, Rowe, Batey, Lee, 2011).

В първа глава се разглеждат също така и теоретични направления и школи в областта на психологическата антропология в контекста на страниците на социалните мрежи. Тук с еразглеждат основните школи в областта на антропологията, психологията и ксе представя класификация на Ф. Бок, който според него в областта на психологическата антропология, се обособява четири школи:

---

<sup>18</sup> Correa, T., Willard, A., & Gil de Zúñiga, H. (2010). Who interacts on the Web? The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, 26, 247–253.

<sup>19</sup> McElroy, J.C., Hendrickson, A.R., Townsend, A.M., & DeMarie, S.M. (2007). Dispositional Factors in Internet Use: Personality Versus Cognitive Style. *MIS Quarterly*, 31, 809-820.

- първата школа е така наречената **психоаналитична антропология** и се състои от два подхода: ортодоксален (З.Фройд) и неофройдиски (З. Фром, Е. Ериксон);
- втората школа е **”Култура и личност”**, която включва четири подхода: а) конфигурация на културите (Р. Бенедикт); б) базова и моделна личност (Кардинер, Дюбуа, Линтън, Инкелес); в) национален характер (Хсю, Хорер); г) сравнително – културен (Джл Уатинг)
- третата школа е **„Социална структура и личност”**. Към нея се отнасят три подхода: а) материалистически (К.Маркс, Ф.Енгелс, Бухарин); б) позитивистки (Вебер, Мертън); в) интелектуалистски (Г.Мид).
- четвъртата школа е **когнитивната антропология**, чийто подходи са структурирани по предмети за изучаване: а) изследване на примитивното мислене (Тейлър, Леви-Брюл, Боас, Леви-Строс); б) анализ на проблемите за възрастовото развитие (Ж.Пиаже, Коул); в) етносементични изследвания (Берлин, Кей)

В тази част на първа глава се разглежда предразсъдъкът, която отрицателната или положителната нагласа на индивида, което е възможна предпоставка за дискриминационно поведение, според З. Ганева<sup>20</sup>. Тук се очертават и двата типа групи предразсъдъци, които са предпоставка за расизъм направени от Т. Петигрю и Р. Миртенс<sup>21</sup>:

**Първа група:** Ясно изразен или очевиден предразсъдък, който има “по-класически” характер и за него е специфично, че собствената група се възприема като заплашена и затова се отблъсква обектът на заплахата

**Втора група:** Прикрит или маскиран предразсъдък, характеризира се със защита на ценностите, нормите и традиционното поведение на групата, към която индивидът принадлежи, т.е. поддържа се и се отстоява ядрото на традициите, които утвърждават неговата лична и груповата идентичност. Постава се фокус и върху рефлексията, която е важен механизъм за функциониране на човешката психика и активното отношение на субекта към действителността. Наличието на малко изследвания в областта на страниците на социалните мрежи правят рефлексивният подход още по-значим, тъй като общественото пространство и интеракцията в онлайн средата става все по-интензивна през последните години. В този смисъл социалното познание и социалните явления стават огромно предизвикателство пред научните среди.

В тази глава се разглеждат и етнопсихологическите основания за социално-образователно взаимодействие в страниците на социалните мрежи, като се откроява основната цел на етнопсихологията, а тя е да разглежда проблемите на нацията, национализма, етническите общности и съответстващите психологически процеси и явления от гледна точка на етнопсихологически подходи, методи за изграждане на рефлексивна картина на социално – психологическите и личностните аспекти на етническата идентичност, междуетническите взаимоотношения и процеса на адаптация в инокултурна среда. Етнопсихологическите основания са свързани и с етнокултурна вариативност и процеса на социализация на личността : социализация, инкултурация и културна трансмисия. Основните понятия, които очертават теоретичната рамка на

<sup>20</sup> Ганева, З. Възпитание за преодоляване на предразсъдъци и стереотипи към деца от различни етноси. Автореферат на дисертация. С., 2007.

<sup>21</sup> Pettigrew, T. F., R. W. Meertens, Subtle and blatant prejudice in Western Europe. *European Journal of Social Psychology*. 1995, 25.

съвременната етнопсихология, са свързани с етнопсихологически проблеми за изследване на личността - типология на личностните характеристики на субекта, като понятия детерминирани от развитието на културните процеси, културна вариативност на личността, като регулатор на социалното поведение, етническа конфликти и противоречия: - причини за тяхното възникване и начини за тяхното регулиране и т.н. Прави се преглед на политиката за защита от дискриминацията в България на етническите и националните малцинства /2008 – 2013/, като се идентифицират дискриминираните групи в национален контекст на базата на религиозни убеждения, уврежданията, сексуалната ориентация (ЛГБТ общността) и етнически състав на населението. Разглежда се също така и институционална рамка, свързана с управлението на недискриминацията в Р. България, представяйки функциите на отделните институции, като Комисията за защита от дискриминация, Националния омбудсман и местните омбудсмани. За периода 2008 – 2013г. се прави преглед на степента на дискриминация по отношение на различни групи в неравностойно положение според наличните данни. Нещо повече тук се разглеждат и основните стратегически документи, които трябва да водят до интегриран подход към недискриминацията в България, както и предприетите политически мерки за интегриран подход. Посочват се и пречки и институционални бариери пред интегрирания подход, *както и прилагането на инструментите на интегриран подход*. В тази глава се извеждат и теоретична основа на „доброто държавно управление“ в контекста на недискриминацията, която съдържа осем основни характеристики, според различни международни организации<sup>22</sup>. Те са:

- Участие на всички заинтересовани страни
- Ориентиране към постигане на консенсус
- Ясна отговорност
- Прозрачност
- Съпричасност към най-сериозните проблеми на хората
- Ефективност и ефикасност на политиките и действията
- Справедливост и безпристрастност
- Прилагане на закона и нормите в обществото

За доброто държавно управление трябва да бъде осигурена среда със следните параметри : където корупцията е минимализирана; гледната точка на малцинствата е взета предвид; гласовете на най-уязвимите групи в обществото са чути при вземането на решения; отговорност - както към настоящите, така и към бъдещите потребности на обществото.

---

<sup>22</sup> Доброто държавно управление според Организацията на Обединените Нации (ООН) UNDP (1997) *Governance for Sustainable Human Development*. United Nations Development Programme  
<http://www.unescap.org/pdd/prs/ProjectActivities/Ongoing/gg/governance.asp>;

### 3.2. Втора глава: Социално – образователни функции на Фейсбук

Във втора глава фокусът е поставен върху образователните функции на Фейсбук, но и като цяло по отношение на неговото приложение. Бързото развитие на социалните мрежи в световен мащаб не подминават и Р. България. Въпреки че Фейсбук вече трайно присъства в живота на българите, все още няма специално изследване, което да показва влиянието на социалната медия върху политическите и гражданските процеси. Данни на Social bakers показват, че най-популярната социална медия у нас е Фейсбук, която има над 2,5 милиона потребители. На практика 33,97% от българите имат Фейсбук страница, а Р. България се нарежда на 57-о място в света сред 213 страни. Най-голямата група потребители на социалната мрежа у нас са хората на възраст между 25 и 34 години с общо 728 466 души, следвани от възрастовата група от 18 до 24 години<sup>23</sup>. Влиянието на Фейсбук присъства в политиката, образованието, икономиката и в редица обществени сфери на живота.

Бизнесът Все повече използва съдържанието във Фейсбук при оценката на служителите<sup>24</sup> (като лични качества) и това би могло да повлияе върху представянето на служителя, ако допуснем, че личностната оценка<sup>25</sup> във Фейсбук е достатъчно представителна.

По отношение на образователни функции на страницата на социалната мрежа Фейсбук McCharty (2010)<sup>26</sup>, дефинира Фейсбук като значима образователна среда поради своята популярност и лесно използване. В своето изследване той извършва смесване на виртуална и реална учебна среда, като събира и анализира данни от 120 студенти. В резултат на изследването, McCharty (2010 г.) подчертава значението на два ключови фактора: първият е взаимодействието между връстниците и вторият е академична ангажираност във Фейсбук учебна среда. McCharty също установява, че културното взаимодействие много често не може да бъде осигурено в класната стая за студенти, докато във Фейсбук то става значително по-лесно и информативно. Нещо повече една от ключовите компетентности, съгласно европейската референтна рамка е свързана със обществените и граждански компетентности в образованието, а Фейсбук със своето широкодостъпно приложение и влияние е важен фактор в изграждането на ключовите компетентности. Развитието на ключовите компетентности в образователната система трябва да намират все по-широко приложение, изграждайки знания, умения и отношения не само сред децата и младите хора, но и като цяло в концепцията за учене през целия живот на всеки гражданин. Обществената компетентност означава човекът успешно да интегрира личностно и обществено благополучие в реалния живот, а гражданска компетентност означава индивидът ефективно да взаимодейства с другите в общественото пространство. Тук се очертава едно голямо изоставяне на българската образователна среда, като един от водещите изводи в анализа на учебното съдържание

<sup>23</sup> Social Bakers <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/bulgaria>

<sup>24</sup> Karl, K.A., & Peluchette, J.V. (2009). Facebook follies: Who suffers the most? In Romm-Livermore, C., & Setzekorn, K (Eds), Social networking communities and e-dating services: Concepts and implications (pp. 212-224). Hershey, PA: IGI Global.

<sup>25</sup> Kluemper, D.H. & Rosen, P.A. (2009). Future employment selection methods: Evaluating social networking web sites. Journal of Managerial Psychology, 24(6), 567-580. doi:10.1108/02683940910974134

<sup>26</sup> McCharty, J. (2010). Blended learning environments: using social networking sites to enhance the first year experience. Australasian Journal of Educational Technology 2010, 26(6), pp.729-740.

по гражданско образование<sup>27</sup>, реализиран от Фондация „Център за европейски и международни изследвания“ през 2014 г., е, че учебното съдържание по гражданско образование е предимно теоретично, с информативен характер и в известна степен с остарели разбирания.

Използването на нови технологии при развитието на знания, умения и отношения в областта на гражданското образование може да се каже, че българското образование значително изостава, въпреки че децата и младите хора участват активно в множество Фейсбук групи за споделяне на опит, комуникация по интереси, гражданска активност и ангажирайки се с обществено значими каузи. Децата са активни във Фейсбук и правят дори протести, с които управляващите се съобразяват пример за това е, че през 2010 година деца и млади хора създадоха Фейсбук страницата „Протест!!! Ние сме против съкращаването на коледната ваканция с 5 дни“<sup>28</sup>. Само за няколко дни тази страница доби огромна популярност сред децата и младите хора в ученическа възраст и събра над 100 хиляди харесвания. Бяха организирани множество подписки и протести на гимназисти в редица български градове като Шумен, Бургас и други големи градове в страната. Активността във Фейсбук и социалните медии накара преосмисляне на взетото решение от страна на Министерството на образованието, младежта и науката и впоследствие коледната ваканция беше удължена.

Налице е практика в някои училища да се използва Фейсбук при общуването между родители, деца и учители. Като положителен пример може да бъде посочен пример от столичното 129 Основно училище "Антим I", випуск 2014, клас А, където преподавателят е създал затворена група 29 във Фейсбук между ученици и родители.

В тази глава се отразява и онлайн тормозът е фактор, който присъства сред децата и младите хора в училищна възраст. Проектът ТАВВУ (Threat Assessment of Bullying Behavior in Youth online – Оценка на опасността от агресивно поведение на подрастващите в интернет) се реализира в България от Асоциация „Родители“ и Фондация „Приложни изследвания и комуникации“. Той обхваща предизвикателствата, пред които са изправени учителите, педагогическите съветници в училище, инструкторите, директорите, родителите и учениците във връзка с използването на електронните средства за комуникации от подрастващите, на интернет и мобилните телефони, както и на други интерактивни устройства, които предполагат заплахата от онлайн-агресия, онлайн-тормоз и sexting (изпращане на послания или изображения със сексуално съдържание).

Във втора глава се разглеждат и анализират социално-образователни функции на социалната мрежа Фейсбук и дигиталната реч на омразата. Дигиталната реч на

<sup>27</sup> Фондация „Център за европейски и международни изследвания“, 2014, Анализа на учебното съдържание по гражданско образование

<http://www.scribd.com/doc/199680589/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7-%D0%BD%D0%B0-%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%B6%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%BE%D1%82%D0%BE-%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D0%B2-%D0%91%D1%8A%D0%BB%D0%B3%D0%B0%D1%80%D0%B8%D1%8F>

<sup>28</sup> б.а. В момента тази фейсбук страница не се води достатъчно активно и често в нея се публикуват

неподходящи публикации. <https://www.facebook.com/pages/%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%A2%D0%95%D0%A1%D0%A2%D0%9D%D0%B8%D0%B5-%D1%81%D0%BC%D0%B5-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%B2-%D1%81%D1%8A%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%89%D0%B0%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%BE-%D0%BD%D0%B0-%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D0%B2%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D1%86%D0%B8%D1%8F-%D1%81-5-%D0%B4%D0%BD%D0%B8/120843047973246?ref=ts>

<sup>29</sup> 129. ОУ "Антим I" А клас, випуск 2014г. (Родата): <https://www.facebook.com/groups/281497981863721/>; август 2014

омразата е термин, който през последните няколко години се налага в общественото пространство. В изследване, публикувано от ЮНЕСКО<sup>30</sup>, се прави научен анализ на определението и неговото приложение. Изследователите правят и конкретни практически предложения, с които съвременните общества трябва да се борят срещу дигиталната омраза на речта:

- Система за мониторинг и дискутиране на речта на омразата.
- Мобилизиране на усилията на гражданското общество и неправителствените организации и институции.
- Лобиране чрез частните компании, които са ключови посредници при разпространението на дигиталната омраза.
- Гражданско обучение и обучение в дигитално гражданство на обществото.
- Образованието като инструмент против речта на омразата.
- Развитие на критични умения за противодействие на дигиталната реч на омразата.
- Поставяне на образователни цели за медийна и информационна грамотност.
- Оценка на медийната и информационната грамотност и образователните инициативи.

В своето изследване<sup>31</sup> учени от Университета в Бостън изследват речта на омразата в контекста на насърчаване на дигиталното гражданство, като правят подробен анализ на сайтовете на социалните мрежи в това число и на Фейсбук. Те правят препоръки и дават конкретни стъпки, базирайки се на опита и изследванията на редица учени, като определят три области, свързани със социално-образователното взаимодействие:

- Премахване на съдържанието, съдържащо омраза и ненавист.
- Противодействие на речта на омразата с реч.
- Образование и овластяване на потребителите в общността.

Социалното-образователно взаимодействие във втора глава показват, че в контекста на речта на омразата във Фейсбук е необходимо предприемане на действия, свързани с образование и овластяване на гражданите по въпросите на правата на човека. Освен това се налага да бъде поставен и специален фокус върху децата и младото поколение, които са и основната целева група, към която се прицелват групите, възпроизвеждащи речта на омразата.

В България изследването<sup>32</sup> на Институт „Отворено общество“ по отношение на езика на омразата от 2013 година се посочва, че това явление в българския обществен живот е широко разпространено, като близо половината от респондентите (45,6 %) съобщават, че през последната година са чували изказвания, изразяващи неодобрение, омраза или агресия срещу представители на етнически, религиозни или сексуални малцинства. Един от изводите е, че „общата престъпност е най-разпространена сред мъже на възраст до 29 години и това означава, че като подгрупа на хората с ниски до средни доходи и на нискообразованите те са най-уязвими на риска от трансформиране на езика на омразата в престъпления от омраза.“

---

<sup>30</sup> Gagliardone I., Gal D., Alves, T., Martinez, G., - Countering Online Hate Speech - 2015  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002332/233231e.pdf>

<sup>31</sup> Citron D. & Norton H. - „Посредници и речта на омразата: Насърчаване на дигиталното гражданство в нашите информационна ера“ *Boston University Law Review*

<sup>32</sup> Обществени нагласи спрямо езика на омразата в България - Институт „Отворено общество“, 2013  
[http://www.osf.bg/downloads/File/2013/Hate\\_speech\\_report\\_interactive\\_BG.pdf](http://www.osf.bg/downloads/File/2013/Hate_speech_report_interactive_BG.pdf)

Във втора глава се прави преглед на икономически измерения на дискриминацията, като ползи и разходи за обществото. Въпреки, че темата за поведението на потребителите във Фейсбук и измеримите икономически резултати имат по-скоро косвена връзка, в тази част от дисертацията се прави кратък преглед на икономическата ситуация с оглед на дискриминационното отношение към някои отделни групи, но основният фокус е върху хората от ромската общност. В резултат на предварителната изследователска работа по събиране на информация на преден план възникнаха редица трудности, свързани най-вече с липсата на задълбочена, конкретна и аналитична информация. Оказва се, че в у нас липсват данни, върху които да стъпят предходни или подобни изследвания и анализи, свързани с влиянието на дискриминацията върху икономиката на страната. Това се дължи от една страна на институционалната незаинтересованост на държавните или частните институции, но от друга - на липсата на дълбочина на осъзнаване от страна на обществеността за загубите, които са в следствие от наличието на дискриминационни практики. Редица икономисти и икономически институции и образования често съветват правителствата да „орязват“ социалните плащания и дават съвети в посока на повече преференции към бизнес средата и макроикономическия растеж. Внушава се, че ако имаме силна икономика, ще имаме и по-голямо благоденствие. В този смисъл изследванията, свързани с недискриминацията и нейните ефекти на пазара, са неразбираеми, пренебрегвани и в известна степен екзотични.

Гореспоменатите изследователски предизвикателства и натрупаният опит от първоначалните проучвания дава основание в тази теоретична част на дисертационният труд да се използват следните няколко начина за достигане до данни: 1) събиране на информация от различни специализирани държавни и обществени организации и структури; 2) провеждане на интервюта с представители на различни неправителствени и правителствени институции и организации, които имат отношение към проблема, за да ни насочат първоначално; 3) проучване на съществуващата научна литература, като особено внимание отделих на специалните страници на организациите и институциите, на които може да има данни, на изнесени изследвания по темата.

Едно от най-значимите за страната изследвания, което засяга ромската общност е направено от Световната банка<sup>33</sup>. Озаглавено е „**Икономическите загуби от изключването на ромите**“, с дата април 2010 г. Изследването е сравнително и обхваща България, Чешката Република, Румъния и Сърбия. В него на базата на различни количествени параметри като БВП, брутна заплата, данни за брой на населението от националните статистики, производителност на труда, нива на заетост и ниво на образование се прави портрет на уязвимата група на ромите, тяхното изключване от пазара на труда, проблемната им заетост и разликата в доходите. Изследването изчислява и какви са икономическите загуби от изключването на ромите в производителността и фиска. Изводите на експертите от Световната банка са, че много ниските образователни нива сред ромите в работоспособна възраст водят до изключване от пазара на труда и последващи от това икономически и фискални загуби. Тези загуби биха могли да бъдат избегнати, ако ромите в работоспособна възраст биха получили по-добро и по-продължително образование. Подчертава се фактът, че разходите по тази инвестиция са значително по-малки от държавните приходи, които тя

---

<sup>33</sup> World Bank, Economic Costs of Roma Exclusion. Key Messages. April 2010, [http://siteresources.worldbank.org/EXTROMA/Resources/Economic\\_Costs\\_Roma\\_Exclusion\\_Note\\_Final.pdf](http://siteresources.worldbank.org/EXTROMA/Resources/Economic_Costs_Roma_Exclusion_Note_Final.pdf) (25 май 2011 г.)



би генерирала. Към това следва да се прибави и фактът, че демографски по-младото ромско население ще заема все по-голям дял от населението в работоспособна възраст, което от своя страна ще трябва да поеме икономическите предизвикателства на скоростно застаряващото население. Всичко това идва да покаже, че социално-икономическите аргументи срещу бездействието са твърде силни, за да бъдат пренебрегвани.

Другите две изследвания са свързани с предприетите действия от страна на община Ямбол по повод на **жилищните условия на ромската общност** от блок 20 в гр. Ямбол, на Националната мрежа за децата, оповестено през септември 2010 г. Докладът<sup>34</sup> е по-скоро изследване на случай (case study) по конкретен проблем и засяга уязвимата група на роми, населяващи панелен блок в краен ямболски квартал, който се превръща в така нареченото „гето в гетото“ в ромския квартал. Вторият доклад е на Центъра за приобщаващо образование<sup>35</sup>, озаглавен „Каква е цената на изолирането на децата от образованието като цяло“ от 2006 г. Той представя цялостна картина на процеса на приобщаване на деца с увреждания в общия процес на образование в България. Представени са още 4 доклада и изследвания. За целите на дисертацията са разработени таблици, които на практика да идентифицират загубите и ползите от дискриминацията.

---

<sup>34</sup> Блок 20 в гр. Ямбол, Национална мрежа за децата, [http://nmd.bg/wp-content/uploads/2009/11/Doklad\\_Yambol\\_NMD.pdf](http://nmd.bg/wp-content/uploads/2009/11/Doklad_Yambol_NMD.pdf) и <http://nmd.bg/Position/detsata-v-blok-20-v-yambol-ne-biva-da-plashtat/> (28 Май 2011 г.)

<sup>35</sup> Център за приобщаващо образование, 2006. Каква е цената на изолирането на децата от образованието като цяло

### **3.3. Трета глава: Изследване на етнопсихологическите аспекти на социално - образователните функции на Фейсбук у нас (2008 – 2013 г.)**

Етнопсихологическото проучване в тази глава е разделено на пет части и изследва потребителите във Фейсбук в Р. България, както следва:

1. Демографски характеристики.
2. Петфакторен модел и седемте най-разпространени стереотипа спрямо ромите във Фейсбук като социално-образователна среда.
3. Поведенчески стереотипи на потребителите във Фейсбук.
4. Рефлексия на текстове и изображения по въпросите на дискриминацията.
5. Разпознаваемост и доверие спрямо институциите в областта на дискриминацията.

В изследването се използва пет факторния модел (Five-Factor Model), или Големите Пет (Big Five) на Луис Голдберг (Goldberg, 1990) и които впоследствие са анализирани и се свързват с личностната онлайн социализация във Фейсбук и Туитър (Hughesa, Rowe, Batey, Lee, 2011), а именно това са:

1. Невротизъм (Neuroticism or Surgency according to Goldberg)
2. Екстравертност (Extroversion)
3. Отвореност (Openness-to-Experience)
4. Благосклонност (Agreeableness)
5. Добросъвестност (Conscientiousness)

Освен това изследването се базира върху визуализацията на публикации във Фейсбук, които отразяват седемте най-разпространени стереотипа сред експерти, работещи с ромска общност (Колев, Д., Колева Т., Пампоров, Ал., Радулеску, Д., Цван, С., Балчик, Т., 2013). В рамките на изследването се открояват седем негативни стереотипа спрямо ромската общност, които са:

1. Ромите се ползват с привилегии.
2. Не може да се доверявате или разчитате на ромите.
3. Податливи са да извършват престъпления.
4. Мързеливи и безотговорни.
5. Ромите подценяват образованието.
6. Всички роми много си приличат.
7. Ромите трябва да живеят отделно и да не се смесват с българите и турците.

В тази част от изследването беше добавен и един положителен стереотип спрямо ромите, за да се оцени реакцията на различните личностни черти на потребителите. Положителният стереотип е „Ромите са музикални“. Осемте най-разпространени стереотипа бяха визуализирани във Фейсбук съдържание, което изследва въздействието на онлайн средата върху потребителите и техните личностни черти спрямо „Петфакторния модел“.

В следващите части от изследването се анализират поведенческите стереотипи на потребителите във Фейсбук, както и тяхното знание чрез рефлексия на текстовете по въпросите на дискриминацията, на базата на предварително подготвен въпросник, в качеството си на диагностичен инструмент. В последната част от въпросника се изследва до колко институциите в областта на дискриминацията са разпознати и какво е доверието към тях.

## **Етапи на експерименталното етнопсихологическо изследване :**

*Анализ на научна литература и кабинетно изследване* в областта на социалната рефлексивна антропология, етнопсихологията и дигиталните науки и въздействието им върху човека, с фокус - етнопсихологическите аспекти на взаимодействието в социална среда.

*Анализ на съществуващите Фейсбук групи, страници и активни профили*, които имат изразено дискриминативно или недискриминативно отношение към етническите общности, бежанците или религиозната принадлежност на отделни групи. Този анализ даде възможност въпросникът да се разпространи в различни платформи така, че да се съберат данни с възможно най-голям спектър от мнения и налични профили във Фейсбук.

*Количественото изследване* е базирано в онлайн среда, като обектите на изследването могат да попълват само от един IP адрес (Internet Protocol). За целта е създадена специална платформа в Google Forms, която се разпространява във Фейсбук и чрез електронна поща. Математико-статистическа обработка на получените резултати с корелационен и клъстерен анализ беше направена чрез SPSS<sup>36</sup>. Изследването в интернет се проведе от 16.03.2014 до 16.05. 2015 и обхваща 1270 респонденти.

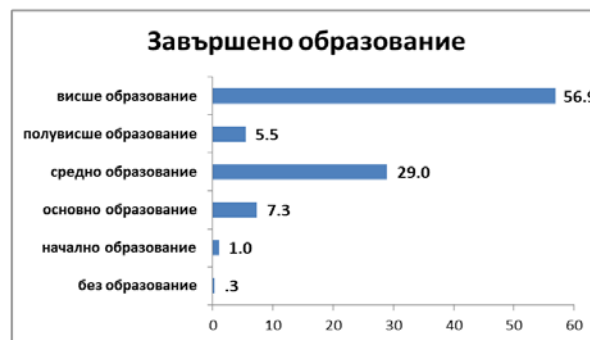
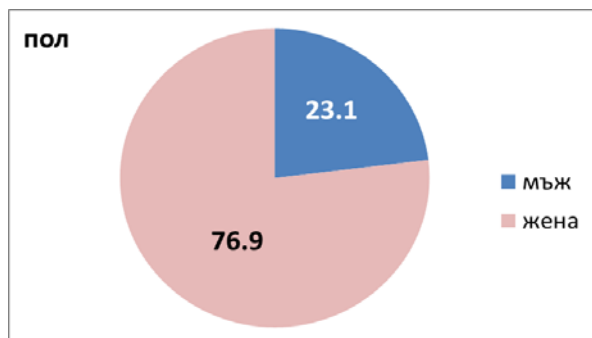
*Качественото изследване* се проведе с представители на 2 фокус групи с хора в София с участието на 23 потребители на Фейсбук с изявени дискриминационни нагласи и общественици, борещи се против дискриминацията и „езика на омразата.“

От анализа на демографските данни е видно, че жените са били значително по-активни в изследването (76.9%), отколкото мъжете (23.1%). Респондентите бяха поканени да попълнят онлайн въпросника чрез различни групи и страници. Потребителите във Фейсбук, попълнили въпросника, са на различна метрическа възраст, която е разпределена във възрастовите категории, видими във Фейсбук. Най-много потребители - над 50%, са попълнили въпросника във възрастовата граница между 26 и 45 години. Също така над 59% са потребителите, попълнили въпросника от столицата. Тези с висше образование са и едни от най-активните сред потребителите като те са 56.6% от всички респонденти.

*Графика „Демография“*

---

<sup>36</sup> Statistical Package for Social Science (SPSS – статистически пакет за социални науки) е компютърна програма, работеща в средата на операционна система Windows, която е специализирана за систематизиране, обработка и анализ на статистическа информация.



Изследването се базира на самооценка на Големите пет от страна на респондентите, като се използва инструментът<sup>37</sup> за измерване на Джон и Сривастава от 1999 година. Инструментът съдържа 44 описания на личността, базирани върху изследването на Голдбърг от 1993 г. Всеки един от факторите е разделен на личностни черти, както следва:

Измерения на големите пет	Аспекти на големите пет, които са свързани с прилагателното на личностните черти
<b>Екстровертност - обратно на интровертност</b>	Общителен (социален) Асертивност (категоричност) Действие (енергичен) Търсене на силни вълнения (приключенски) Позитивни емоции (ентузиаст) Топлина (разговорлив)
<b>Благосклонност - обратното на противопоставяне (antagonism)</b>	Излъчващ доверие (прощаващ) Праволинейност (не изискващ) Алтруизъм (топъл) Отстъпчивост (не е инат) Скромност (не се изтъква) Състрадателен идеалист (симпатичен по индивидуален социометричен статус)

<sup>37</sup> John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big-Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), Handbook of personality: Theory and research (Vol. 2, pp. 102–138). New York: Guilford Press.

<b>Добросъвестност - обратното на липса на посока</b>	Компетентност (ефикасност) Подреденост (организираност) Изпълнителен (внимателен) Ориентиран към постиженията (обстоен) Самодисциплиниран (не е мързелив) Задълбочен (не е импулсивен)
<b>Невротизъм - обратното на емоционална стабилност</b>	Безпокойствие (напрегнат) Ядосан и враждебен (раздразнителен) Депресивен (недоволен) Притеснителност (срамежлив) Импулсивен (на настроения) Уязвим (несигурен в себе си)
<b>Отвореност - обратно на затвореност</b>	Идеен (любопитен) С фантазия (с въображение) Естет (артистичност) Деен (с широки интереси) Чувствителен (темпераментен) С ценности (оригинален, неконвенционален)

За целите на изследването бяха определени пет дименсии, съобразени с големите пет измерения на личността, както следва:

<b>Измерения на големите пет</b>	<b>Психологически черти (полярни релации)</b>	
<b>Екстровертност - обратно на интровертност</b>	Екстроверт	Интроверт
<b>Благосклонност - обратното на противопоставяне (antagonism)</b>	Приятен	Груб
<b>Добросъвестност - обратното на липса на посока</b>	Съвестен	Неорганизиран
<b>Невротизъм - обратното на емоционална стабилност</b>	Спокоен	Депресивен
<b>Отвореност - обратно на затвореност</b>	Идеен	Неидеен

Въпреки че във Фейсбук се дава възможност за 4 типа реакции от страна на потребителя, а именно „харесвам“, „споделям“ и „коментирам“, беше дадена възможност на респондентите да избират и четвърти тип реакция, която е „не харесвам“. Този изследователски подход беше предприет, за да се анализира наличието на „не харесване“ от страна на потребителите и каква би била тяхната реакция на „споделяне“ и „коментирание“.

**Положителен стереотип - „На ромите им е в кръвта музиката. Те са музикални!“**

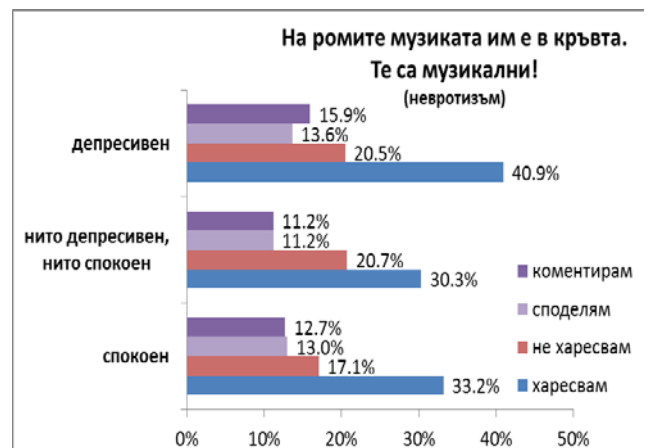
На въпроса „Срещайки публикация или снимка във Фейсбук със следното съдържание, каква би била Вашата първа реакция?“ „На ромите им е в кръвта музиката. Те са музикални!“

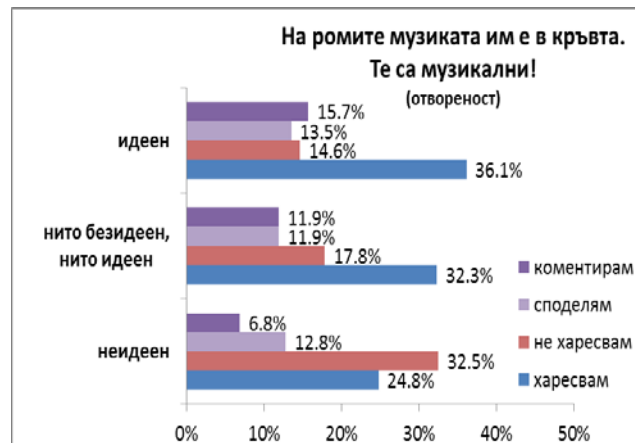
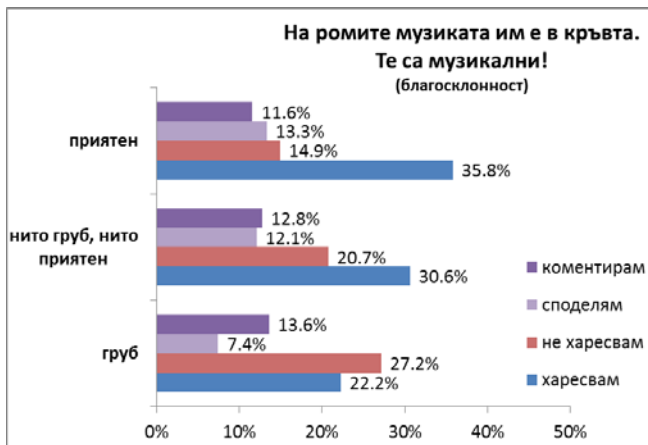
Визуализация на публикация №1: „На ромите им е в кръвта музиката. Те са музикални!“



Като цяло респондентите в изследването харесват подобен тип публикации, като това е и публикацията, която е и най-често бe подмината на Фейсбук стената, без да спре вниманието на Фейсбук потребителя. Очаквано е, че от екстровеитите (15.0%) тя би била повече споделяна, отколкото интровертните (7.9%) потребители на Фейсбук.

Графика: „Екстровеитност, Невротизъм, Благоклонност и Отвореност“





### Отрицателен стереотип: „Ромите се ползват с привилегии“

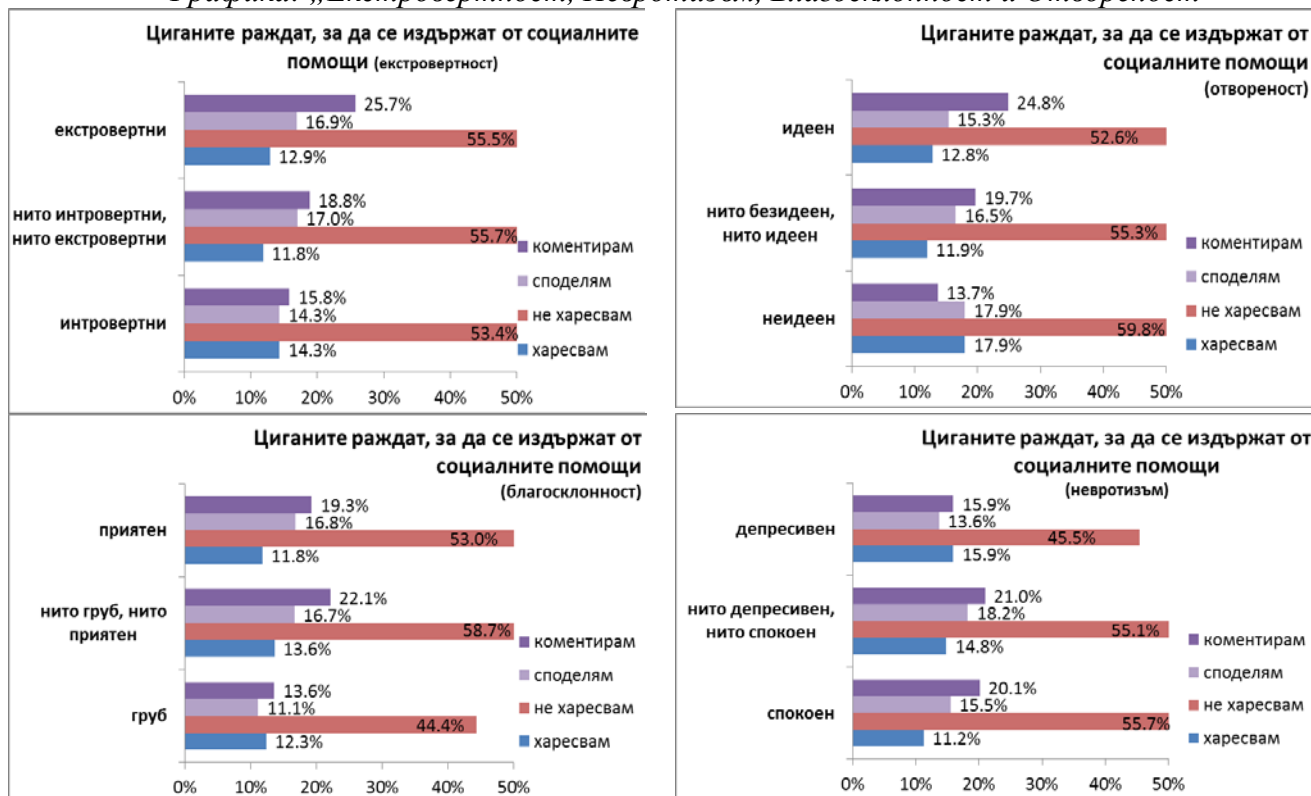
Това е един от най-разпространените стереотипи в общественото пространство: ромите се ползват с привилегии и другите им плащат сметките, като те обикновено раждат и се издържат от социални помощи.

*Визуализация на публикация №2: „Циганите раждат, за да се издържат от социалните помощи“*



Като цяло екстровертните (25.7%) респонденти и тези с идеите (24.8%), които са отворени, биха коментирали тази публикация. Значително по-пасивни по отношение на коментарите са тези, които са по-малко благосклонни и груби (13.6%), както и депресивните (15.9%). В същото време обаче тези, които биха споделили тази публикация, са предимно потребителите, които определят себе си като неорганизирани (19.2%), както и тези, които се самоопределят като нито депресивни, нито спокойни (18.2%). Тези, които биха харесали подобна публикация, са отново хората, които определят себе си като по-затворени и неидейни (17.9%), следвани от тези, които са неорганизирани (14.7%).

Графика: „Екстровертност, Невротизъм, Благосклонност и Отвореност“



Респондентите на 46 г. и над тази възраст (23.1%) са по-склонни да коментират, както и да споделят подобна публикация (20.8%). Децата са следващата група, която се вълнува от тази публикация, те са следващата възрастова група от потребители, които биха коментирали (21.4%). Те са тези, които в най-голяма степен харесват подобна публикация (16.3%). По отношение на населеното място, тези, които най-много коментират, са потребителите на Фейсбук, живеещи в малък град (30.0%), те са и тези, които най-често биха харесали подобна публикация (23.3%). Потребителите на Фейсбук, живеещи в селата, не харесват подобна публикация, като едва 7.0% от тях биха харесали подобна публикация.

### Отрицателен стереотип „Не може да се доверявате или разчитате на ромите“

На въпроса „Ако срещнете публикация или снимка във Фейсбук със следното съдържание, как бихте коментирали“ отново голяма част от респондентите не одобряват и не харесват.

Визуализация на публикация №3: „Не може да се доверявате или разчитате на ромите“

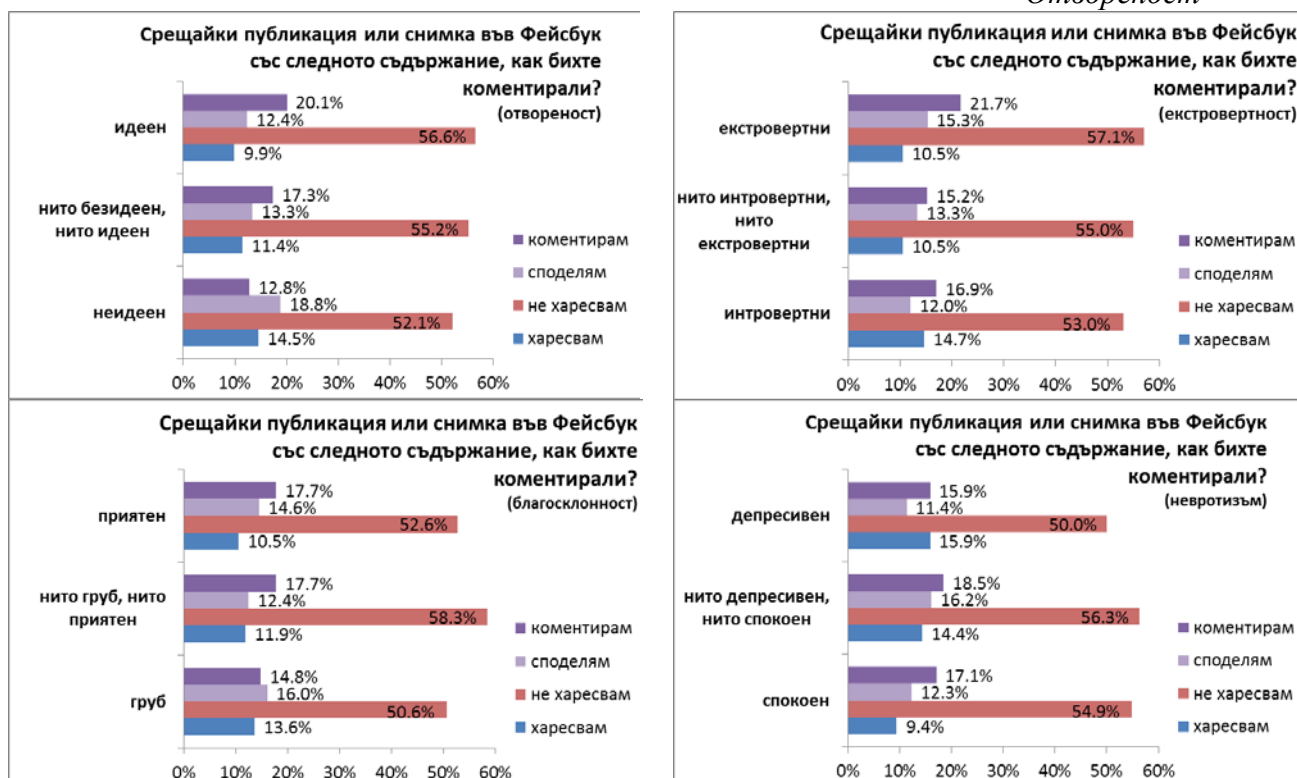


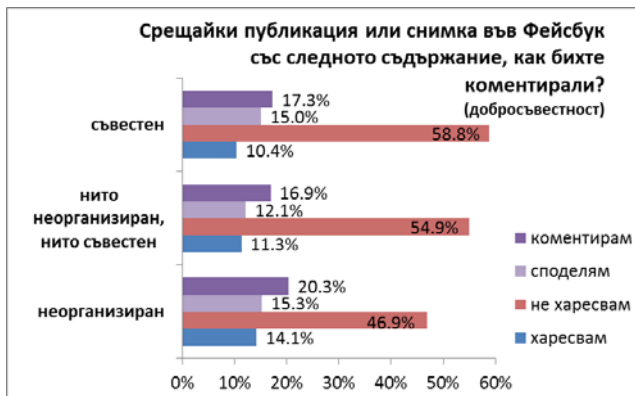
## Десетте цигански правила:

Не работи – българите са за това.  
 Не кради, а си вземай. Не лъжи – много.  
 ... Прави деца, държавата ще ги гледа. Не учи,  
 а ходи да просиш. Не плащай за ток и вода, те  
 ти се полагат. Ако по релсите не е минавал  
 влак от 3 дни може да ги вземеш. Жиците  
 растат по стълбовете – набери си. Не се къпи,  
 калявай си имунната система. Не спазвай  
 законите, ти имаш права...!

Екстровеерните потребители (21.7%) на Фейсбук са най-склонни да коментират подобна публикация, като те са и тези, които биха я споделили (15.3%) на своята Фейсбук стена, следвани от тези, които са отворени (20.1%). Неорганизираните са също тези, които биха коментирали, като 20.3% биха дали своя коментар. Тези, които определят себе си като без много идеи и са по-затворени в своите разбирания (18.8%), биха споделяли тази публикация в най-голяма степен. Депресивните потребители (15.9%) са тези, които най-често биха харесали подобна публикация, а най-малко харесвана (9.4%) тя е от потребителите, които се самоопределят като спокойни. Най-нехаресвана (58.3%) е публикацията от потребителите, които се самоопределят като съвестни.

Графика: „Екстровеерност, Невротизъм, Благосклонност, Добросъвестност и Отвореност“





### Отрицателен стереотип „Податливи са да извършват престъпления“

Редица са публикациите, както и множеството политически изказвания, най-вече на десни партии като „Атака“<sup>38</sup>, ВМРО<sup>39</sup> и др., чиито твърдения са свързани с „циганската престъпност“ особено в малките населени места. Следващата публикация е една от най-разпространените във Фейсбук, отнасяща се до агресивността на ромската общност. На въпроса как бихте реагирали, когато „срещнете публикация или снимка във Фейсбук със следното съдържание?“:

*Визуализация на публикация №4: „Бум на циганската престъпност у нас! Ще бъдат ли спрени циганите, убиващи бабите и дядовците ни за жълти стотинки“*



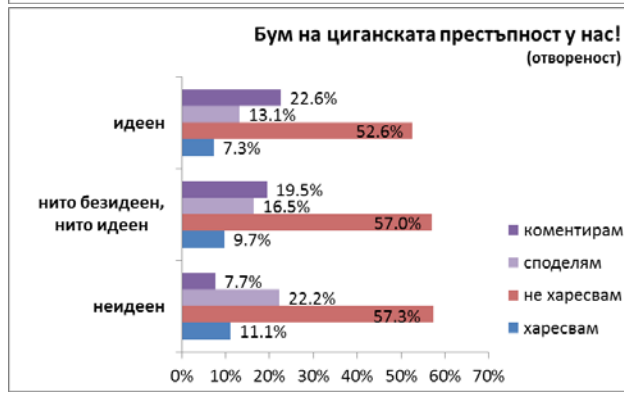
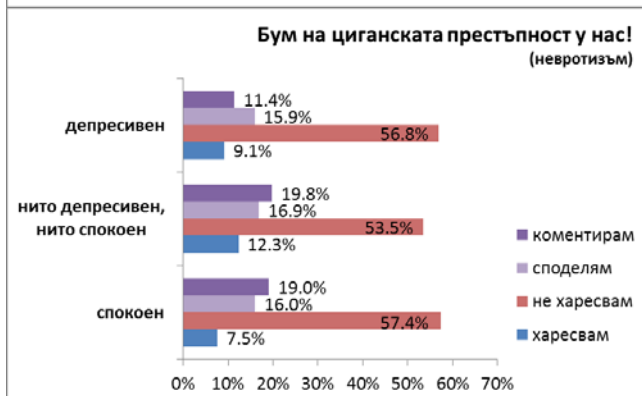
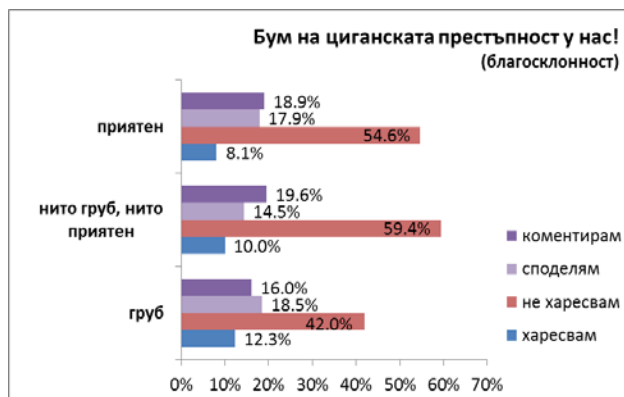
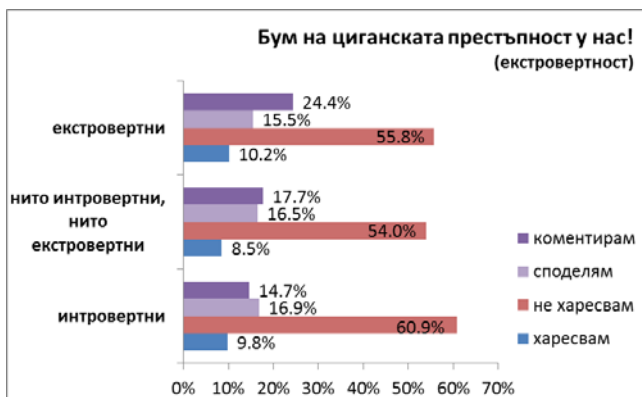
Това беше една от най-коментираниите и обсъждани публикации по време на изследването, която предизвика изключително голям интерес. Екстревъртите са тези,

<sup>38</sup> Бум на циганската престъпност, Вестник „Атака“ б.а снимката е взимствата за публикацията по изследването от вестника. <http://www.vestnikataka.bg/2014/02/%D0%B1%D1%83%D0%BC-%D0%BD%D0%B0-%D1%86%D0%B8%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%8A%D0%BF%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82-%D1%83-%D0%BD%D0%B0%D1%81/>

<sup>39</sup>Избирателите ни питат докога ще търпят циганската престъпност, Каракачанов в БТВ, <http://www.vmro.bg/galleries/video/izbiratelite-ni-pitat-dokoga-she-trpyat-ciganskata-prestpnost/>

които в най-голяма степен коментират (24.4%), следвани от потребителите, които се определят с повече идеи (22.6%). Неидейните (22.2%) са тези, които най-много споделят, следвани от неорганизираните (20.3%).

Графика: „Екстровертност, Невротизъм, Благосклонност, Добросъвестност и Отвореност“



## Отрицателен стереотип: „Мързеливи и безотговорни“

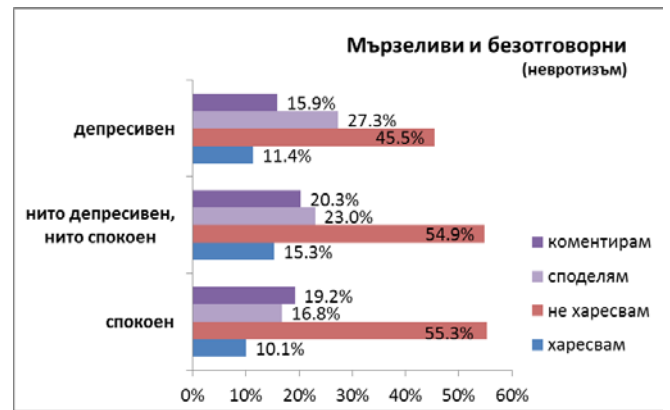
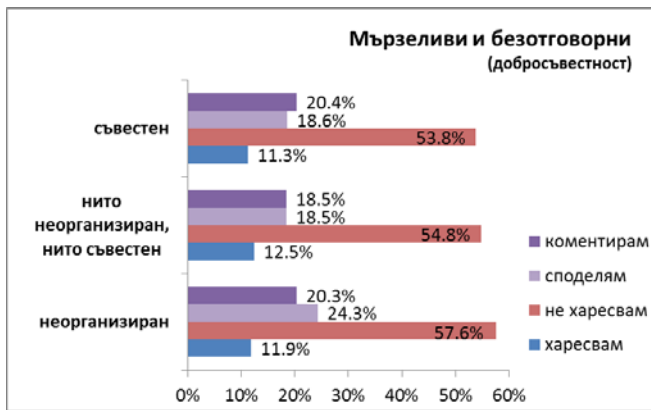
Визуализация на публикация №5: Срещайки публикация или снимка във Фейсбук със следното съдържание, как бихте реагирали?:



Екстровеертите са тези, които най-много коментират (22.5%) в сравнение с групираниите по другите пет личностни черти. Депресивният потребител е този, който най-много би споделил (27.3%) такава публикация, като на следващо място е неорганизираният (24.3%) и на трето е този, който е неидеен 22.2%.

Графика: „Екстровеертност, Невротизъм, Благосклонност и Добросъвестност“





### Отрицателен стереотип: „Ромите подценяват образованието“

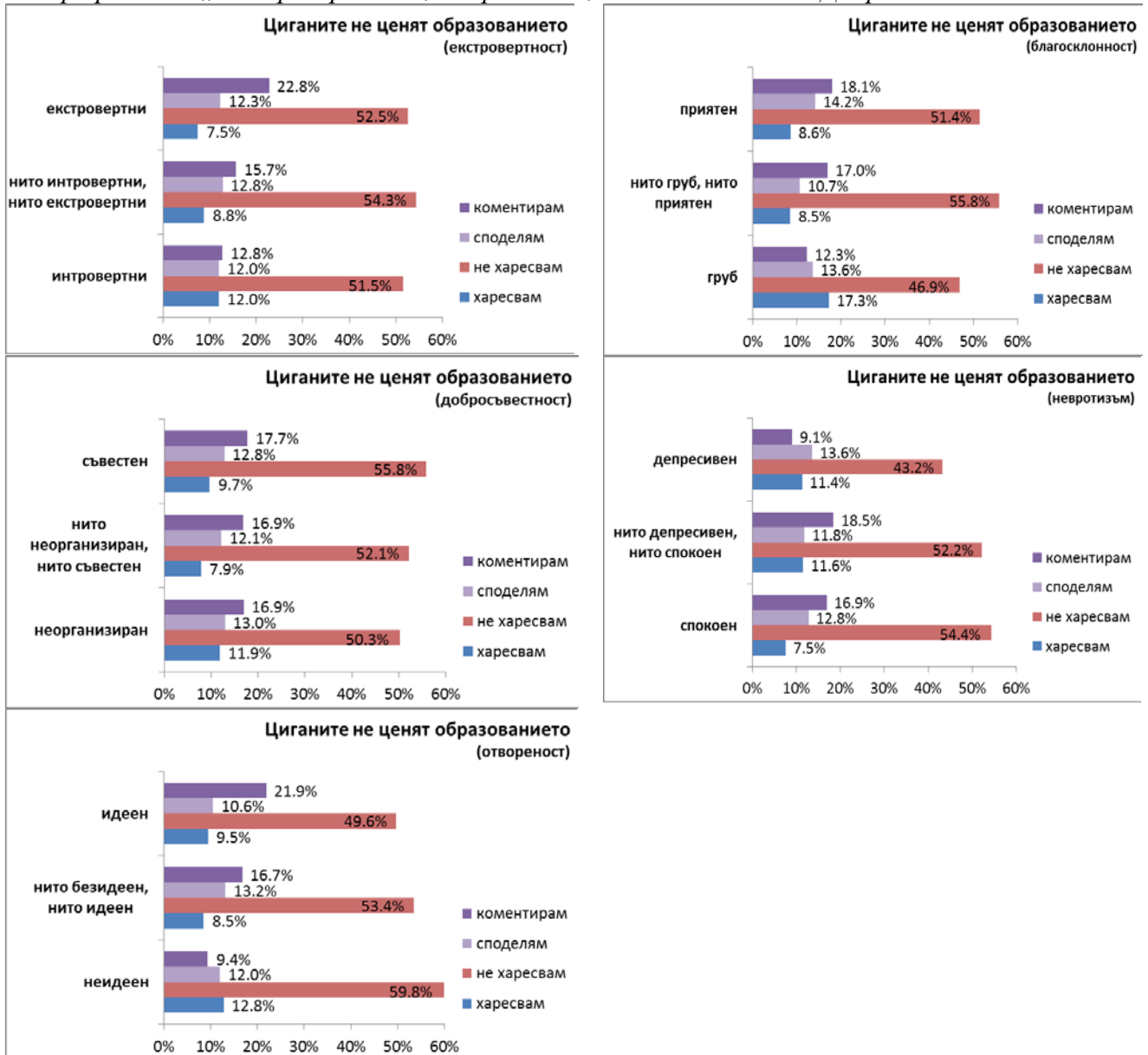
Визуализация на публикация №6: Срещайки публикация или снимка във Фейсбук със следното съдържание, как бихте реагирали?:

„Циганите не ценят образованието!!!“.



Отново екстревъртните и идейните потребители на Фейсбук са най-активни при коментирането на тази публикация. Екстревъртните потребители на Фейсбук в най-голяма степен са готови (22.8%) да коментират публикацията, следвани от идейните (21.9%) потребители на Фейсбук. Екстревъртите (7,5%) са и тези, които в най-малка степен биха харесали подобна публикация заедно със спокойните(7,5%). Тези, които харесват в най-голяма степен тази публикация, са грубите (17,3%), следвани от неидейните (12,8%).

Графики 19: „Екстровертност, Невротизъм, Благосклонност и Добросъвестност“



### Отрицателен стереотип „Всички роми много си приличат“

„Всичките са от едно тесто“, „Те са еднакви“ са често срещани коментари по отношение на ромите. В настоящото изследване това е отрицателният стереотип, който подложихме на изследване и анализ, за да се видят какви са реакциите на потребителите във Фейсбук. Предложената визуална публикация е реална, така както всички останали досега, които се разпространяват във Фейсбук пространството.

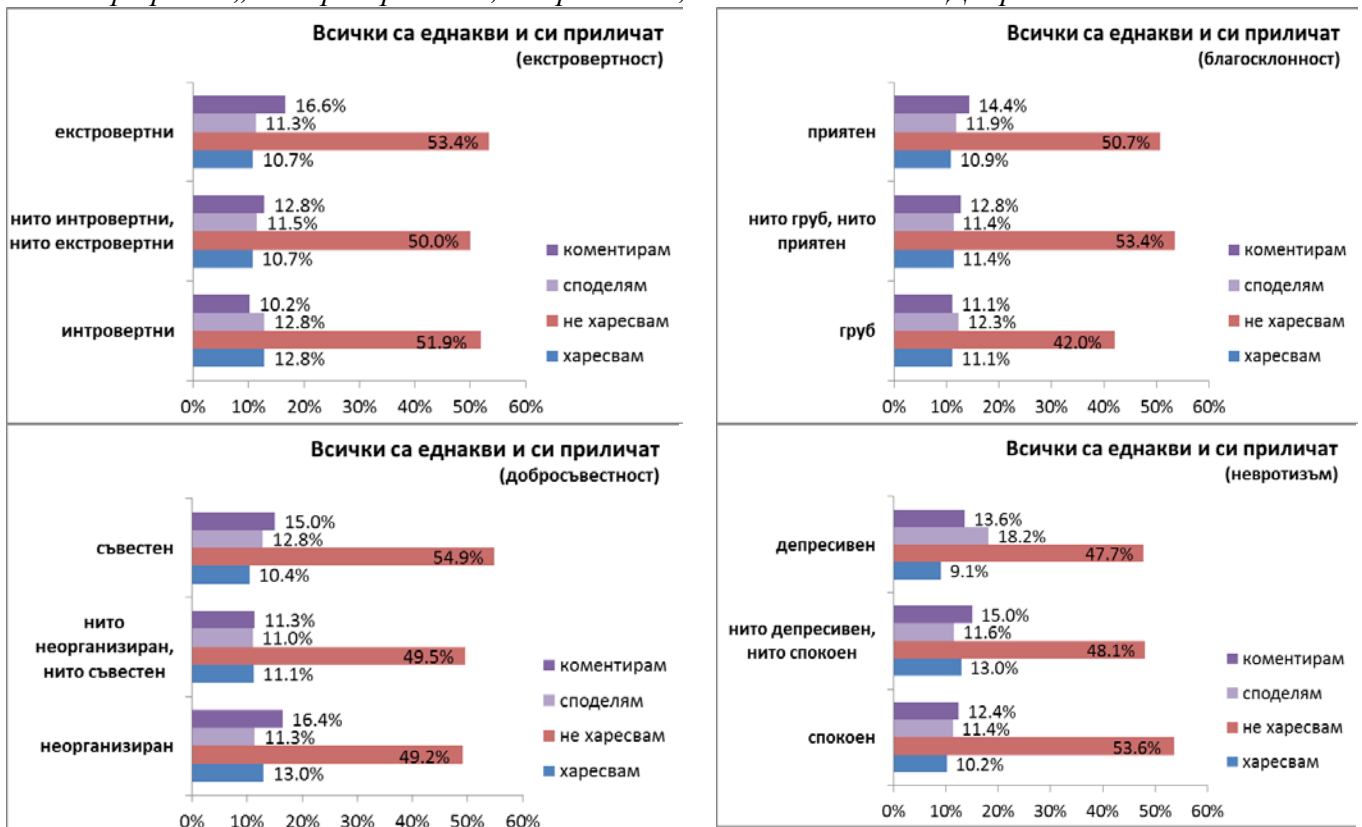
*Визуализация на публикация №7: Срецайки публикация или снимка във Фейсбук със следното съдържание, как бихте реагирали?:*

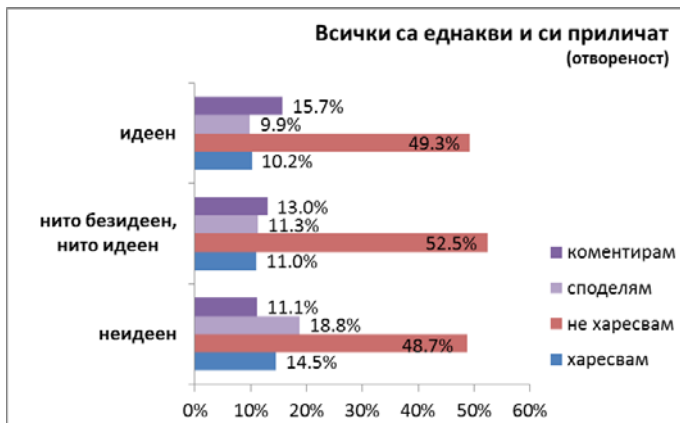
*Всички са еднакви и си приличат. Познай гатанката*



Фейсбук потребителите, които според петфакторния модел попадат в типове идеи (15.7%) и съвестен (15.0%), коментират тази публикация повече, отколкото останалите. Неидейните (18.8%) и депресивните (18.2%) са тези, които най-много биха споделили тази публикация. Освен това неидейните и най-много харесват (14.5%) тази публикация.

*Графика: „Екстровертност, Невротизъм, Благосклонност и Добросъвестност“*





Интересното, което се наблюдава при анализа на качествено изследване в тази публикация, е, че дори тези, които не заявяват еднозначно, че отговорът на гатанката е „циганин” (ром, мангал и т.н.), всъщност с изказването си, че „не всички са такива”, „има и свестни”, „и сред българите има такива”, негласно признават, че това е предполагаемият отговор. Въпреки това обаче, тук езикът на омразата е най-очевиден и най-отблъскващ в коментарите на потребителите на Фейсбук.

### Отрицателен стереотип: „Ромите трябва да живеят отделно и да не се смесват с българите и турците“

Визуализация на публикация № 8: Срецайки публикация или снимка във Фейсбук със следното съдържание, как бихте реагирали?:

*„Ромите трябва да си живеят отделно и да не се смесват с българите“*

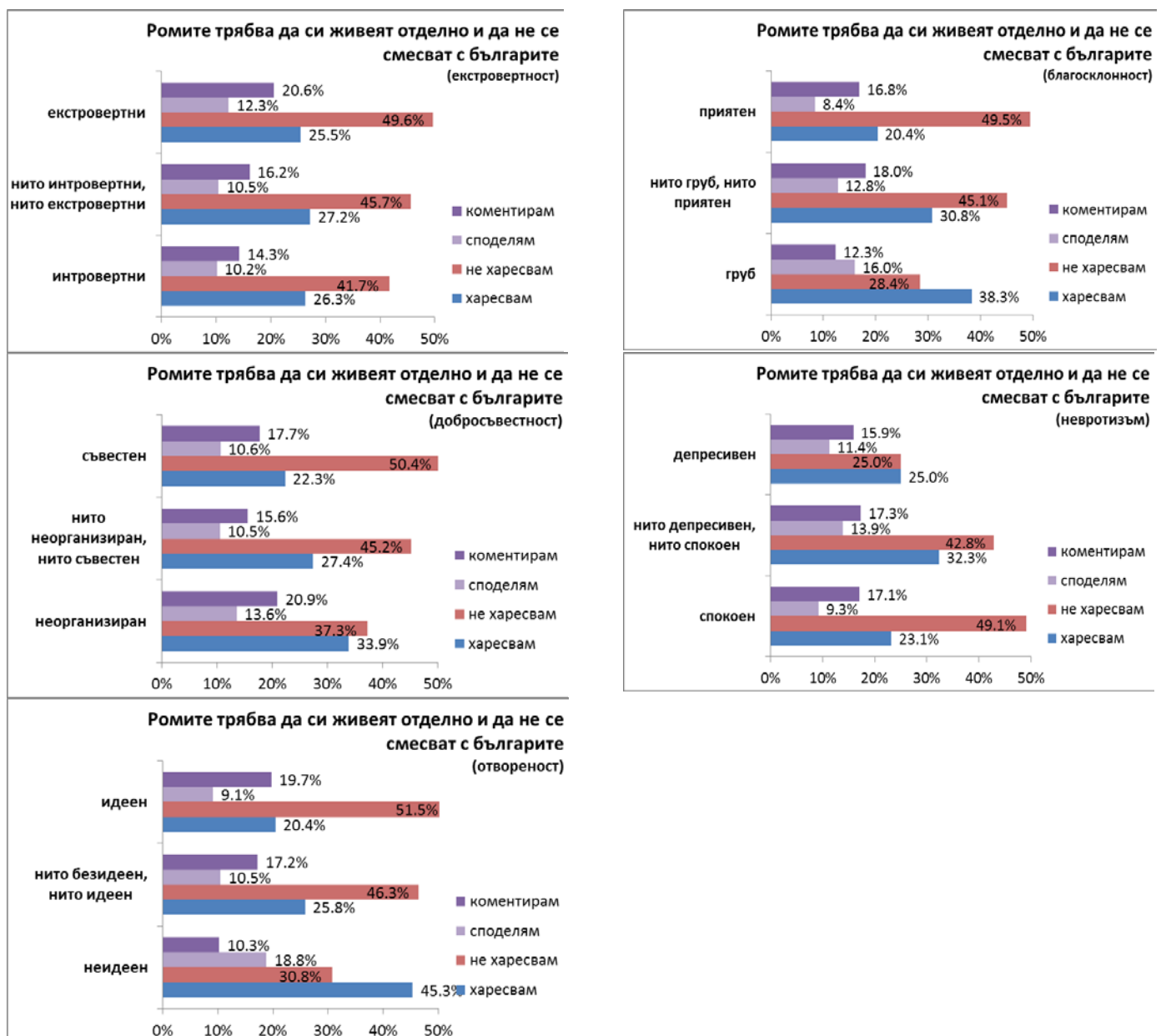


В графиката по долу са представени резултатите от петте личностови черти и тяхната реакция по отношение на публикацията „Ромите трябва да си живеят отделно и да не се смесват с българите“. В тях се вижда, че неидейните (45.3%), грубите (38.3%) и неорганизираните (33.9%) са тези, които харесват тази публикация, че ромите трябва да живеят отделно и да не се смесват с българите. Това показва ясна тенденция за връзка между тези три типа личностни черти, където има пряка връзка с дискриминацията и наличието на стереотипи спрямо ромската общност. В тази отрицателна стереотипна



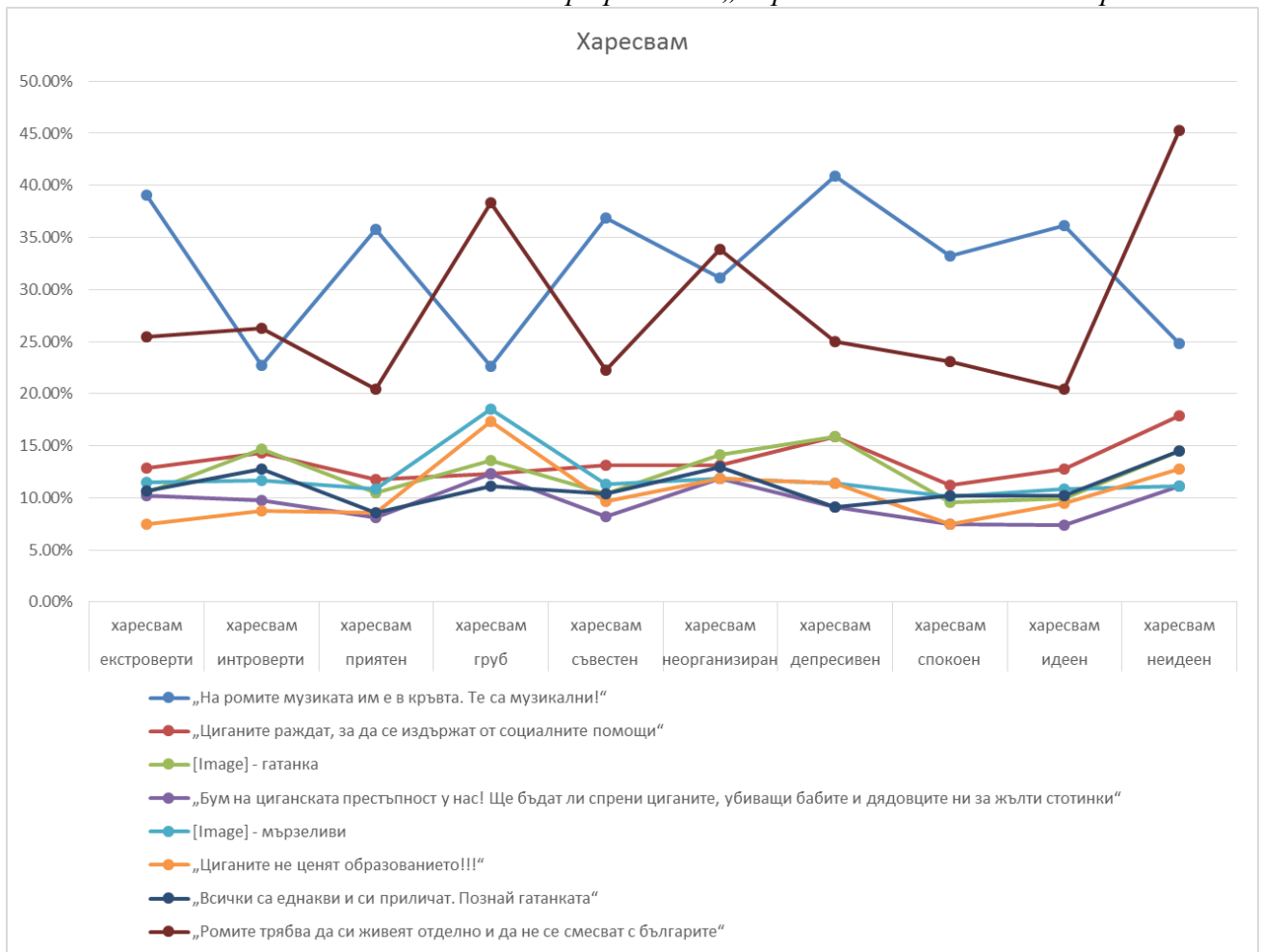
публикация за първи път нехаресването се задминава от харесването от страна на тези три типа личности. Неидейните (18.8%) са тези и които в най-голяма степен са готови да споделят публикацията, следвани от грубите (16.0%). От другата страна стоят потребителите, които не харесват публикацията и твърдението в нея, а това са идейните (51,5%), съвестните (50.4%) и екстровеитите (49.6%). Идейните са и тези, които в най-голяма степен коментират публикацията (20.6%) и допускането е, че е по-скоро в план на отблъскване на тезата за разделно живеене между роми и българи. Същото се отнася и по отношение на споделянето от страна на неорганизираните(20.9%), но там допускането е по-скоро, че коментарите са в областта на защита на тезата за разделно живеене.

Графика: „Екстровеитност, Невротизъм, Благосклонност и Добросъвестност“



Изследването очертава основната типология на петте личностни черти при използването на Фейсбук. Двете най-дискусионни публикации във Фейсбук са „На ромите музиката им е в кръвта. Те са музикални“ и „Ромите трябва да живеят отделно и да не се смесват с българите“. Като цяло положителният стереотип събира повече харесвания от който и да било друг, но е очевидно, че някои групи събират повече харесвания и на негативния стереотип, свързан с отделното живеене на ромите. На графиката по-долу се вижда разделянето на две големи групи.

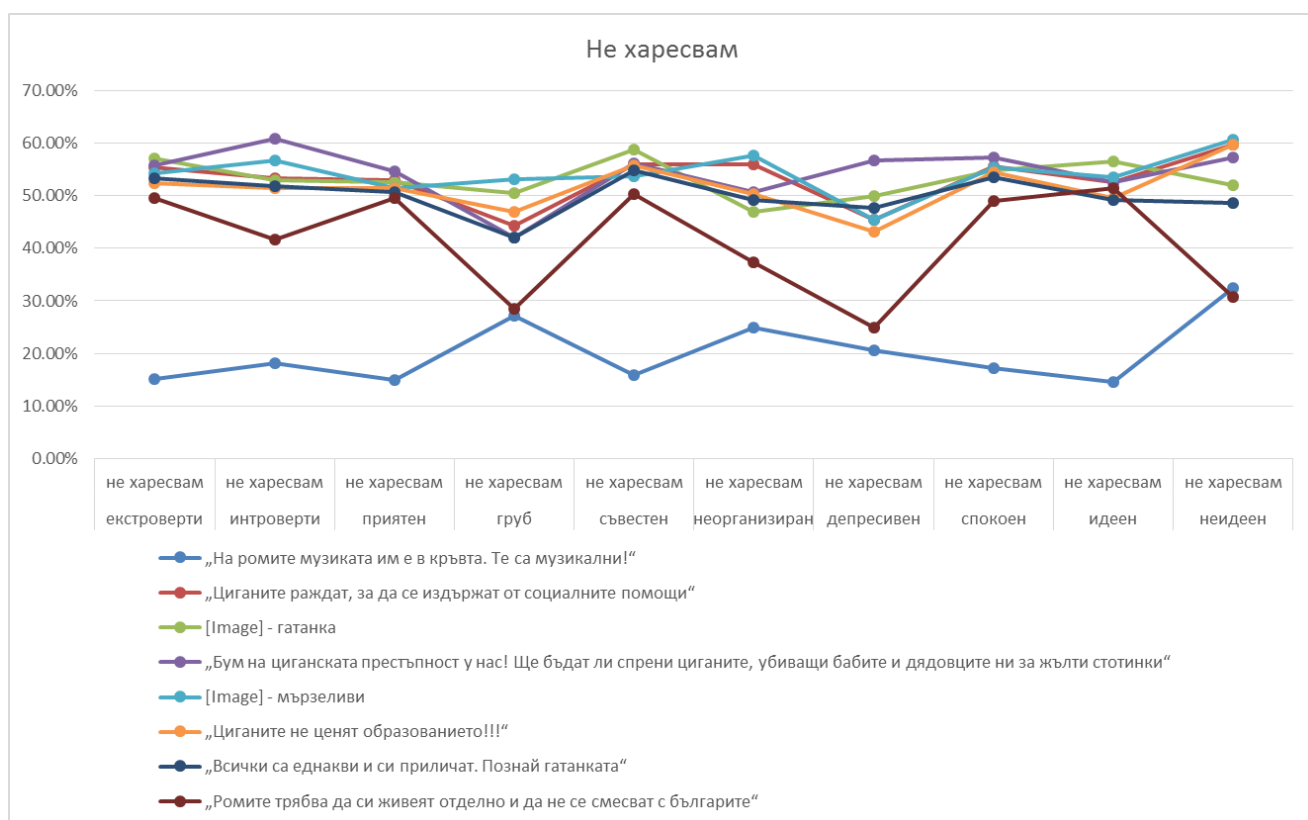
Графика 29: „Харесвам по личностови черти“



Тези две твърдения не просто се отделят с много по-високи и по-полярни стойности по отношение на различните действия („харесвам“, „не харесвам“...), които отделните личностови типове декларират, но и на практика са почти огледални. Така например, докато твърдението, обозначаващо положителния стереотип, печели неособено висок процент на харесалите от групата на грубите (20%), твърдението, обозначаващо необходимостта от отделното живеене на ромите и българи, печели почти 40% от същата група. Подобна тенденция на разминаване между отношението към твърдението на положителния стереотип и твърдението на „отделното живеене“ е видно и при всички останали личностови типове, като липсва единствено в дименсията „спокоен – депресивен“. Най-ярко изразена разлика между типовете се наблюдава в дименсията „идеен – неидеен“, където групата на харесалите от „неидейните“ на практика е два пъти по-голяма от тази на харесалите „идейни“.

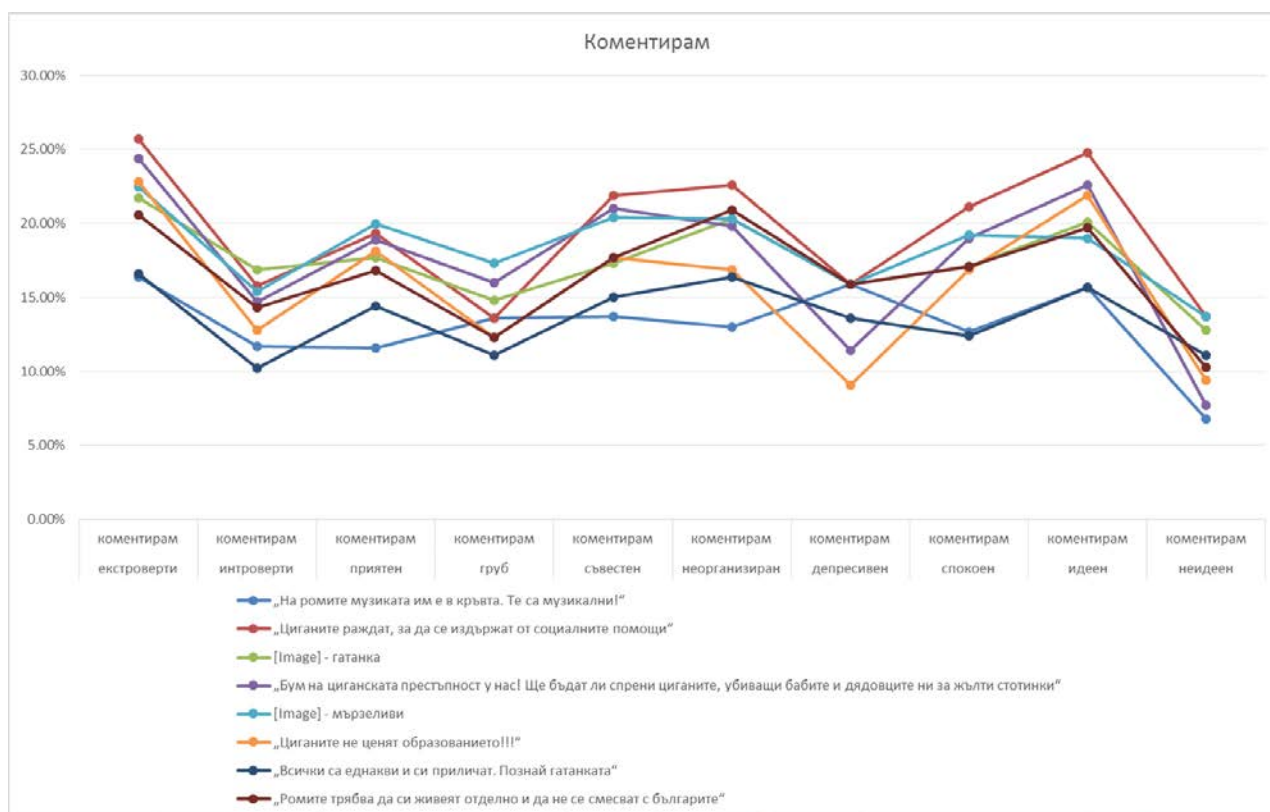
Резултатите спрямо действието „Не харесвам“, от своя страна, в известна степен продължават тенденцията – отново двете твърдения, отнасящи се до положителния стереотип и отделното живеене, са донякъде отделно от останалите твърдения. Тук обаче може да се наблюдава сравнителна хомогенност на резултатите на различните личностови типове по отношение на твърдението за положителен стереотип, като то е, от една страна, по-малко „не-харесвано“ от останалите твърдения от всички личностови типове (с изключение на малко разминаване в групата на „неидейните“; от друга страна, като малко по-високи стойности за „не-харесвам“ са дадени само от „грубите“, „неорганизираните“ и „неидейните“.

Графика: „Не харесвам по личностови черти“



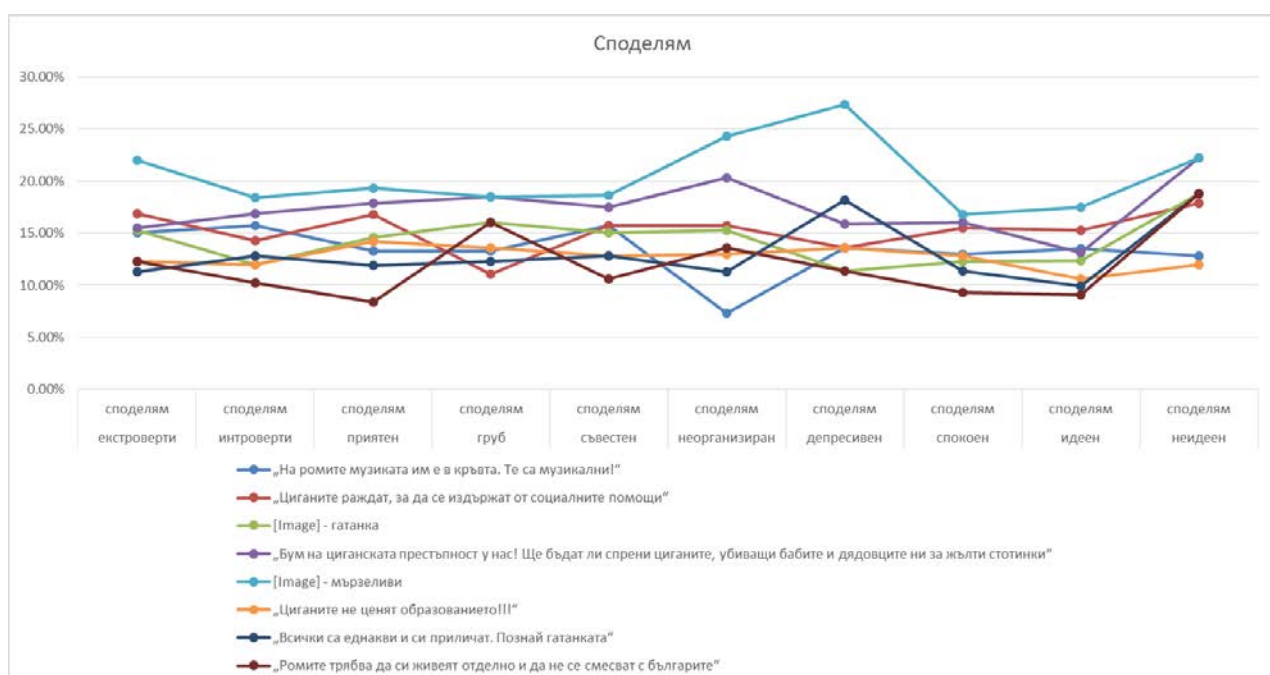
Най-малко се коментират публикациите изобщо от страна на неидейните, депресивните, грубите и интровертите. Най-коментирани са тези публикации от страна на екстроверти и идейните.

Графика: „Коментирам по личностови черти“



Най-споделяната стереотипна публикация е тази, свързана с това, че ромите са мързеливи, а другата публикация е свързана с „циганската престъпност“. Най-много биха споделили тези публикации, ако бяха в страницата на Фейсбук неидейните, като те биха споделили 6 публикации повече, отколкото всички останали. Две от тези публикации те не считат толкова атрактивни за споделяне, като едната е положителният стереотип, а другата е, че „ромите не ценят образованието“.

*Графика: „Споделям по личностови черти“*



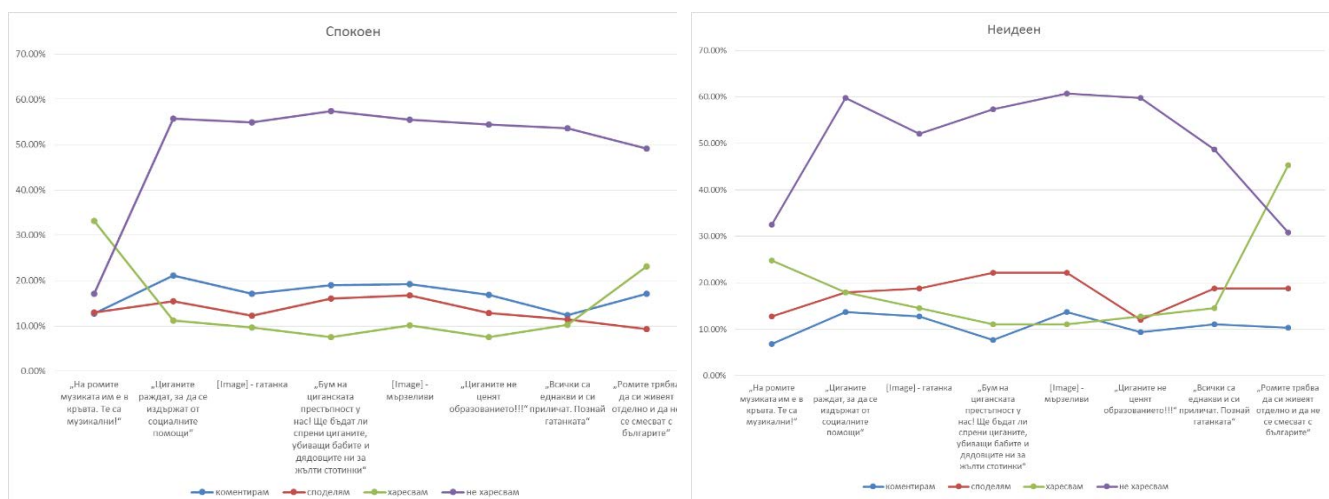
Като цяло от анализа на данните е видно, че респондентите се разпределят в две групи. Едната група е с явно дискриминативно поведение, а другата е с недискриминативно поведение.

*Личностните групи с дискриминативно поведение* са неидейните на първо място, на второ от страна на грубите и на трето от страна на неорганизираните, които събират най-много харесвания на отрицателните стереотипни публикации.

*Личностните групи с недискриминативно поведение*, които събират най-малко харесвания на отрицателните публикации, са спокойните, приятните, съвестните и идейните.

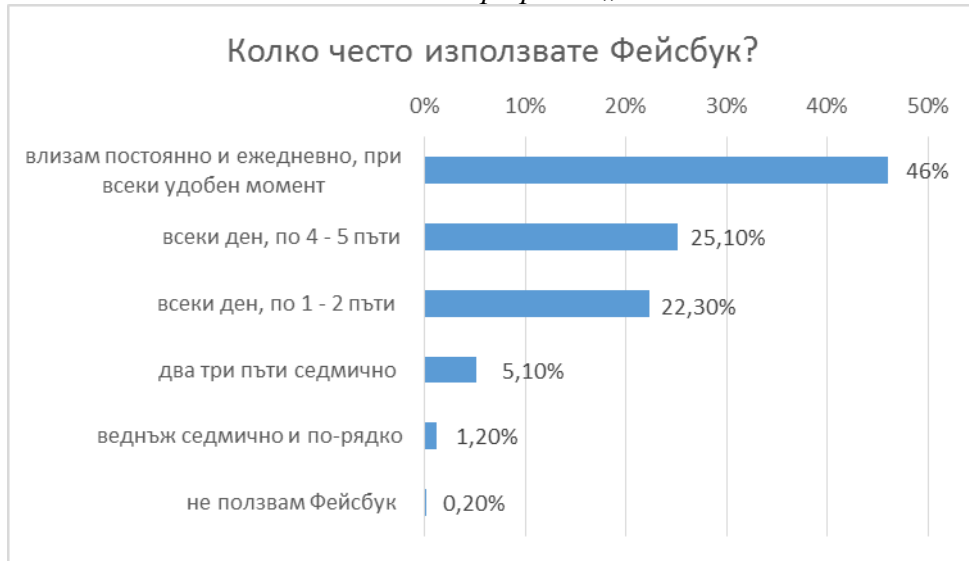
Двете най-крайни личностови черти по отношение на дискриминацията са **неидейните** с подчертаното си дискриминативното поведение и **спокойните** с изразено недискриминативно поведение спрямо публикациите във Фейсбук. На графики 33 могат да бъдат видени разликите по отношение харесвам, не харесвам, споделям и коментирам.

Графики: „Спокоен и неидеен“



Поведенчески стереотипи на потребителите във Фейсбук бяха изследвани, като е видно, от графиката по-долу, че на въпроса колко често влизате във Фейсбук 46% споделят, че влизат при всеки удобен момент. Като цяло над 93% от анкетираните споделят, че влизат в страницата на Фейсбук ежедневно, а останалите (под 7%) значително по-рядко. От данните на изследването е видно, че използването на Фейсбук е изключително интензивно в българската среда, и то оказва влияние върху тяхното поведение в онлайн среда.

Графика: „Колко често използвате Фейсбук“



Данните на изследването според петте личностови черти показват, че неидейните (55.6%) влизат най-често, постоянно и ежедневно при всеки удобен момент, следвани от противоположната категория на идейните (47.8%). Потребителите в селата (54.9%) влизат постоянно и ежедневно във Фейсбук, отколкото тези в столицата (43.6%). Респондентите със средно образование (49.7%) също са тези, които влизат постоянно и ежедневно в мрежата, а тези, които значително по-малко, са с основно образование (42,9%).

На въпроса за какво използвате Фейсбук и какви теми най-много следите от графики 35 е видно, че предимно Фейсбук се използва за общуване с приятели, като се споделят снимки и пр. (56.90%). Най-малко се използва Фейсбук за забавление и играене на игри, както и да се информират потребителите за постиженията в работата им. По отношение на професионалните теми се вижда, че темата за образованието (26.90%) е най-следена и потребителите там най-много са активни. Следващата тема по важност е темата за социалните въпроси (22.40%).

Графики 35: „Използване и следене на теми във Фейсбук“





Като цяло се припокриват общите данни, съобразени с петте личностови черти, като прави впечатление, че съвестните (6.4%) и неидейните (6.0%) най-често използват Фейсбук за информиране за професионалните им постижения в сравнение с останалите личностови черти. Жените (5.3%) използват повече Фейсбук за игра в мрежата, отколкото мъжете (3.8%), но в същото време жените (6.1%) повече ползват Фейсбук да се информират за постиженията в своята работа, отколкото мъжете(3.1%).

Потребителите, живеещи на село, използват Фейсбук повече за игри (12.7%), отколкото тези, които живеят в столицата (3.1%). Колкото по-ниска е възрастта на потребителите, толкова по-неравнообразно се използва Фейсбук, и обратното - колкото повече се увеличава възрастта на потребителите, толкова по-разнообразно се използва социалната мрежа и за различни цели. Например потребителите в детска възраст (84.7%) основно използват Фейсбук да общуват с приятели и чат и значително по-малко се интересуват от другите възможности. Потребителите на възраст 26-35 години (7.7%) повече играят във Фейсбук, отколкото всички останали групи, а тези от 36-45 (19.5%) и тези над 46 години (18.5%) значително повече следят новините и се информират от Фейсбук, отколкото останалите възрастови групи. Новините, които най-много се следят в социалната мрежа, са предимно социалните новини и проблемите в тази област (46.4%). Следващите са политическите новини(25.7%).

Фейсбук групите са форуми за споделяне на информация за потребители със сходни интереси. Обикновено това са пространства, в които се дискутират интензивно отделни въпроси. Някои от групите са доста активни в даден период от време, след което отмират, а други които са тясно специализирани, или така наречените тайни групи, създадени с определена цел, съществуват доста по-постоянно. На въпроса в колко Фейсбук групи участвате, над 51% от респондентите отговарят, че участват от една до 10 Фейсбук групи. Между 11 и 20 групи участват също доста много потребители, които са 18.4% . Тези, които не участват в групи, са едва 2.7% от потребителите, а тези, които участват в повече от 40 групи, са 5.1%.

От гледна точка на личностовите черти е видно, че приятните участват най-активно в до 10 групи. Групата на екстровеитите и неорганизираните има най-много потребители, които участват във Фейсбук от 11 до 20 групи. А тези, които не участват в нито една група, най-голям дял от тях очаквано са интровертите (5.3%). Жените(71.6%) участват значително повече във Фейсбук групи, отколкото мъжете (61.3%) сумарно от 2 до 20 групи.

Графика: „Фейсбук групи“



Преминаването в действие от онлайн средата в реалния живот е тема, която вълнува редица изследователи. В настоящото изследване беше зададен въпросът дали потребителите са участвали на живо в събитие от обществен характер, организирано във Фейсбук. На графики 36,37 отговорите се разделят почти по равно за участие и неучастие, като 48.6% споделят, че не са участвали, а 45.9%, че са участвали в събитие, организирано във Фейсбук. Тези, които са участвали в събитие, организирано във Фейсбук, посочват, че са участвали в национален протест (53.1%). На следващо място са тези, които са участвали в протест за определена кауза (52.5%) и на трето място на събрание на организация, в която членуват (36.3%).

Платформата на Фейсбук се оказва централно място, в което лесно могат хората да се организират и да се привличат за участие в различни събития. В този смисъл социално образователните функции на Фейсбук преминават в реални действия в живота на хората и подтиква хората към граждански действия.

Графики: „Фейсбук събития“



Платформата на Фейсбук се оказва централно място в което лесно могат хората да се организират и да се привличат за участие в различни събития. В този смисъл социално



образователните функции на Фейсбук преминават в реални действия в живота на хората и подтиква хората към граждански действия.

Като цяло респондентите се интересуват от темата дискриминация във Фейсбук. Като активни потребители по темата са се определили 16.6%, а тези, които се интересуват умерено, са 39.6%, или общо това са над 52% от потребителите във Фейсбук. Тези, които определят себе си като рядко коментиращи и четящи този род информация или публикации, са 33.5%, а 6.3% са напълно безразлични.

Графика 39: „Знание за термина дискриминация“



Другото централно място в изследването е свързано с разпознаваемостта и доверието спрямо институциите в областта на дискриминацията. Доверието в институциите по отношение на дискриминацията на пръв поглед няма отношение към Фейсбук, но вглеждайки се в по-голяма дълбочина и търсене на връзките между доброто управление, разгледани във втора глава, и какво е усещането на хората за дискриминационните стереотипи спрямо тях самите или спрямо техни близки, се откриват няколко важни връзки:

- На първо място, слабото функциониране на някои от институциите, особено на съда и прокуратурата, като цяло прави средата враждебна срещу определени групи, които са дискриминирани.
- На второ място, социално-образователните функции на Фейсбук изграждат така нареченото „обществено знание“ и формират отношение към институциите по отношение на тяхното бездействие или действие по въпросите на дискриминацията.
- На трето място, функционирането на институциите са тези, които трябва да имат реални действия, както в областта на превенцията срещу дискриминацията в това число и във Фейсбук, така и по отношение на конкретни случаи, свързани с интервенция, когато са налице конкретни дискриминационни практики.

Графика: „Институции – количествено изследване“

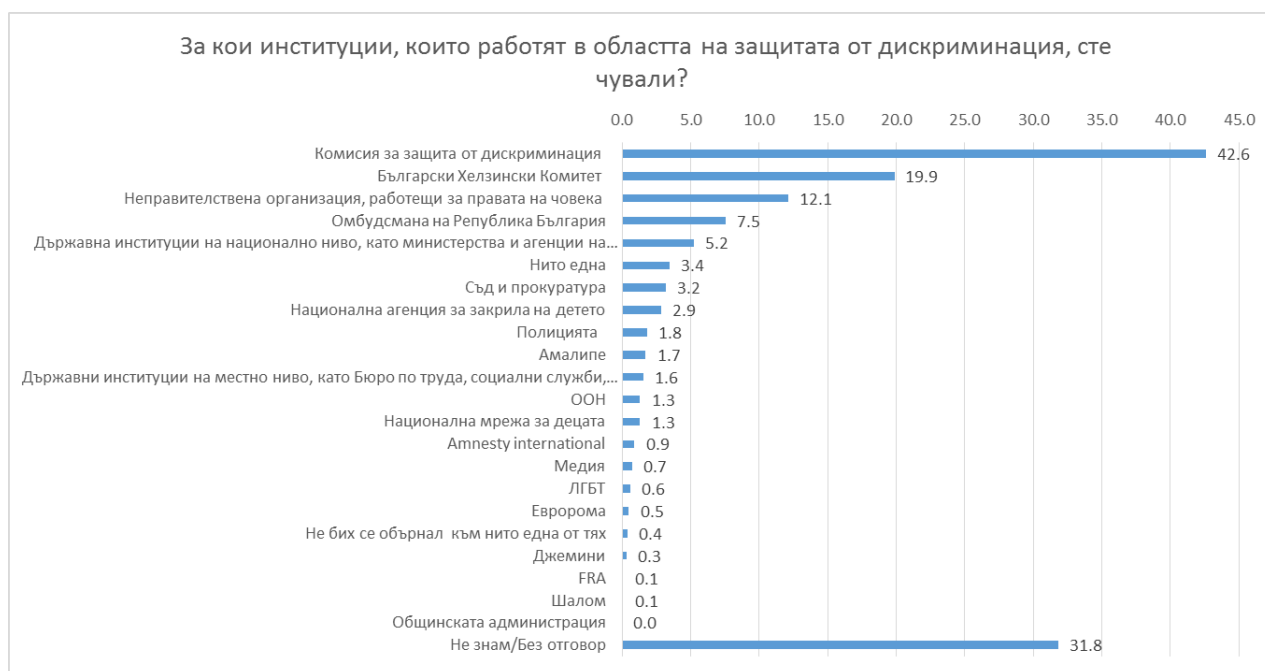


Графика: „Институции – кодирани данни от отворен въпрос към институциите“



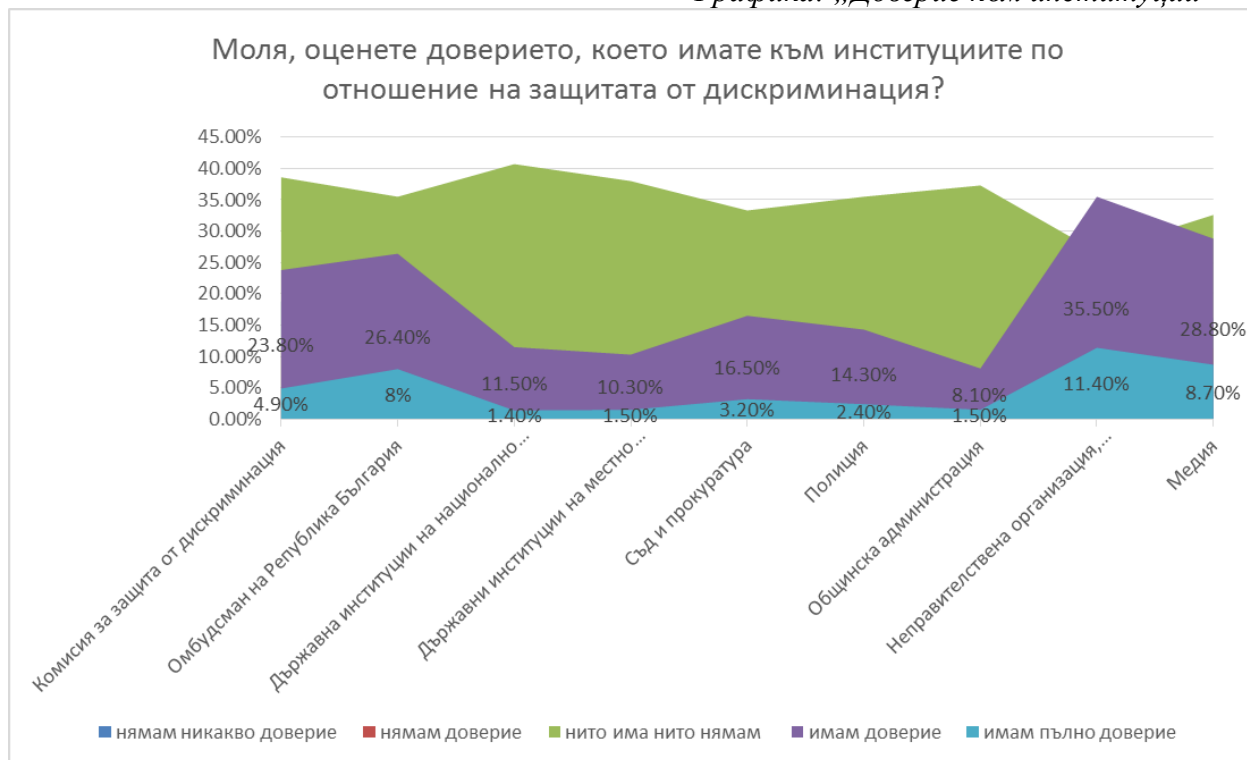
На отворения въпрос за кои институции, които работят в областта на защитата от дискриминация, след кодираните данни, най-често посочвана от респондентите е Комисията за защита от дискриминация. На второ място идва отговорът „не знам/без отговор“. На трето място най-често е посочван Български хелзинкски комитет и на четвърто място е неправителствена организацията, работеща в областта на правата на човека. Институцията на омбудсмана се нарежда на пето място. Тези, които не знаят към кого да се обърнат, са 31.8%, което показва ниската информираност и ниското знание от страна на Фейсбук потребителите за това към кого биха могли да се обърнат в случай на дискриминация.

## Графика: „Институции“



По отношение на доверието към институциите е видно, че има една голяма група, която се колебае между „нито имам и нито нямам доверие“ към институциите в България. Най-голямо доверие имат потребителите на Фейсбук към неправителствените организации, работещи за човешки права, с „имам пълно доверие“ 11.4% и „имам доверие“ с 35.5%. На второ място са медиите, където гражданите „имам пълно доверие“ са 8.7% и „имам доверие“ - 28.8%. На трето място е омбудсманът на Република България „имам пълно доверие“ са 8.0% и „имам доверие“ - 26.4% и едва на четвърто място е доверието към Комисията за защита от дискриминация с „имам пълно доверие“ от 4.9% и „имам доверие“ 23.8%. Държавните институции на национално и местно ниво, както и общинската администрация събират най-ниското доверие. Полицията, съдът и прокуратурата, органите, които на първо ниво трябва да защитават правата на човека, те също имат много ниско доверие от страна на респондентите.

Графика: „Доверие към институции“



Грубите (25.9%) и неорганизираните (24.3%) имат най-ниско доверие към неправителствените организации, а идейните (19.7%) имат най-високо доверие към неправителствените организации. 25.4% от мъжете също нямат никакво доверие към неправителствените организации, докато при жените липсата на доверие от тяхна страна е 13.7%. Доверието на мъжете (39.1%) е значително по-ниско от това на жените (50.8%) по отношение на неправителствените организации. По отношение на възрастовите групи доверието на децата (31.6%) е най-ниско към неправителствените организации в сравнение с всички останали възрастови групи.

По отношение на медиите най-ниско доверие имат неидейните (41.0%), следвани от неорганизираните (34.4%) и на трето място са грубите (30.9%). Най-голямо доверие към медиите имат идейните (42.7%), следвани от екстровеъртите (42.1%). Така, както и при неправителствените организации мъжете (35.2%) също по отношение на медиите имат значително по-малко доверие, отколкото жените (25.8%). При децата (30.6%) тенденцията е същата, като те основно имат най-ниското доверие спрямо всички останали възрастови групи. Ромите (24.6%) имат много по-ниско доверие към медиите, отколкото българите (16.5%), като това вероятно се дължи на често налично дискриминативно или стереотипно съдържание спрямо ромската етническа общност.

Последният въпрос от анкетата е свързан с усещането за дискриминация в личен план. Именно затова беше зададен въпросът имало ли е случай през последните 12 месеца, в който вие, ваш приятел, роднина или познат е бил обект на дискриминация. 58.6% споделят, че не е имало такъв случай, останалите 41.4% са били свидетели на дискриминативни практики спрямо тях самите или хора от тяхното обкръжение. 13.2% посочват, че те самите са били обект на дискриминация, като най-много посочват, че техен познат (20.5%) е бил обект на дискриминация през последните 12 месеца.

Графика: „Случаи на дискриминация“



## ИЗВОДИ

Поляризацията на дискриминационните нагласи предствалява риск в социално – образователното пространство за формиране на ценностно – ориентирано и рефлексивно поведение на субекта. Дисертационно изследване недвусмислено показва, че съществуват дискриминационни нагласи спрямо ромската общност във Фейсбук. Те се разпространяват бързо, променят се и се затвърждават стереотипи по отношение на ромите. *Този извод трябва да се има предвид при всички действия или бездействия от страна на държавните институции.* Изводите са ориентирани към задачите на изследването, а именно типологизиране на поведението на 1270 потребители във Фейсбук, спрямо стереотипни публикации и петте личностни черти.

### Типологизиране на поведението на потребителите във Фейсбук

От резултатите от проведеното изследване могат да се направят няколко основни извода. По-голяма част от субектите – респонденти оценяват обективно ситуацията с ромския етнос – проблемите и причините, довели до отношението и насадените стереотипи за тях. От една страна, липсата на адекватна технологична интеграция – чрез образование и работа, а от друга - липсата на адекватни правила и закони и прилагането им спрямо „лошите цигани“. Друга част от хората приемат проблема емоционално-примиренчески, виждайки едно черно настояще и бъдеще, в което държавата остава на ромите, а българите са претопени или избягали на запад, така че нищо не може да се направи. И не на последно място са откровено изразяващите омразата си хора, в чиито изказвания видимо присъства агресия, макар и често под формата на клишета – „Циганите на сапун“, „Смърт“ и пр.

Една от задачите на настоящото изследване беше да се типологизира поведението на 1270 потребители във Фейсбук спрямо стереотипни публикации и петте личностни черти. В този смисъл бяха типологизирани 1270 потребители в следните десет категории, които помагат за разработване на социално-образователни програми за стимулиране на интеркултурната компетентност сред децата и подрастващите, както в системата на средното образование, така и в онлайн средата на Фейсбук. По-долу са обособени три групи спрямо психологическите черти и тяхното проявление в социалната мрежа Фейсбук по отношение на дискриминацията, както следва: 1) потребители с изразено дискриминационно поведение; 2) емоционално-примиренческо поведение; 3) обективна оценка на ситуацията, потребители с рефлексивно мислене.

Поведение във Фейсбук	Измерения на големите пет и отделните психологически черти
<p><b>Обективна оценка на ситуацията, потребители с рефлексивно мислене</b> спрямо ромската етническа група. Това е групата, която най-малко се поддава на дискриминационното поведение и често влиза в защита на ромската общност или отхвърляне на стереотипното мислене. Профилът на тези хора е, че те са с висше образование, обикновено на възраст 36-45 или над 46 годишна възраст.</p>	<p>Идеен Съвестен Приятен</p>
<p><b>Емоционално-примиренческо поведение</b> спрямо ромите. Налице е дискриминативно поведение спрямо ромската общност, но то е по-умерено и балансирано и се влияе от общите коментари и настроения в публикациите. Профилът на тези хора би могъл да бъде със средно образование или полувисше, от областен град или столицата и на възраст 26-35 години.</p>	<p>Депресивен Интроверт Спокоен Екстровеит</p>
<p><b>Изразено дискриминационно поведение, с висока степен на отхвърляне</b> на ромската етническа група. Профилът на тези потребители са хора със основно образование, деца (12-17 г.) и млади хора (18-25 г.), живеещи в села и малки градове, и по-вероятно е това да са мъже, отколкото жени.</p>	<p>Неидеен Неорганизиран Груб</p>

Интересно е да се отбележи, че разлики между реакциите на различните групи има не само сред личностовите типове, но и сред различните възрастови групи, както и по местоживеене. Докато например тенденцията на хората, спадащи към личностовия тип „екстровеит“ да реагират повече на публикации във Фейсбук спрямо останалите личностови типове, е лесно да бъде обоснована, такава тенденция може да бъде забелязана, например, и при децата – **групата на 12-17-годишните**. Нещо повече, тази група не само реагира, но и показва по-висока степен на „харесване“ на негативни стереотипи. От една страна, може да се предположи, че това се дължи на начина, по който тази възрастова група използва социалните медии от гледна точка на това, че те почти винаги са присъствали в нейния живот. От друга страна, специфичната възраст

на подрастващите/тийнейджърите предполага търсене на себеидентификация, и от тази гледна точка, склонност към изпадане в по-големи крайности.

Освен това данните показват, че хората, живеещи в по-малките населени места, показват по-дискриминативно поведение, отколкото тези в областните градове и столицата. Това може да бъде обект на допълнително изследване, за да се диагностират причините, които водят до това поведение, и дали то е само във Фейсбук или в реалния живот на общността.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Информационната епоха създаде условия за изключително интензивни социални контакти. Възможността да се разпространяват в реално време послания до необозрим брой участници умножи възможностите да се изграждат нагласи и стереотипи. Проучването на историческите, икономическите и социалните условия, в които се формира нагласата на мнозинството към групите в малцинствено положение, показва, че една от причините е навлизането на новите технологии и социалните медии. Реакцията на съдържанието с дискриминационен и стереотипен характер зависи и от личностовия тип на субекта /личност или индивид/, който се сблъсква с него. Въпреки това, обаче, създаването и реакцията на подобен тип съдържание не може и не бива да бъде въпрос само на личностов тип, а и на процес на изграждане на ценности, нагласи/установки/, образование и послания от страна на публичните институции.

Проучването на държавната политика в периода 2008 – 2013 година дава основание да се твърди, че са налице сериозни пропуски, спрямо влиянието върху дискриминационните нагласи и поведение. Доверието към държавните институции, отговорни по въпросите на дискриминацията е много ниско, или те остават неразпознати от гледна точка на техните функции за справяне с дискриминационно отношение. От една страна, това създава благоприятна среда, която дава възможност за широко разпространение на стереотипи и нагласи към отделните малцинствени групи. От друга страна, действията за превенция на дискриминацията от страна на държавните институции са изключително ограничени. Това е особено видно сред децата и младежите. Съществени пропуски са налице и в образователната система от гледна точка на изграждането на дигитална компетентност. Това дава основание да се достигне до извода, че към групите в неравностойно (малцинствено) положение се провеждат неадекватни политически действия, което допринася за стабилизирането на стереотипите и акционните нагласи.

Анализът на данните от настоящото проучване показват и силно неодобрение към отрицателните стереотипни публикации спрямо ромите във Фейсбук. Въпреки това обаче, тези публикации имат и своите поддръжници, които вярват, че това е истина. Нещо повече, във Фейсбук се наблюдават и тенденции към умишлено използване на тези публикации с цел привличане на съмишленици, както и затвърждаване на негативния образ спрямо ромите. Това е видно и за много други групи, като например турците, бежанците напоследък/ търсещи или получили международна закрила лица и пр., но остава най-явно към ромската етническа група. Тези публикации много бързо стават разпространяеми (viral) и достигат до огромни маси от населението, които превръщат отрицателните стереотипи в стигми, спрямо ромската етническа общност. Не бива да се подценява и фактът, че част от това съдържание се създава и от страна на

политически групи, партии и отделни личности, които използват съпротивата срещу „различните“ групи като фактор за печеленето на симпатии и вдигане на рейтинг.

Бързото и сравнително лесно разпространение на съдържание, което има стереотипен или дискриминационен характер играе съществена роля и от гледна точка на образователното въздействие, а не взаимодействие. Това се отнася най-вече до децата и, най-вече, подрастващите, които, от една страна, имат относително лесен достъп до социалните медии, и от друга, са в период на развитие, който предполага по-голямо влияние на социалната среда. Наличието и сблъсъкът с дискриминационни и стереотипни публикации играе съществена роля във формирането на модели на поведение у децата и подрастващите към „различните“ групи. Както показват и данните от изследването, участниците от възрастовата група под осемнадесет години е особено чувствителна и възприемчива към подобен вид послания. Това се обяснява с възрастово – психологическите особености.

Друг съществен фактор е и по-ниската степен на контрол и рефлексия на възрастните за видяното съдържание, което възпрепятства и обяснението, което би могло да бъде получено от тях, както и представянето на добри модели на социално приемливо поведение и говорене. Това прави проблема за негативните стереотипи и езика на омразата още по-значим и актуален.

Отрицателните тенденции спрямо ромите в българското Фейсбук общество, враждата между етносите и омразата в обществото ни налагат предприемането на организирана и много ясно структурирана реакция от страна на държавните институции, тъй като това заплашва националната ни сигурност. Енергията на нацията се насочва към омраза и търсене на причините в различния, а не в решаването на конкретни политически, социални, трудови или други житейски проблеми на хората. Много по-лесно и изгодно е да се обвинят една група хора за всички проблеми на нацията, вместо да се търсят пътища за решаването им. Когато обаче в една подобна картина на омраза и дискриминация спрямо една етническа група се включват политически сили, това става опасно и непредвидимо. Тогава говорим за етническа конфликти и противоречия - причини за тяхното възникване и начини за тяхното регулиране.

Звената към институциите, които отговарят за дискриминацията, остават сравнително неразпознаваеми от широката публика. Въпросът относно доверието към тези звена остава предимно с отговор, който може да се определи като безразличие – между 30 и 40% от изследваните лица дават отговор „нито имам, нито нямам доверие“ за всеки един от вариантите. Още по-притеснителен е фактът, че на практика с най-високо доверие по въпросите на дискриминацията се ползват не отговорните институции, а медиите. Когато става дума за въпроси на дискриминация на базата на етнос и стереотипно мислене за ромската етническа група, трябва да се има предвид и фактът, че над 90% от публикациите на конвенционалните медии са с негативно съдържание. Дори да предположим, че става дума за социални медии, то отново се връщаме на въпроса за същественото ниво на съдържание със стереотипен и дискриминационен характер, за което на практика липсва механизъм за реакция.

Днес Фейсбук е платформа за срещи, споделяне и взаимодействие с приятели и познати. Тя е също така и платформа на сблъсък на идеи, на различни концепции, на дискусии за управлението и за това накъде върви обществото и човечеството ни. Именно затова изследователите, обществените личности, политиците, държавните институции трябва да пазят обществения интерес на нацията за межкултурна рефлексия, дори и в сайта на социалната мрежа, наречена Фейсбук.



## **ПРИНОСИ С ТЕОРЕТИЧЕН И НАУЧНО - ПРИЛОЖЕН ХАРАКТЕР**

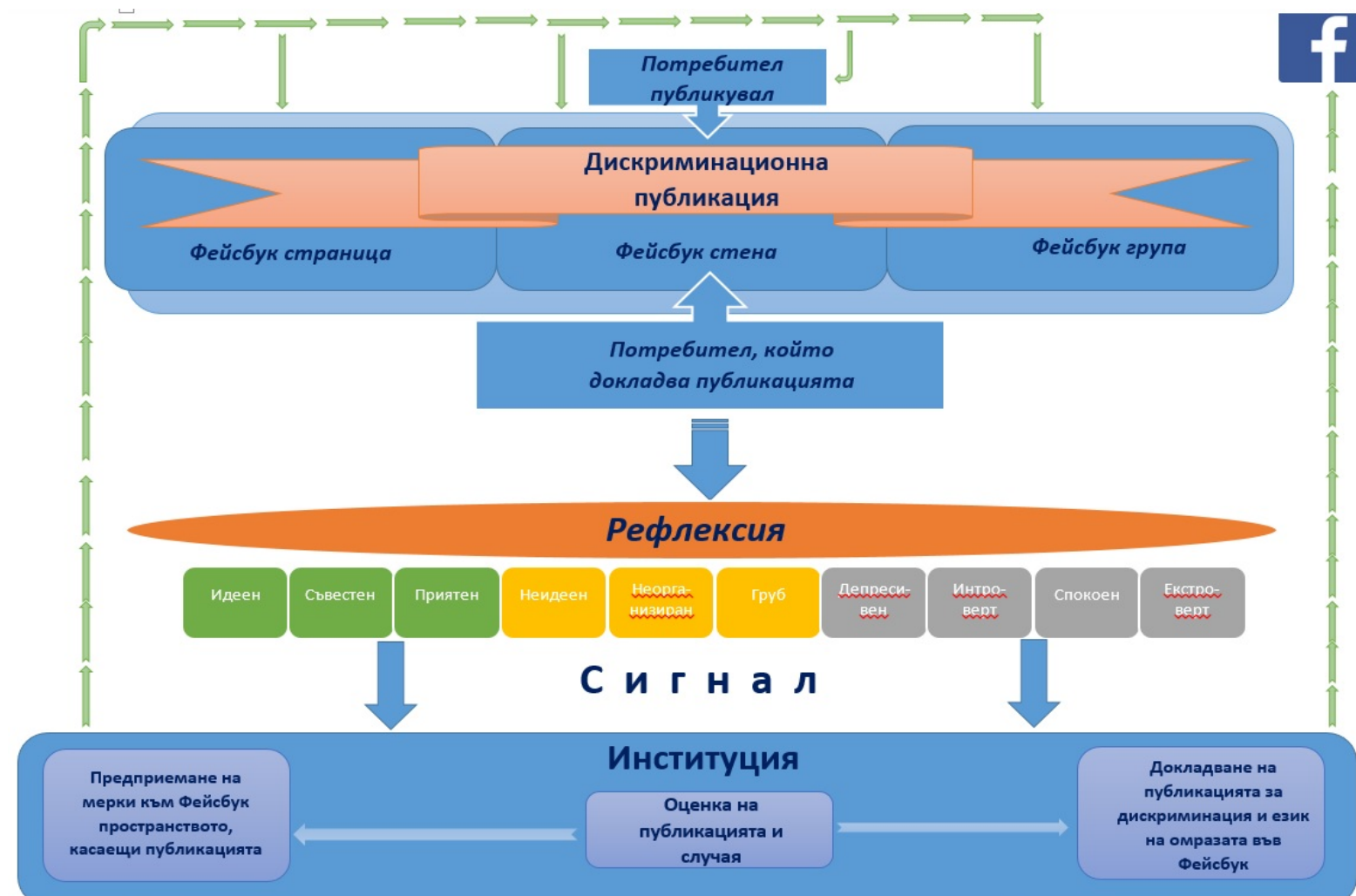
Приносите на дисертационния труд се разделят в три основни части, както следва:

- Разработен е етнопсихологически модел, който може да се използва при бъдещи интервенции срещу дискриминацията в социалната мрежа Фейсбук с превантивни функции.
- Определени са етнопсихологическите условия за превенция на дискриминацията и „езика на омразата” сред потребителите във Фейсбук
- Направена е оценка на разпознаваемостта и доверието към институциите, работещи по въпросите на дискриминацията с цел извеждане на препоръки към държавните институции за превенция на дискриминацията в социалната мрежа Фейсбук.

### **❖ Етнопсихологически модел за бъдещи интервенции срещу дискриминацията в социалната мрежа Фейсбук**

Една от задачите бе да се представи модел за бъдещи интервенции срещу дискриминацията във Фейсбук. Това е едно изследователско решение което може да бъде, част от предприемане на целенасочена политика за интервенция срещу дискриминацията в случай на език на омразата или публикации, които уронват човешкото достойнство не само по отношение на ромите, но и на много други дискриминирани групи в обществото.

На схемата по-долу е представен етнопсихологически модел за бъдещи интервенции срещу дискриминацията, който може да бъде изграден в рамките на съществуващите институции в България като например в Комисията за защита от дискриминация. Създаването на специално звено, което да получава, обработва и работи по сигнал за дискриминация във Фейсбук ще направи възможно регулирането на средата във Фейсбук, както по отношение на отделните потребители, така и по отношение на страниците които разпространяват дискриминационно съдържание.



## ❖ Етнопсихологическите условия за превенция на дискриминацията и „езика на омразата“ сред потребителите във Фейсбук

Фокусът на действие в областта на превенцията трябва да бъде предприет спрямо групите, които са представители на полярните релации сред така наречените групи „неидеен“, „неорганизиран“ и „груб“. Очевидна е връзката с метрическата възраст и тези три психологически черти показват, че преди всичко е необходимо да се предприемат действия по отношение на децата и младежите. Преди всичко е необходимо да се предприемат действия в областта на превенцията, така че интеркултурната компетентност и недискриминационно поведение да е в основата на бъдещите етнопсихологически модели. Ето и някои от етнопсихологически условия за приложение на етнопсихологически модели в социално – образователна среда:

- Образователната среда, трябва да бъде по-отворена и по-инициативна по отношение на интеркултурното образование в системата на педагогическо взаимодействие : ученик – учител – родител – информационна среда.
- Разработване и внедряване на държавен образователен стандарт: „Гражданско, здравно, екологично и интеркултурно образование“ по влизания в сила закон за предучилищното и училищно образование (август 2016), с акцент на интеркултурното образование.
- Въвеждане на дисциплини: „Приобщаващо образование“ в учебните план за придобиване на учителска правоспособност по стандарт – „Педагогически специалисти“ на влизания в сила закон за предучилищното и училищно образование. Кодирани в тази програма учебно съдържание по интеркултурно образование, което да се постави фокус върху онлайн среда и етичните норми на общуване в социалните медии и как да реагират децата и младите хора, когато се натъкват на адискриминационно съдържание в социалните мрежи.
- Въвеждане в учебните планове на специалностите, касаещи работа с адресат - етническите малцинства дисциплини, като: „Етнология“ ; „Етнопсихология“ , „Етнопедагогика“, „Интеркултурно образование“, „Социална рефлексивна антропология“ и други.
- Развитие на етноложки, етнопсихологически и етнопедагогически програми за работа с деца в онлайн среда, като начин на поведение, общуване и възприемане на публикациите, уронващи човешкото достойнство, както и обобщаване и генерализиране на твърдения за по-голяма група хора на базата на дадено различие. Необходимо е тези програми да са свързани с повишаване на **онлайн грамотността**, термин който напоследък има все по-голямо значение.
- Необходимо да се развият онлайн програми и етнопсихологически кампании, които да третираат езика на омразата най-вече сред младото поколение, но и не само. Освен това се налагат и рефлексивни и комплексни/интегрални действия от страна на заинтересованите институции, за да противодействат на разпространението на стереотипните разбирания за ромската общност.

## ❖ Разпознаваемост и доверие към институциите по въпросите на недискриминацията

Етнопсихологическото изследване на потребителите във Фейсбук, **показва много ниска степен на разпознаваемост** на държавните институции по отношение на дискриминацията. Това е сериозен проблем, който показва, че хората не разбират

ролята на държавните институции и са по-благоклонни към неправителствените организации, медиите и независимите институции. За да се подобрят етнопсихологическите условия на ниво държавен сектор, неправителствен сектор и медии е необходимо да се предприемат мерки които са били предлагани многократно от страна на научната общност, неправителствените организации и от различни активисти, работещи в областта на мултикултурното взаимодействие.

**На първо място,** политическите решения, които трябва да бъдат взети по отношение на съдебната реформа са ключови по отношение на недискриминацията. Това е една много важна стъпка, която ще направи съдебната система работеща и езикът на омразата преследван така, както е записано в Наказателния кодекс<sup>40</sup>. В момента темата за реформата в правосъдието е широко обсъждана в публичното пространство, в това число и във Фейсбук и показва важноста от това да се предприемат мерки за подобряване на ефективността на съдебната система.

**На второ място,** държавните институции е необходимо да бъдат по-активни както на местно, така и на държавно ниво, като имат специални програми, свързани с подаване на сигнали, свързани с дискриминационните нагласи. Нещо повече: присъствието на държавните институции във Фейсбук е необходимо да стане практика, тъй като голям брой от населението у нас общува в тази среда, а държавните институции трябва да имат по-активна роля и да развиват програми в социалната медия.

**На трето място,** независимите институции като Омбудсмана на Република България и Комисията за защита от дискриминация трябва също така да присъстват активно във Фейсбук. Необходимо е да се извършва текущ мониторинг на езика на омразата в социалната мрежа Фейсбук, както и да се развиват програми за превенция на дискриминационни публикации. Тези независими органи могат да подават сигнали към централата на Фейсбук за премахване на постове, групи и страници, които проповядват национализъм, омраза и дискриминация.

**На четвърто място,** въпреки сравнително добрите резултати за неправителствените организации в настоящото изследване, може да се каже, че все още редица групи от населението не са обхванати от дейностите на тези организации. Това е факт поради ограничения им ресурс, но също така и поради факта, че в България темата за етническата омраза и дискриминацията не е припозната тема, с която да се води сериозна борба. Дейностите на неправителствените организации е необходимо да стигнат до децата и потребителите, живеещи по селата и малките градове. Освен това е необходимо неправителствените организации да засилят своето присъствие във Фейсбук и да бъдат по-активни с конкретни кампании, свързани с толерантността, взаимодействието и съвместното съжителство между различни етнически общности. Всички тези усилия трябва да бъдат насочени към различни аудитории, и да имат един по-целенасочен обхват.

**На пето място,** въпреки че медиите имат по-добър резултат в сравнение с държавните институции по отношение на дискриминацията, все още са налице множество

---

<sup>40</sup> Член 162 от Наказателния кодекс на България след последната промяна от 2011 г. гласи: „Който чрез слово, печат или други средства за масова информация, чрез електронни информационни системи или по друг начин проповядва или подбужда към дискриминация, насилие или омраза, основани на раса, народност или етническа принадлежност, се наказва с лишаване от свобода от една до четири години и с глоба от 5 хиляди до 10 хиляди лева, както и с обществено порицание“.

дискриминативни публикации и дори предавания, които заклеияват ромската общност. Необходимо е медиите да бъдат социално-отговорни по тази тема. Все още темата за дискриминацията не присъства в медийното пространство, а това е важен елемент от превантивните дейности.

**На шесто място** и на последно място, настоящото етнопсихологическо изследване може да бъде от полза на бизнеса и други заинтересовани страни, имайки предвид стереотипите и поведението на потребителите във Фейсбук. То показва недвусмислено връзката между поведение, предпочитани публикации и статуси, както и реакциите на различните личностови черти в мрежата.

## ПУБЛИКАЦИИ

- Богданов, Г. „, Етнопсихологическите аспекти на социално-образователните функции на Фейсбук 2008-2013“, Етнология Академика – 9 „Постмодерните предизвикателства“, университетско издателство „Св.Климент Оридски“, стр. 177-192
- Богданов, Г. „, Етнопсихологическите аспекти на социално-образователните функции на Фейсбук 2008-2013“, сп. "Стратегии на образователната и научната политика"., МОН, дирекция "Аз Буки" „бр. 4/2016
- Koleva, I. Bogdanov, G. Sientific advances and perespectives of psychology the XXI century, Karaganski State Universty, Kazakstan, Ethnopsychological aspects of the socio-edical functions of Facebook inn Bulgaria 2008-2013, p. 419-426

## SUMMARY IN ENGLISH

**Ключови думи:** Етнопсихология, Етническа дискриминация, Стереоотипи, Роми, Страници на социалните мрежи, Фейсбук, Големите пет личностови черти.

**Key words:** Ethno-psychology, Ethnic discrimination, Stereotypes, Roma, Social Network Sites, Facebook, Big Five Personality Traits

The dissertation 'Ethno-psychological aspects of the socio-educational functions of Facebook in Bulgaria - 2008-2013' by Mr George Vasilev Bogdanov, PhD, was discussed at a sitting of the Ethnology department, the Faculty of History at 'St. Kliment Ohridski' Sofia University on 23 March 2016 and has been forwarded to be defended before the special scientific committee of professional direction 3.1 'Sociology, Anthropology and Cultural Sciences'.

The dissertation contains 236 standard pages, 194 of which are text-expose, and 28 pages are appendices. Its structure is: an introduction, three chapters, findings, and conclusion. The bibliography includes 156 titles, sources both in Cyrillic and Latin. 3 Appendices are included: a list of organizations from the non-discrimination field, a questionnaire of the ethno-psychological research, and qualitative data from facebook research.

There is a total of 12 tables, 45 graphs, and 12 images in the dissertation. The Introduction looks at the time-relevance and the importance of the chosen topic for the dissertation, together with its purpose, objectives, object, subject, and hypothesis.

**In Chapter One**, the theoretical basis of the ethno-psychological aspects of the social networking websites is presented. Various theories connected to social networking websites are looked into, with reflexion, stereotypes and management theories in the non-discrimination sphere. **Chapter Two** deals with educational co-operation and the educational functions in and of Facebook in the context of the economic benefits and losses as the result of discrimination stereotypes.

**In Chapter Three**, the results of the ethno-psychological research are presented. They are organized in four parts: demography, self-evaluation of the Facebook users in relation to the Big Five Personality Traits, the users' behaviour in cases of discrimination posts on Facebook, as well as the familiarity with, and trust in, institutions and organizations working on discrimination issues.

**The findings** present the relationship between self-evaluation within the Big Five and the reaction, stated by the users in this research, to stereotypical and discrimination publications. An ethno-psychological model of reaction is suggested here in case of a discrimination post on Facebook.