

**СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”**

**ФИЛОСОФСКИ ФАКУЛТЕТ**

**КАТЕДРА „РЕТОРИКА”**

## **АВТОРЕФЕРАТ**

**на**

## **ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД**

**на тема:**

**„Етически аспекти в междуличностната комуникация във  
виртуална среда – социална мрежа Facebook (2003–2016 г.)”**

**За присъждане на образователната и научна степен „доктор” по  
професионално направление**

**„Реторика във виртуалната среда”**

**2.3. Философия (Реторика)**

**Докторант:**

**Десислава Добрева**

**Научен ръководител:**

**проф. д.ф.н. Иванка Мавродиева**

**София**

**2016**

Материалите са на разположение в кабинет № 133, бл. 4,  
бул. „Цариградско шосе” № 125, катедра „Реторика”, Философски факултет,  
СУ „Св. Климент Охридски”

Дисертационният труд е обсъден на разширен катедрен съвет на 5 юли 2016 г. в  
катедра „Реторика“, като е взето решение за откриване на процедура за публична  
защита на дисертационния труд.

Автор: Десислава Добромирова Добрева

Заглавие:

„Етически аспекти в междуличностната комуникация във виртуална среда – социална  
мрежа Facebook (2003–2016 г.)”

Научен ръководител: проф. д.ф.н. Иванка Мавродиева,  
катедра „Реторика”, Философски факултет, СУ „Св. Климент Охридски”

Научно жури – членове:

Председател на научното жури: проф. д-р Силвия Минева

Рецензии:

Проф. д-р Силвия Минева

Проф. д.пс.н. Толя Стоицова

Становища:

Доц. д-р Цветан Кулевски

Доц. д-р Стела Константинова Ангова

Проф. д.ф.н. Иванка Мавродиева

## Съдържание на автореферата

<b>I. Характеристика на дисертационния труд</b> .....	4
1. Актуалност на проблема.....	4
2. Обект и предмет .....	5
3. Цел и задачи .....	5
4. Хипотеза.....	7
5. Методи и методология на изследването .....	8
<b>II. Обща структура на изложението и резюме на съдържанието</b> .....	10
1. Първа глава: Традиции и новости в реториката.....	10
2. Втора глава: Социални медии. Възникване, развитие, тенденции и перспективи .....	13
3. Трета глава: Информационните технологии и новите проблеми на етиката.....	15
4. Четвърта глава: Facebook комуникацията в етичен аспект, изразена чрез вербални и визуални реторически техники .....	17
<b>III. Резултати</b> .....	21
<b>IV. Приносни моменти в дисертационния труд</b> .....	23
<b>V. Публикации по темата</b> .....	24

## **I. Характеристика на дисертационния труд**

Дисертацията е с общ обем от 205 страници и се състои от: увод, четири глави, заключение, списък на използваните източници – 158 на брой, шест приложения. Библиографията е оформена в стандарт APA (American Psychological Association) като една от най-популярните конвенции, използвани в документите по обществени науки. В дисертационния текст са включени 57 таблици и 79 фигури. Първите три глави са с научно-теоретична насоченост и целят да очертаят теоретичната рамка, докато последната глава представя резултати от емпирични изследвания върху обектите според дизайна и методологията на изследването. Текстът е с обем 176 страници без приложенията.

### **1. Актуалност на проблема**

Проблемите, които се проучват в дисертационния труд, са изведени въз основа на отчитане на развитието на социалната мрежа Facebook и на възможностите, които тя дава на потребителите. Обособява се група от проблеми с общ корен (универсализма и технократската парадигма), а проблемите са продиктувани от мащаба на Facebook и от неговите разнородни потребители. Към проблемите, които са разгледани в текста на дисертацията, съществува сериозен научен интерес в световен мащаб и вече са налице традиции в изследванията в академичната сфера в областта, дори може да се говори за утвърдени научни позиции. Отскоро и в България започва да се осъзнава значимостта и съществуването на реален проблем в това отношение и в частност към проучване на Facebook, но досега изследванията са предимно на научнопопулярно ниво или се правят проучвания от медиите. На този етап научният интерес към тази проблематика в България не е траен и систематичен, по-скоро е спорадичен или се съсредоточава върху други измерения на виртуалното пространство. Затова изследването в дисертацията е мотивирано от амбицията за академично проучване на тематиката и проблематиката. Допълнителен фактор е и личната мотивация на докторанта – да установи реален проблем в маниера на комуникация и в споделянето на информация в социалната мрежа Facebook, като достига и до допусканията за известни рискове при следване на този модел на общуване във Facebook.

## **2. Обект и предмет**

Обектите на изследването са обособени в два основни корпуса.

Първият корпус е с вербално съдържание (според кода и начина на представяне). Той е съсредоточен основно около първата част на изследването, като за целта са анкетирани общо 55 респонденти, обхванати са 205 потребители на социалната мрежа Facebook, които съставляват списъка с контакти на авторката.

Вторият корпус е селектиран и създаден според визуалното съдържание, като той е ориентиран към втората част на изследването, в което са проучени общо 160 изображения от същия селектиран брой потребители на Facebook. Вторият корпус е разделен в два подкорпуса – албуми със снимков материал и начини за отбелязване на локация и извършвана дейност. Както вече беше казано, връзката между двата вида корпуса се обосновава на това, че едни и същи групи потребители са анализирани с различни методи, което позволява отчитане на общи и специфични елементи от комуникативна и реторична гледна точка при използване на различни методи, които са релевантни спрямо обектите на изследване.

Предмет на изследването са начините, по които комуникират потребителите в социалната мрежа Facebook от гледна точка на виртуалната реторика, както и проблемите, които са свързани с поверителност на информацията, личната неприкосновеност и сигурност и киберпрестъпления, породени от общуването на потребителите на социалната мрежа Facebook.

## **3. Цел и задачи**

Целта на изследването е да се идентифицират особености, явления и тенденции в комуникацията във Facebook и тяхната релевантност или ирелевантност спрямо традиционните етични норми и да се установи дали, до каква степен и как виртуалната реторика се проявява в цитираната социална мрежа на равнище комуникация между потребителите, което условно може да се нарече „битова виртуална реторика“.

осъществяваща се на междуличностно равнище. Очакваният резултат от изследването в практически план е да се състави списък от препоръки за безопасно и етично общуване онлайн, допълващи и конкретизиращи обичайните правила на поведение и междуличностно общуване, с оглед на особеностите и условията на съвременните виртуални социални мрежи, в частност – на Facebook. Включен в общата рамка на условията за ползване на съответните платформи, подобен списък с препоръки би бил полезен както за потребителите на мрежата, така и за администриращите я професионалисти, осигурявайки по-безопасно общуване за едните и по-успешно изпълнение на професионалните задачи на другите. Така формулираната цел предполага обособяване на ново изследователско поле с комплексен и интердисциплинарен характер, в което намират своята пресечна точка различни дисциплини от областта на фундаменталното и приложно познание като етика, психология, семиотика, лингвистика, реторика и в частност виртуалната реторика. Неговият интердисциплинарен характер следва естествено от дефицита на академични задълбочени изследвания на този вид комуникация и нарастващия интерес към изучаването ѝ според различни гледни точки с помощта на адекватни научни методи.

За целта бяха анкетирани потребители на социална мрежа, които са селектирани по различни критерии, а именно: селектирани според темите, които вълнуват потребителите; действията, които огласяват в своя профил, поведението им, обикновено продиктувано от тенденциите в мрежата и реакцията им спрямо впечатлили ги постове с визуално и/ или вербално съдържание. Фокусът на изследването не е върху информацията, която е комуникирана във вид на рекламни послания, слогани и представителни текстове или върху информация на профили на фирми, организации, институции и брандове, а върху индивидуалните особености на тези, които ползват мрежата, тоест на персонално равнище.

Изследването се ангажира със следните задачи, разделени в групи, както следва:

*Първа група задачи на научно и теоретично равнище:*

1. Да се изготви теоретична рамка в резултат на исторически и теоретичен обзор на реториката от гледна точка на класическите и съвременни реторически похвати за убеждение на вербално, невербално и визуално ниво; да се изведат

и да се представят или предефинират някои термини в контекста на виртуалната реторика, с оглед спецификата на дисертацията.

2. Да се изведат специфики на социалните мрежи и в частност на Facebook въз основа на теоретичен обзор и анализ.
3. Да се идентифицират специфични за Facebook явления и да се категоризират в съответни понятия, релевантни на изследователския интерес към тях.
4. Да се предложат работни дефиниции на нови понятия, наложени от целите на изследването и спецификата на изследваният предмет.

*Втора група задачи на равнище правна регламентация и етични норми и правила:*

1. Да се направи сравнителен анализ на наличната регламентация на мерки за поверителност и неприкосновеност в света, в частност и в България, и потребителските практики по тяхното прилагане в социалната мрежа Facebook.
2. Да се изследват съществуващите практики за борба с киберпрестъпленията и тяхната ефективност.

*Трета група задачи на методическо и изследователско равнище:*

1. Да се артикулират/обособят/изведат специфичните етически проблеми, които са провокирани от комуникацията в социалната мрежа Facebook с помощта на наблюдение и дискурс-анализ.
2. Да се проведе емпирично изследване върху разглежданите проблеми. Да се обобщят и да се направят изводи от резултатите от изследването.
3. Съставяне на списък от препоръки за безопасно и етично общуване онлайн в социалната мрежа Facebook.

#### **4. Хипотеза**

В дисертацията се формулират две хипотези, ориентирани спрямо спецификата на проблематиката: от една страна, етични проблеми, а от друга, виртуална реторика.

Първата хипотеза гласи, че някои от потребителите на Facebook са изложени на риск поради различни фактори, сред които е нормативният дефицит, характерен за общуването

в социалната мрежа, поради това, че немалка част от потребителите във Facebook споделят твърде голяма по обем и твърде лична (частна) информация; както и че съществува обективна опасност от нарушаване на неприкосновеността на виртуалното и реално лично пространство на отделния индивид и опасност от ставане на жертва на киберпрестъпление;

Втората хипотеза гласи, че реториката в социалната мрежа Facebook се проявява в специфична среда, тя носи особеностите на виртуалната реторика, като се прилагат както похвати, известни от класическата реторика на вербално равнище, така и техники и похвати на невербално и визуално ниво, типични за общуването във виртуална среда. От една страна, на вербално равнище се стига до лаконичен изказ и елиптични изрази, а на визуално равнище се появяват и налагат фигури и тропи, които се декодират бързо и лесно от участващите в комуникацията в изследваната социална мрежа.

Допусканията са в посока установяване на особености на общуването от потребителите във Facebook в условията на ежедневна/битова виртуална реторика, използвайки с известна условност това понятие, но и отчитайки, от една страна, определението на Аристотел „Нека реториката бъде способност да откриваме при всеки случай онова, което може да убеди“ („Реторика“, 1986, 45), а от друга страна, вече известни реторични класификации, в които е включено битовото красноречие.

## **5. Методи и методология на изследването**

Методите, използвани в изследването, се базират на количествен и качествен анализ, проведени са емпирични изследвания, в хода на проучването се осъществява процес по извличане на точна и релевантна информация, а именно: систематизирано, методично наблюдение на обекти във виртуална среда, последвано от дискурс-анализ, анкетиране, анализ на данните от анкетирането посредством SPSS Statistics и прилагане на чисто статистически похвати за апробиране на допуснатата хипотеза. Наблюдението е от типа етнографско включено наблюдение във виртуална среда и се провежда по специално изработена за целта карта за наблюдение. Анкетата, която сама по себе си представлява вид етически похват за извличане на информация, също така позволява прилагането на чисто



статистически похвати за анализ на данните, в случая обработка на данните и анализ чрез SPSS Statistics. Методът на подбор на респондентите за анкетата се основава на т.нар. „метод на отзовалите се”, като въпросите от допитването са публикувани на общодостъпно място в интернет и групата от приятели на докторанта във Facebook са информирани за тяхното наличие, с молба за попълване на анкетата при желание от тяхна страна. При изготвяне на въпросите и съставянето на въпросниците за анкетите се композират два вида въпроси. Първите, които са въвеждащи, са насочени към извличане на основна демографска информация и са свързани с типа профил на респондента, което представлява интерес от чисто статистическа гледна точка и са насочени към получаването на информация за пол и възраст на респондентите. Вторият тип въпроси се стремят да вникнат в проблематиката в дълбочина, като използваните въпроси са от следните видове:

1. Насочващи – за задълбочаване в естеството на изследваните проблеми;
2. „Как се чувстваш?” – за съпровождащи мнението чувства и емоции;
3. За сондиране – за дълбочинно сондиране.

Също така при съставяне на въпросниците се използва стратегия от фуниеобразен тип на подреждане, като се започва с по-обща въпроси и се върви към по-конкретни. Не може да не се отчете и фактът, че при дизайна на възможните отговори съществува стремеж към насочване на респондентите, но и в повечето случаи е оставена и опция за отговор в свободен текст, което позволява свободното изразяване на мнение при необходимост и желание от страна на респондентите. За целите на изследването се дават възможности за отговори, които попадат в категорията на номиналните стойности, съставлящи номинална скала на отговори, и се използват за обозначаване на променливи, които нямат количествена стойност. Налични са въпроси и с рангова скала на отговори (Никога, Често, Почти винаги) и също така се взимат предвид особеностите на съжденията от гледна точка на формалната логика и се съставят възможни отговори от следните категории:

1. Съждения за качество: утвърдителни и отрицателни;
2. Съждения за количество: единични, частни и общи;

3. Съждения, обособени в една обединителна класификация по количество и качество: общоутвърдителни, частноутвърдителни, общоотрицателни и частноотрицателни.

Инструментите, използвани за анализ на резултатите от анкетирането, са следните:

- Специално изготвена карта за наблюдения;
- Уеббазирано професионално приложение за провеждане на анкети – SurveyMonkey, предоставящо резултатите в електронен вариант;
- Професионална компютърна статистическа програма за анализ на данни от проучвания SPSS Statistics.

## **II. Обща структура на изложението и резюме на съдържанието**

### **1. Първа глава: Традиции и новости в реториката**

В първа глава се прави теоретичен и исторически обзор на реториката, като се започва от най-древните източници за ораторско изкуство, разглеждат се ораторското изкуство на Древна Гърция и Древен Рим, реториката през Ренесанса и Средновековието до настъпване на Новото време, красноречието по време на революциите, социалните промени и преломни моменти за човечеството и се стига до значими съвременни теоретици на реториката. Логично е обърнато внимание на класическите и съвременни методи за убеждаване на вербално, невербално и визуално ниво. Отделено е специално внимание на виртуалната реторика, с оглед на полето, в което се развива изследването.

В началото на първа глава се започва с разграничаване и определяне на релевантните за дисертационния текст понятия, а именно: комуникация–общуване–реторика–реторическо общуване–ораторско изкуство. В този раздел се разглежда принципно развитието на реториката от едно базово, неосъзнато ниво до съвременното, на което сме свидетели, и показва зараждането на реториката и красноречието и техните метаморфози във времето, дължащи се не само на естественото им развитие, но и на функционалните им особености и целите, поставени пред тях.

В теоретичния обзор на реториката от нейния класически период се позовават някои от най-известните имена, които се считат за основополагащи за нейното възникване и утвърждаване: Сократ, Платон, Демостен, Аристотел от мислителите на Гръцката античност, както и следните бележити имена от Древноримската реторика: Цицерон, Квинтилиан. При обзора на реториката на Средновековието и Ренесанса се отдава значимост на Тертулиан, Ориген, Атанасий Велики, Василий Велики, Григорий Богослов, Йоан Златоуст и др. Отчетено е значението и на други личности: Лоренцо Вала, Франческо Петрарка и др. Що се отнася до реториката по времето на революциите и преломните за човечеството моменти, се отдава внимание на ораторите на великата Френска революция – Мирабо, Дантон, Марат и Робеспьер. Като значими съвременни теоретици на реториката са отличени: Хаим Перелман, Кенет Бърк, учените от Група џ, Стивън Тулмин. Теоретичният обзор в първа глава естествено се позовава и на български учени с утвърдени позиции в изследванията по реторика: Донка Александрова, Иванка Мавродиева, Величко Руменчев, Вирджиния Радева, Мариета Ботева, Нора Голешевска, Мария Попова, Маргарита Пешева, Анна Кръстева, Нели Стефанова. Също така са направени референции към Ноам Чомски, Алан Пийз, Алан Гарнър, Пол Екман, Сара Фос, Габриела Кишишек и други, стриктно описани в библиографията към дисертационния труд. Дадена е работна авторова дефиниция за виртуална реторика, базирана на проучванията на авторката в областта.

На базата на теоретичния обзор и определяне границите на теоретичната рамка, са направени обобщение и изводи, според които, възникнали още в древността, ораторството и реториката са съпътствали човечеството през вековете като ефективна, обществено значима форма за целенасочено въздействие върху хората. Важни условия за развитие на реториката са формата на политическа организация на обществото, а историческият ѝ преглед сочи, че тя се развива най-интензивно в условията на демократични общества и там, където са разпространени юридическата и парламентарна практика, за които е важно и красноречието.

- Битовото красноречие, което исторически е едно от най-старите прояви на ораторство, преминава през различни епохи, но допусканията са, че то не се повлиява радикално от социално-икономическите условия.

- Методите за убеждаваща комуникация и аргументация са различни и често се използват в комбинация на визуално, вербално и невербално ниво.
- Визуалната реторика като направление в реториката е сравнително нова, но научният интерес към нея расте и вече две десетилетия продължават изследванията, които се ангажират с нейното изучаване.
- Визуалните аргументи са предпочитани при убеждаване и изразяване в ежедневието, тъй като са лесни за възприемане, те се декодират инстинктивно, те са въздействащи, особено на психологическо и емоционално ниво.
- Увеличават се изследванията в сферата на дигиталната реторика, писането за уеб и уебчетенето, но едва през последните години се дефинира терминът „виртуална реторика“, очертава се поле на изследване, което е различно и е с по-голям обем от този на дигиталната реторика.
- Реториката запазва приложния си характер с вековете, като нейните метаморфози се дължат основно на историческите събития и условията на епохата, в която действа и се адаптира към тях, за да запази своята същност като теория на ефективната комуникация и убедителното говорене и красноречие в практическата си проява.
- В края на 21. век ораторството се проявява на нова и различна агора и за пореден път се адаптира към променящите се условия на епохата, преминавайки от „площадите“ към виртуалното пространство – интернет и социалните медии като неин нов форум на изява.
- Виртуалното пространство дава възможност за употреба на мултимодални аргументи, където визуални и вербални елементи се преплитат за постигане на желан ефект върху аудиторията.
- Аудиторията на виртуалната реторика, в това число на „ежедневната/битова виртуална реторика“ е нефиксирана, с непостоянен състав, нехомогенна и не притежава конкретни характеристики по демографски, географски или културни признаци. За съобщенията, комуникирани (публикувани) в интернет пространството, с основание може да се каже, че се отправят към случайна по състав и предварително неустановима по големина аудитория, чийто интерес трудно се ангажира и задържа, което налага нови техники в писането за уеб и в създаването на съдържание, публикувано в онлайн среда.

## **2. Втора глава: Социални медии. Възникване, развитие, тенденции и перспективи**

Втора глава от дисертационния текст е посветена на обзор на социалните медии, техните видове, възникването и развитието им и предпоставките за това. Направена е категоризация на различните видове социални медии. На следващия етап, при историческия обзор на видовете социални медии, се използва диахронният подход, като се разграничават три основни исторически периода: преди възникването на социалните онлайн медии, възникване на същите и след тяхното възникване. Направен е анализ на особеностите и характеристиките на уеб 1.0 и уеб 2.0 и са посочени разликите между тях.

Теоретичният обзор във втора глава се основава на множество автори, правили изследвания в областта като: Лон Сафко, Мария Бакърджиева, Джорджия Гадън, Диърдре Брекърридж, Иванка Мавродиева, Дейна Бойд, Силвия Минева, Дейвид Къркпатрик, Маргарита Пешева, Анна Кръстева, Мария Попова и други, коректно цитирани в библиографията. Изяснени са основни понятия, свързани със социалните медии и интернет. Проучени са множество статии и онлайн ресурси, стриктно описани в библиографията към текста.

Направено е обобщение и се достига до изводите, че социалните медии във вида, в който ги познаваме днес, имат своите предпоставки, сред които се нареждат и обстоятелствата в ИТ индустрията. Събитията, довели до възникването им, датират от преди повече от 40 години и следват своето естествено развитие. Появата им е продиктувана от желанието на хората да комуникират и да общуват помежду си бързо, лесно и по-ефективно, като споделят не само текст, но и различно по вид съдържание. По-различна и интригуваща е първоначалната причина за възникването на Facebook. Необходимо е да се подчертае не само защото цитираната социална мрежа е обект на изследване в дисертационния текст, но и защото се поставя характерен отпечатък върху социалното „мрежуване” в бъдеще или социализирането онлайн. Първоначално възникнала като студентска мрежа в елитен университет, в който за студентите е от изключителна важност принадлежността към определена група или кръг от хора, с цел по-доброто им позициониране в обществото, Facebook постепенно се превръща в инструмент за социална онлайн комуникация, за известна „приемственост“, за принадлежност и ангажираност.

Всички изброени предпоставки, заедно със стремежа към авторство, публикуване онлайн и контрол върху публикуваното съдържание, както и селектиране на аудиторията, която го получава, води до възникването на онлайн социалните мрежи. Възможностите, които те предлагат днес, са тясно свързани с развитието на интернет и преминаването му от уеб 1.0 към уеб 2.0. Не на последно място влияние оказват комерсиални фактори и фактори на бизнес развитието на компаниите в ИТ сектора, както и рекламодателите. Не закъсняват и притесненията за неприкосновеността на личното пространство и свободата на публично споделяне на лична информация, които отново идват като следствие от свободата на комуникация между хората. Всички тези фактори и събития съставят средата, в която възникват, функционират и се развиват социалните медии (и в частност Facebook) и чертаят перспективите за тяхното бъдеще.

Уеб 2.0 улеснява генерираното от потребителя, колаборативно и споделено интернет съдържание и неговия социален интерфейс дефинира по един нов начин социалната география, като дава възможност на интернет потребителите да свързват онлайн социалното си присъствие със съществуващите социални мрежи офлайн. Тази тенденция сама по себе си е фундаментална, тъй като променя първоначалната функция на интернет като средище на анонимни идентичности, формиращи псевдосоциални мрежи. Facebook е една от първите социални мрежи, които налагат нови правила експлицитно и изискват регистрация на потребителите с реалните им данни. Възникването на онлайн социалните мрежи като инструмент за комуникация и общуване следва естествено от вродената необходимост на хората да бъдат част от група и да се социализират. Свободата на споделяне онлайн дава предпоставки за излъчване на лична информация в публичното пространство, което може да доведе до много сериозни последици и постъпки с криминален характер на недоброжелателни лица. Към това следва да се добави като усложняващ ситуацията стремежът на компаниите чрез социални медии да събират все повече информация за потребителите си, много голяма част от която лична, и споделянето ѝ с други партньори, с цел оптимизиране на рекламата, което довежда до оправдано недоволство у хората.

Понастоящем сред най-новите тенденции в онлайн социалното „мрежуване“ са услуги, организирани около споделяне на медия съдържание (YouTube, Flickr),

микроблогинг (Tumblr, Twitter), нетуъркинг около обща локация (Foursquare) и споделяне на интереси (Pinterest).

### **3. Трета глава: Информационните технологии и новите проблеми на етиката**

Трета глава от дисертацията представлява критичен преглед и теоретичен обзор върху новите етически проблеми, произтичащи от комуникацията и общуването в социалните медии и по същество, след първите две подготвителни глави въвежда в по-голяма дълбочина в изследваните проблеми. Тя е посветена на компютърната етика, информационните технологии и новите проблеми на етиката. Прави се уточнението, че етическите проблеми, свързани със социалните мрежи и общуването в тях, включват два основни плана: първият се отнася до киберсигурността и необходимостта от защита на информацията, особено на личните данни от хакерски атаки и злоупотреба с тях, дефинирани често като киберпрестъпления. Вторият план се отнася до качеството на самото общуване между потребителите и тяхната склонност и способност да се придържат към определени морални норми и етически стандарти за общуване и поведение. Затова в този план попадат като типични проблемите, свързани с агресивното говорене, обидната и враждебна реч, хейтърството и тролирането, разпространението на порнографско съдържание и насърчаване на педофилията, които са обединявани често под общото название „агресия и насилие в интернет“.

Дадена е работна дефиниция за компютърна етика, след като е изяснена нейната същност. Разгледани са ранните научни изследвания върху онлайн социалните мрежи и са дадени теоретични ориентири. Отделено е внимание на съвременните етически съображения относно социалните мрежи като: защита на информационните активи и сигурност при комуникацията в интернет среда; киберпрестъпленията и личният дигитален отпечатък; киберпрестъпления, законодателна власт и прилагане на законите. Посочени са кои са основните проблеми на киберсигурността и какви са успешните методи за защита на персоналните устройства и информационните активи. Направен е обзор на възможностите за избягване на атаките на социалното инженерство и личната сигурност в интернет

пространството. Отделено е специално внимание на поверителността и неприкосновеността във Facebook и на настройките за поверителност и неприкосновеност на мрежата, както и на потребителските практики по този въпрос. Посочени са кои са релевантните актове от Европейското законодателство относно киберсигурността, неприкосновеността на личността и поверителността, както и какви са съществуващите закони по въпроса в България. Посочени са какви са правата на личността по повод сигурността, неприкосновеността и поверителността според ЕС.

В теоретичния обзор в трета глава са направени референции към следните автори и учени в областта: Тим О'Райли, Уолтър Мейнър, Дебора Джонсън, Джеймс Муур, Саймън Роджерсън, Любомир Стойков, Нели Огнянова, Алан Уестън, Артър Милър, Чарлз Фрийд, Албърт Боргман, Джес Тейтъм, Ерик Хигс, Кевин Митник, Стийв Возняк, Уилям Саймън, Кевин Поулсен, Клив Стол, Джонатан Литман, Джоузеф Мен, Кевин Митник, Брус Стерлинг, Микеле Слатала, Питър Брайт, Нейт Андерсън, Джаки Ченг, Ерик Бангеман, Аурих Лоусън и други.

В трета глава са дадени и работни дефиниции за трол, киберследене, фишинг, личен дигитален отпечатък, които служат за целите на изследването. Изяснени са основни понятия по отношение на разглежданата проблематика, направени са обобщение и изводи. Според тях видовете киберпрестъпления биват много и варират според типовете хора, които ги извършват. В световен мащаб проблемите на киберсигурността са предмет не само на научни изследвания, но ангажират вниманието и на автори, които пишат за тях по достъпен и интригуващ начин. Редица организации се ангажират с информиране на обществеността по проблемите на сигурността в интернет пространството. Проблемите на киберсигурността се разгръщат на различни нива и борбата с киберпрестъпленията изисква вниманието на различни институции, които следва да работят заедно. Преди всичко обаче отговорността за личната сигурност онлайн принадлежи на отделния индивид и съществуват множество мерки и препоръки, които могат да бъдат съблюдавани в тази насока. По отношение на прилагането на определени закони, конкретни законови рамки за борба с киберпрестъпността в България липсват и тепърва се установяват механизми за взаимодействие между институции и организации. Като страна – член на Европейския съюз, България съблюдава неговите препоръки. За първи път основната терминология



относно киберсигурността е дефинирана в „Конвенция за киберпрестъпленията” на Съвета на Европа от 2004 г. С цел да подсили киберсигурността си, отделният индивид на първо място следва да защити персоналните си устройства и информационни активи. Особено сериозни са щетите, които са резултат от дейности на социалните инженери. Като цяло хакерите се адаптират много лесно и изучават новостите изключително бързо.

От направените изводи е възможно да се обобщи, че разглежданата в трета глава тема е актуална и ще бъде още по-експлоатирана в бъдеще на различни нива и от различни институции и организации. Приложените факти и препоръки от своя страна говорят за това, че интернет е споделено пространство и сигурността в него е споделена отговорност, която започва от отделния индивид.

#### **4. Четвърта глава: Facebook комуникацията в етичен аспект, изразена чрез вербални и визуални реторически техники**

В четвърта глава от текста на дисертационния труд се съдържа изследването по темата на дисертацията като методи, дизайн, етапи и в нея се представят резултатите от него. В началото на главата се представя методиката и дизайна на изследването. Изследването е осъществено, като се правят референции с проучванията на Сава Джонев във връзка с качествените методи за изследване в социалните науки, след което се представят етапите на изследването. Посочват се детайли относно използваните инструменти в процеса на разработването и находките от него. Представен е анализът на резултатите от анкетите в SPSS Statistics, както и методиката на работа с цитирания софтуер. Направените анализи в SPSS Statistics са следните: 1) Дескриптивен статистически анализ по честота на променлива „Възраст”; 2) Дескриптивен статистически анализ по честота на променлива „Пол”; 3) Двумерни разпределения (кростаблици), съпоставящи променлива „Възраст” с променливите, отговарящи за всеки въпрос от анкетата; 4) Двумерни разпределения (кростаблици), съпоставящи променлива „Пол” с променливите, отговарящи за всеки въпрос от анкетата. Направени са обобщения и изводи, както и статистическа проверка на допуснатата хипотеза отново чрез SPSS Statistics. Посочени са ограниченията на изследването и е съставен списък с препоръки за безопасно и етично

общуване в социалната мрежа Facebook. В края на четвърта глава са представени резултатите от проведеното изследване и основанията за изследвания в продължение на дисертационния труд. Дадена е работна дефиниция за понятието „групова виртуална емпатия“, идентифицирано за първи път в дисертационния труд, тъй като проучванията на докторанта показват, че в световен мащаб до момента то се упражнява като дейност, но това става неосъзнато, освен това термин и дефиниция за него липсват. Също така са дадени работни дефиниции и за следните понятия: „таг“, „лично виртуално пространство“.

В четвърта глава са направени референции и към следните автори: Корнелиос Райнман, Силвия Минева, Стилианос Хаджипанагос, Стивън Уорбъртън, Александър Кузнецов, Максим Цветоват.

Изводите от проведеното и представено в четвърта глава изследване са следните:

1. Сред потребителите на Facebook по-активни са жените.
2. Сред потребителите на Facebook по-активни са тези на възраст между 21 и 30 години.
3. Големият дял на потребителите на Facebook, които ползват мрежата по няколко пъти на ден, може би се дължи по-скоро на факта, че в ежедневието им присъстват устройства, които им позволяват бърз и лесен достъп до услугата.
4. Потребителите на социалната мрежа внимателно преценяват до каква степен информацията, която споделят, да бъде публична и като следствие на това по-голяма част от тях не налагат допълнителни ограничения в профила си.
5. Като цяло потребителите на мрежата не изпитват трудности при промяна на настройките на профилите си във Facebook, но трябва да се имат предвид особеностите на аудитория, която е участвала в анкетата – предимно потребители на възраст между 21 и 40 години, които имат поне средно ниво на компютърна грамотност.
6. Големият дял на хората, които са склонни да редактират списъците си с контакти и да премахват приятели от тях, показва, че съществува голяма вероятност потребителите на социалната мрежа да приемат покани за виртуални приятелства твърде импулсивно или необмислено. Оттук следва да се уточни, че е налице релевантност при втората проведена анкета, тъй като е възможно потребителите

- на Facebook да не желаят да споделят информация с не дотам познати лица или да приемат виртуалното поведение на някои от контактите си за натрапчиво или неуместно.
7. Фактът, че мнозинството от анкетираните признават, че премахват тагове от снимки, на които са били отбелязани, показва, че те намират разпространяването на информация за тях неуместно и желаят да го ограничат, още повече когато това е направено без тяхното знание или съгласие. Интересно тълкувание на този факт би била възможността тези потребители да съжаляват по някакъв начин за действия и постъпки, които са изобразени на въпросните снимки.
  8. Големият дял на хората, които отговарят, че не съжаляват заради публикувано в мрежата съдържание, показва, че те подхождат внимателно и предпазливо относно действията и състоянията, които афишират във Facebook, и като цяло се демонстрира осъзната употреба на социалната мрежа.
  9. Може да се говори за създаване и утвърждаване на интересна тенденция, според която по-голямата част от анкетираните потвърждават, че не са настроили профилите си така, че да показват физическата им локация с всеки пост. Това потвърждава твърдението, че хората формират като ценност в онлайн поведението си това да отчитат като особено важно сигурността и поверителността във Facebook.
  10. Прави впечатление фактът, че понастоящем мнозинството от хората подхождат изключително предпазливо относно споделянето на информация за себе си.
  11. Повечето потребители във Facebook изпитват реални опасения относно злоупотребите с/в интернет и виртуалното пространство, притесняват се от опасността и не изключват възможността да станат жертва на киберпрестъпление.
  12. Резултатите показват, че хората все пак се възползват от възможностите на социалната мрежа за интерактивно общуване с останалите нейни потребители, които са в списъка им с приятели и често или дори много често споделят локацията, на която се намират в момента в реално време, а доста често и впоследствие, когато публикуват, и допълнителна информация към нея като снимков материал или видео.

13. Обобщавайки, може да се каже, че повечето респонденти на анкета №2 декларират, че са запознати с киберпрестъпленията, с изключение на една много малка част (4% от респондентите), и малко повече от половината (в това число и тези, които признават, че не са добре информирани) се опасяват, че могат да станат жертва на киберпрестъпление.
14. По принцип участниците в анкетирането признават, че не намират за уместно потребителите на тази мрежа да публикуват лични данни и твърде лична (частна) информация в това виртуално пространство.
15. Потребителите в тази социална мрежа не намират за редно или намират за досадно споделянето на твърде голяма по обем информация във Facebook, тъй като на вниманието им са натрапени данни, които не представляват интерес за тях или за които реално нямат време.
16. Потребителите на социалната мрежа Facebook, които са помолени да участват в анкетата, споделят, че образите, демонстрирани във виртуалното пространство, отговарят на реалните същности хората, които познават.
17. Към смуцаващите прояви на потребителите на изследвания социален сайт, които са докладвани в анкетата, се обособяват следните:
  - a. Допускане в личното виртуално пространство на хора, с които не се общува по този начин в реалния живот.
  - b. Публикации с нецензурно съдържание, което е представено предимно като снимков материал.
  - c. Прекомерната зависимост на някои хора от този вид социална услуга.

Въз основа на направените изводи, стигаме до следните обобщения. Потребителите на Facebook все повече внимават каква информация публикуват и те решават до каква степен разкриват себе си. Честотата на употреба на услугата определя и рестрикциите, които потребителите налагат върху достъпа до тяхна лична информация. Съществува и тенденцията действията на някои потребители да се смятат за неуместни и натрапчиви и биват игнорирани от техните виртуални приятели в мрежата. Не е малка и вероятността една от причините, поради която хората премахват контакти от списъците си с приятели, да е именно тази. Трудно е да се прецени дали активността на Facebook потребителите зависи

от демографски характеристики като пол и възраст, въпреки че резултатите от проучването в това отношение са категорични, но все пак е препоръчително те да се възприемат като принципно положение.

### III. Резултати

В доказателство на допуснатите хипотези се явяват направените изводи и обобщения на резултатите от проведените допитвания и особено отговорите, дадени в свободен текст, както и от отговорите на въпроси 5 и 6 от Анкета 2 и въпросите, свързани с настройките за поверителност от Анкета 1. Изследванията доказват, че:

- Действително, много потребители на Facebook са изложени на риск заради нормативния дефицит, характерен за общуването в социалната мрежа.
- Голяма част от потребителите във Facebook споделят твърде голяма по обем и твърде лична (частна) информация.
- Съществува обективна опасност от нарушаване на неприкосновеността на виртуалното и реално лично пространство на отделния индивид и опасност от ставане на жертва на киберпрестъпление.
- Реториката в социалната мрежа Facebook се проявява в специфична среда, тя носи особеностите на виртуалната реторика, като се прилагат както похвати, известни още от класическата реторика на вербално равнище, така и техники и похвати на невербално и визуално ниво, типични за общуването във виртуална среда. От една страна, на вербално равнище се стига до лаконичен изказ и елиптични изрази, а на визуално равнище се появяват и налагат фигури и тропи, които се декодират бързо и лесно от участващите в комуникацията в изследваната социална мрежа.
- Макар и с известна условност, може да се говори за битово виртуално красноречие, за битово виртуално ораторство, за всекидневна виртуална реторика, когато става въпрос за използване на социалната мрежа Facebook за междуличностна комуникацията от потребителите. Правим това уточнение, тъй като Facebook се използва и за други видове комуникации и цели: маркетингови,

ПР, рекламни, благотворителни и други, тоест социалната мрежа се развива и други сфери се насочат към използването ѝ.

В допълнение се доказва, че все по-често и повече от потребителите на изследвания социален сайт намират много от проявите и демонстрациите на останалите потребители на мрежата като неприемливи или смущаващи, или лекомислени по повод на тяхната собствена сигурност. Също така много от тях се притесняват да не станат жертва на киберпрестъпления, но не всички успяват да манипулират ефективно настройките за сигурност на Facebook, за да защитят в максимална степен личното си виртуално пространство. Като цяло хората оценяват положителните страни на социалната услуга като инструмент за бърза и лесна комуникация, но не одобряват прекомерната му употреба и постоянното споделяне на незначителни факти от ежедневието на всеки.

Направеното изследване довежда и до конкретни резултати:

1. Дадени са работни дефиниции на понятия, които се смятат за релевантни по темата на дисертацията: „таг“, „трол“, „киберслеене“, „фишинг“, „компютърна етика“, „дигитален отпечатък“, „лично виртуално пространство“, „виртуална реторика“;
2. Идентифицирани са типични явления във Facebook и са въведени понятия за тях, тъй като такива не са били налични на този етап и са дадени лични авторски дефиниции за тях: групова виртуална емпатия.

В заключение има основания да се смята, че задачите, поставени в увода на дисертацията, са постигнати, а резултатите потвърждават формулираните хипотези.

Проведените изследвания и анализи по проблемите на Facebook и направените изводи дават основания за изследвания в продължение на настоящия дисертационен труд като: социален медиен активизъм, групова виртуална емпатия, комуникация с физически отдалечени лица. Това се потвърждава и от факта, че след спада в интереса към услугата, социалният сайт започва да се използва и с други цели, не само междуличностна комуникация, посредством така наречената реториката на ежедневието („битова виртуална реторика“) на базово равнище.

#### **IV. Приносни моменти в дисертационния труд**

##### **Приноси в научнотеоретен план, систематизация и допълнение на съществуващото знание и придобиване на ново научно знание**

1. Актуализирана и е обогатена част от терминологията в сферата на виртуална реторика, като са въведени и дефинирани от авторката понятията „групова виртуална емпатия“; дадени са авторски дефиниции за понятията: „виртуална реторика“, „таг“, „трол“, „киберследене“, „фишинг“, „компютърна етика“, „дигитален отпечатък“, „лично виртуално пространство“, „групова виртуална емпатия“.
2. Направен е систематичен обзор на историята на социалните медии и е изготвена авторова класификация на същите посредством диахронен подход, което допринася за изграждане на корпус от знание в сферата на социалните медии.
3. Направен е теоретичен обзор върху проблемите на поверителност и неприкосновеност, сигурност в интернет и социалните медии, както и на компютърна етика, което допринася за обогатяване на понятийния апарат в съответните области в България.

##### **Приноси в методически и в научнопрактически план**

1. Изведени са основни проявления в поведението на потребителите на социалната мрежа Facebook; проучени са основни дискурси чрез методите на дискурс-анализа и реторическия аргументативен анализ, които методи са приложени спрямо обособени обекти на изследване.
2. Резултатите от проведеното триетапно практическо изследване са с практикоприложен характер по отношение на философията на технологиите, комуникацията във виртуална среда и приложната етика. Методиката позволява да се използва и за бъдещи изследвания и да се разширява, тъй като се основава на традиционни реторически похвати, както и на нови реторически модели на общуване във виртуална среда и по-конкретно в социалната мрежа Facebook.
3. Изготвеният проект на списък с препоръки за безопасно и етично общуване в социалната мрежа Facebook има практикоприложен характер по отношение на

философия на технологиите, комуникацията във виртуална среда и приложната етика.

## **V. Публикации по темата**

### **Научни статии, свързани с темата на дисертацията**

1. „Поверителност и неприкосновеност във Facebook“, статия, публикувана в електронното научно списание „Виртуална култура“, август 2014 г. <<http://spisanie.virtualna-kultura.com>>, ISSN: 13139975, 10 стр.
2. „Социални медии – възникване, развитие, тенденции и перспективи“, сб. Докторантски сборник, 2015, т. 4, Традиции и новаторство, Традиционни и нови подходи в изследванията в социалните и хуманитарни науки, София, 2015, с. 224–263.
3. „Facebook комуникацията в етичен аспект изразена чрез вербални и визуални реторически аргументи“, публикация на научен доклад от Научна конференция за докторанти и постдокторанти „Традиционни и съвременни методи за реторически изследвания“, октомври 2015 г. в електронното научно списание „Реторика и комуникация“, бр. 20, ноември 2015 г. <<http://www.rhetoric.bg>>, ISSN: 13144464, 12 стр.
4. Защита на информационните активи и сигурност при комуникацията в интернет среда“, статия, публикувана в електронното научно списание „Реторика и комуникации“, бр. 15, януари 2015 г. <<http://www.rhetoric.bg>>, ISSN: 13144464, 8 стр.

### **Други публикации, свързани с темата на дисертацията**

1. Представяне на книгата „Дигиталният гражданин“, публикувано в сръбското научно списание „Погледи“.



2. Представяне на книгата „Ефектът Фейсбук“ („Facebook Effect“) с автор Дейвид Къркпатрик, публикувано в онлайн справочник по реторика, август 2014 г. <<http://www.online.rhetoric.bg>>.
3. „Визуална политическа реторика в социалните мрежи“, статия, публикувана в електронното научно списание „Реторика и комуникации“, бр. 10/2013 г. <<http://rhetoric.bg>>.