



# ТРАКИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ СТАРА ЗАГОРА

Педагогически факултет  
Катедра “Педагогически и социални науки”

*Виолета Любомирова Георгиева*

## СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ (FACEBOOK) КАТО СОЦИАЛИЗИРАЩ ФАКТОР ПРИ ПОКОЛЕНИЕ “Z”

### АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен “доктор” в направление 1.2. Педагогика, научна специалност - Теория на възпитанието и дидактика

*Научен ръководител: проф. д-р Христо Макаков*

Стара Загора  
2016

Дисертационният труд съдържа 218 страници, 15 приложения и е визуализиран с 9 таблици и 20 фигури. Книгописът включва 304 източници, от които 54 на кирилица и 250 на латиница.

Дисертационният труд е обсъден и насочен за защита на разширено заседание на катедра „Педагогически и социални науки“ в Педагогически факултет на 13 май 2016г. Дисертантът е задочен докторант и редовен асистент в Тракийски университет.

Научно жури:

1. проф. дпн Георги Петков Иванов
2. проф. д-р Христо Димитров Макаков
3. проф. дн Венка Петрова Кутева – Цветкова
4. проф. д-р Галя Йорданова Бонева
5. доц. д-р Хрисула Атанас Недялкова

Резервни членове:

1. доц. д-р Ганчо Колев Ганчев
2. доц. д-р Живко Трифонов Карапенчев

Изказвам сърдечната си благодарност на научния ми ръководител проф. Христо Макаков, на моя факултет и на всичките си колеги за помощта и подкрепата при разработването на дисертационния труд.

Защитата на дисертационния труд ще се състои на 01 септември 2016г. от .... ч. в Заседателната зала на Педагогически факултет – Стара Загора на заседание на Жури, определено със Заповед №.... от .... юли 2016 г. на Ректора на ТрУ. Материалите по защитата са на разположение в Научен отдел на Педагогически факултет, ул. „Армейска“ №9.

## УВОД

В наши дни все повече се говори за демотивираността на учащите, ниската им учебна успеваемост и академична дезинтересираност, което изисква от зрялото поколение да моделира една своеобразна „покана“ за съзнателно желана еволюция, адекватна на младите и предпазваща ги от разрушителни интелектуални и емоционални навици. Осезателно е, че класиката и „традиционното“ вече не са адекватни на „ню ейджа“, в който подрастващите живеят. От друга страна „иновативната“ педагогика самостоятелно е крайно недостатъчна да ги изгради с необходимите им за съществуване и просперитет предиспозиции. Оттук не е уместно съществуването на изкуствено разделяне между традиция и иновация, а по-скоро става дума за естествена еволюция и на педагогиката, в която е необходимо да се запази класиката и да се модернизират и осъвременят възможните от нея моменти. Признаваме, че образованието следва да се актуализира и да е адекватно на учащите в XXI век, но то трябва да запази здравата традиция в облика си с осезателното присъствие на новите технологии, чрез които педагогическата класическа теория да „оживява“.

Поредното високо стъпало, върху което се намира настоящото човечество в лицето на технологиите, е социално значимият феномен „социални медии“, безвъзвратно орнаментирал всекидневната култура на съвременника. Еволюцията на технологиите и кроснаучните търсения за реализиране и прилагане в практиката на жизнено важната симбиоза между традиции и нови технологии изискват традигитално мислене и традиновативна практика от вдъхновени авторитетни личности, които да са задълбочено теоретично подготвени и дигитално компетентни, с общо силно заразяващо присъствие, предизвикващо желанието на подрастващите за лично образователно ангажиране.

Професионалистите в областта на образованието трябва да рекомпозират мисленето си в традигитално и да формират такова у подрастващите, за да се създаде един разумен, с дълбоко устойчиви корени и модерна фасада хабитат на традигитални хора, които на свой ред да бъдат гарант за приемственост и унаследяване на натрупания

цивилизационен капитал, човешки опит, богата култура и изобилие от ценности в името на добруването, благополучието и успешната адекватна социализация на Homo Sapiens – новия разумен човек.

Всичко това дава основание за търсенето на релацията „социални медии-социализация“, като в теоретичен план се анализират две основни направления – социализация чрез образование и социални медии.

Още веднъж трябва да бъдат проучени общо утвърдените класически интерпретации за социализацията: същност, етапи, механизми, агенти и катализатори. Работата в другата теоретична посока трябва да даде отговор за същността и разнообразието на социалните медии, техните ефекти върху обществото и отделната личност, както и потенциалните им образователни възможности.

Създадената методика на изследване и реализацията дават значителна по обем и разнообразие информация относно конкретното влияние на социалните медии върху представители на поколение „Z“ в образователно, социално и емоционално отношение.

Възникна въпросът трябва ли да се ограничи изследването само в емпиричен анализ, чийто очакван отрицателен отговор да позволи прогностичен план, в който да се очертаят социално-медийните перспективи и вече реализираните (макар и спорадично) добри педагогически практики.

Направени са обобщения и изводи, което придава завършен вид на настоящото дисертационно изследване, архитектурно структурирано в пет глави:

Глава първа – Проблемът за социализацията в педагогическата теория и практика

Глава втора – Социалните медии като технологичен и идеологически синтез

Глава трета – Методология и организация на изследването

Глава четвърта – Анализ на резултатите от емпиричното изследване

Глава пета – Педагогически хоризонти на социалните медии

Изложението съдържа още: увод, обобщение, изводи, научни приноси, книгопис и приложения.

## **ГЛАВА ПЪРВА**

### **ПРОБЛЕМЪТ ЗА СОЦИАЛИЗАЦИЯТА В ПЕДАГОГИЧЕСКАТА ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

Изложеното в тази глава разкрива теоретичен обзор за социализацията като дълбоко проучен пробел в педагогическата теория и практика в продължение на 120 години.

В първа точка са разгледани интерпретации за същността на социализацията като понятие и процес (Freud, Erikson, Morgan, Durkheim, Siemmel, Dubar, Bernstein, Habermas, Park, Parsons, Thomas, Clausen, Mead, Dewey, Паригин, Кули, Мудрик, Мардахаев, Андреев, Бижков, Кутева, Карагъзов, Андреева, Белова, Десев, Вълканова, Иванов, Стефанова и други). Повлияни от разгледаните утвърдени класици и съобразно спецификата на настоящото изследване, се формулира определение за социализация:

комплициран процес, отнасящ се до конструктивно преобразяване на личността чрез нейната съзнателна активност и самостоятелно пожелано ангажиране с приемствеността на човешката култура, социални познания, умения, социални роли, нравствени норми, задължения, правила на поведение сред хората, необходими за ефективно взаимодействие с тях, социален опит, култура на човешки отношения, форми на общуване.

Във втора точка се разглеждат етапите на социализацията на Юровски и Андреевкова (по Андреев), според психологическия подход (Фройд, Пиаже, Ериксън) и според социологическия подход (Елконин, Марков, Ловингер, Кеган, Мардахаев, Иванов, Вълканова), като се приема, че социализацията пролонгира през целия живот на човека. В същата точка е допуснат теоретичен акт на групиране на механизмите на социализация посочени от Мардахаев и Мудрик с уговорката, че това е с подчертано условен характер. Двамата автори разделят механизмите на две големи групи – от психологическо естество и механизми със социална същина.

Третата точка разглежда еднородно приетите външни социализиращи фактори (Bronfenbrenner, Мудрик, Мардахаев, Буева, Гурова, Кон, М. Андреев, Иванов и други) – семейство (Park, Андреев, Иванов), училище (Cavanaugh, Kanna, Peterson, Palloff, Pratt, Немов,

Цоков), връстници и улица (Ананиев, Андреев, Божович, Витанова, Вълканова, Градев, Леонтиев, Мудрик, Мардахаев, Немов, Handel, Palermo, Taylor, Prinstein, Kernan), средства за масова комуникация (Qvortrup, Dong, Berns, Croteau & Hoynes, Ritzer, Hirsch, Bauer, Goldfarb, Morrell, Gordon, Curran, Андреев, Kundanis, Мудрик, Мардахаев, Вълканова, Алексиева, Ангелов) и тяхното изменчиво във времето влияние – някои от описаните в литературата фактори, които са били безапелационно водещи, днес имат рецесивно влияние, за разлика от други, които все повече доминират и богато нюансират.

Главата приключва с теоретични постановки за социалното възпитание (Gehlen, Мудрик, Бижков, Кутева, Белова, Бояджиева, Димитрова, Сапунджиева), социалното обучение (Bandura, Miller, Bingham & Conner, Rosenthal & Zimmerman, Saracho & Spodek, Herbert, Hoppitt & Laland, Андреева, Кутева) и социалното и емоционално образование (Elias, Novick & Kress, Zins, Merrell & Gueldner, Cohen, Baker & Andriessen, Fonseca, Cefai, Durlak), като в духа на последното са разгледани социалната (Thorndike, Antill, Kaplan, Goleman, Albrecht, Cantor & Kihlstrom, Buzan, Rahim, Гарднър, Десев) и емоционалната (Голман) интелигентности.

От направения теоретичен обзор се почувства необходимост от това педагогиката да фокусира погледа си към колосалния реално съществуващ феномен „социални медии“, към неговото влияние върху деца, подрастващи и възрастни и да потърси възможност да го превърне в образователно средство или поне подпомагащо обучението и възпитанието, следователно и социализацията на учениците. Чувства се необходимост от фундаментални и комплексни проучвания, както в макро педагогически аспект, така и за влиянието на социалните медии върху възрастови групи ученици, млади хора и конкретиката на това влияние в български условия и на български език.

## ГЛАВА ВТОРА

### СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ КАТО ТЕХНОЛОГИЧЕН И ИДЕОЛОГИЧЕСКИ СИНТЕЗ

Анализират се същностните граници на понятието „социални медии“, вариациите и сходствата в интерпретациите на автори от цял свят (Mandiberg, Bercovici, Kaplan, Kietzmann и Hermekens, Mansfield, Buyer) и на базата на тях се формулира определение за „социални медии“ като:

всяка дигитална и виртуална платформа, обединяващи трите компоненти в себе си – технологии, реални потребители и възможност за мигновена интеракция между тях.

Открояват се предимствата (Agichtein, Carlos, Donato, Giognis, Mishne, Hausman, Bernoff, Godin) на социалните медии, представена е тяхна обобщена класификация (Kaplan и Haenlein, Aichner и Jacob) и са разгледани особеностите на най-популярните от тях – блог (Mutum, Gaudeul, Merholz, Williams, Цоков), сайтове за видео споделяне (Цоков), уики сайтове (Meyers, Sidener, Sanger, Stallman, Finkelstein, Morozov, Johnson Ayers, Matthews, Jates, Цоков), като най-подробен е прочита на социалните мрежи - LinkedIn (Hoffman, Blue, Guericke, Ly, Vaillant, Lenmann, Hoffman, Viveka, Hempel, Levy); MySpace (Vascellaro, Gillette, Lacter, Cashmore); VKontakte (Kiselyova, Razumovskaya, Bowker); Twitter (O'Reilly, Milsten, Parmelee, McFedrises, Weber); Tumblr (Smith); Instagram (Freigerman, DesMarais, Moscaritolo, Murph); Ask.fm (Sarle, Smith, Beckford); Google+ (Kaste, Shaer, Cooper, DeJarnette, Horowitz, Kastrenakes, Roettgers, Linden, Nieva, Levy, Boscer, Murphy, Wasserman, Guondotra); Facebook (Carlson, Tabak, Locke, Dominic, Eldon, Kaplan, Nguyen, Rosen, Rosmarin, Lacy, Locke, Williams, Phillips, Stone, Kazeniac, Carlson, Abram, Hof, McCarthy, Morgenstern, Constine, Lemos, Kurup, Bingham, Dembosky).

В точка 2.1 „Дигитални жители“ съвременното човечество е групирано по възрастов признак преди и след появата на социалните медии (McCrinkle и Wolfinger) и в зависимост от присъствието на тези медии във всекидневието му (Prensky).

Изследователски интерес в настоящия труд представлява поколението “Z” (McCrinkle и Wolfinger) или Дигиталните туземци (Prensky), което в литературата се среща и под други имена дадени от Tapscott, Zemke, Raines, Filipczak, Howe и Strauss, Aslop. Не се изключва вероятността и за бъдеща поява на още по-точни наименования, но в настоящия труд се приема да се разглеждат като поколение „Z”, със синоним „дигитални жители“, а предвид спецификата на изследването се формулира и определение за тях:

инициирани в дигиталните технологии поколения, които са родени, отгледани и пораснали в дигиталния „ню ейдж“, т.е. след 1991 година.

Образованието на дигиталните жители, представлява интерес за Howe и Strauss, Oblinger и Oblinger, Junco и Mastrodicassa, Pletka, Palfrey и Gasser, Sturges, Цоков, Вълкова и други. Проучвания за работоспособността и професионалната реализация на тези поколения посвещават Gravett и Throckmorton, Marston, Alsop, Orrell, Elliott, Sujansky и Ferri-Reed, Tapscott и други автори. Задълбоченото проучване на авторите Lowery, Lorenzo, Dziuban, Manuel позволяват на Berk да обособи 20 типични специфики, характеризиращи дигиталните жители, които са не без основание, защото ако се вземат под внимание от професионалистите в сферата на образованието, биха могли да се създадат адекватни съвременни образователни стратегии, които да са атрактивни за дигитално иницииираните поколения и да отговарят на начина им на мислене и стил на учене.

Сравнително по-скромно са представени дигиталните имигранти (Prensky), с оглед разграничаването им от дигиталните жители и най-вече поради глобалното ни разбиране за необходимост от рекомпозиране на двете споменати категории в т.нар. „традигитални“ (Sreenivasan, Макаков) хора – онзи гарант за хармонизиране на минало и настояще, класика и новост, традиция и иновация. Предвид спецификата на обекта на настоящото изследване, в рамките му най-значими са дигиталните жители, което обяснява и по-



обстоятелственото им характеризирание.

Третата точка във втора теоретична глава синтезира данни, които са бегла ориентировка за радиалното влияние (McGirt, Ali) на феномена „социални медии“, категорично надхвърлящ прерогативите на технологиите и все повече писъстващ в човешкото битие (Божанов, Maske, Stieglitz), повлиявайки от една страна икономиката (Heinz, Fuchs) и историята (Pena) на цялото общество, и от друга страна физиологията, психологията (Gonzales, Kalpidou, Muise, Seiter, Patel, Еко), комуникацията (Тодоров) и социализацията (Turk) на съвременника.

Социалните медии, дигиталното наследство (Vaynerchuk), дигиталната толерантност и виртуалното възпитание са важни компоненти при формирането на една от осемте ключови компетентности – дигиталната, предполагаща осъзнаването за основният таргет на съвременното радио технологиите да фасилитират живота на хората, без да ги изолират в имагинерен дигитален вивариум и да корозира социалното развитие на личността.

Втора глава финализира с изложение, в което се откроява необходимостта от обединяването на традиция и иновация в педагогиката за постигане на ефективна социализация на подрастващите (Toffler, Цветкова), посочени са критики и опасения (Brabazon, MacDonald, Shildrik, Webster, Simpson, Park, Pasek, Hargittai, Wittkower, Junco, Paul, Ng, Valetsianos), които не отричат социалните медии, а по-скоро са ориентирани към превенция и необходимост от проучване на проблема, изложена е актуална и фундаментална стратегия (Berk, Гърмидолова) за обучение на днешните учащи, посочва се мястото на социалните медии в живота на учителите и обединенията в професионални платформи (Boss, Валентинова) на тези от тях, които са силно заинтересувани, систематизирани са образователните и социализиращи възможности на най-употребяваните социални медии, с фокус върху най-популярната от тях Facebook (Pena, Bray, Çoklar, Chu и Meulemans, Salaway, Caruso и Mark, Schroeder и Greenbowe, Moody, Lantz-Andersson, Vigmo и

Bowen, Taecharungroj, Riady, Wang, Lin, Yu и Wu, Liu, Yiu, Huang, Boghian, Prakasha и Vareh).

Видимо през последните години по проблема се работи в цял свят, но и в България (Цоков, Спасов, Дичев, Николов, Захариев, Кузманова, Захариева, Вълкова, Стойменова, Легурска, Цветкова). Учени от различни кътчета на света се опитват да изяснят релацията „социални медии – социализация“ и полагат усилия за нейното ясно определяне и по-видно очертаване в единна теоретична концепция.

Проблемът за социалните медии е актуален, разкрил част от очарованието на същността си, но и оставящ твърде много неизвестни и в същото време предизвикателни моменти по отношение на влиянието си. Изследването на влиянието на социалните медии върху социализацията на дигиталните жители очертава дълъг и вероятно авангарден път, но стартът е поставен с ясно намерение за поддаване на изкушението да се надхвърлят ограниченията, наложени от трудността и неизвестността.

## **МЕТОДОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО**

### **3.1.Методология на изследването**

Необходимостта от фокусиране върху феномена социални медии и проучването на влиянието им в педагогически аспект е осезателна и произтича от противоречието между изискванията на обществото и новия стил на мислене и учене на съвременните поколения учащи – дигитални жители. С оглед ефективната и адекватна социализация на съвременните учащи поколения, „ню ейджът“, в който е еволюирало човештвото в лицето на новите технологии и атрактивни социални медии, изисква и настоява за преосмисляне и осъвременяване на образователната система.

Социалните медии са естествената ежедневна среда на обитаване от милиони хора по цял свят, които са формирали устойчива и добре осъзната зависимост към тях, която дори не ги притеснява. От проучването на същността и ефектите на социалните медии, последните могат да се разглеждат като самостоятелен социализиращ фактор и като социализиращ мултивалентен фактор със синергетичен ефект. Вторият вариант произтича от наблюдението, че социалните медии са своеобразна арена, в която виртуално се пресичат и пренасят всички реални познати фактори на социализация (семейство, училище, връстници, улица, СМК), или с други думи синкретичността на всички фактори води до ярко изразен синергетичен ефект на социалните медии. В която и посока да се работи, социалните медии осезателно надхвърлят прерогативите на технологиите и оставят отпечатъка си върху социализацията.

Настоящият труд има претенцията да проучи и регистрира влиянието на социалните медии върху част от когнитивната, психологичната и социална страна на представители от поколение „Z“.

Отнасяйки социалните медии към образованието и неговата актуализация, ще се следва разбирането за съхраняването на традициите и класиката, с официално включване на социалните

медии в поне малка част от академичния/учебен живот на дигиталните жители. Точно тук е моментът да се поясни, че разглеждайки този проблем се признава актуалността му и се приема, че той може да има само спомагателно, обогатяващо, допълващо значение за обучението на учениците и съдържа своеобразни обучаващи възможности и дидактически иновации за учителите, учениците и човечеството като цяло. Установените неясноти в теоретичните изследвания обособяват следните научни въпроси:

- Как да се включат социалните медии в педагогическата система така че тя да запази традиционния си облик, но и да се осъвремени?

- Могат ли социалните медии да формират успешно висока дигитална компетентност – една от осемте ключови компетентности на Европейската квалификационна рамка за учене през целия живот?

- Могат ли социалните медии да бъдат инструмент за учене през целия живот?

Фокусът в изследването е върху регистриране на влиянието на социалните медии върху различните страни и аспекти на процеса социализация – дали то съществува и в каква степен или не. Настоящото изследване няма претенции да отговори на всички въпроси, тъй като не е реално и възможно това да се случи качествено в рамките му.

От това разбиране темата на настоящия труд може да се обективизира така: Социалните медии (Facebook) като социализиращ фактор при поколение „Z“.

Дали социалните медии ще бъдат супресор или катализатор на социалното развитие, зависи от ясното регистриране и теоретично материализиране на релацията „социални медии – социализация“.

Предмет на изследването е влиянието на социалните медии върху социализацията на поколение „Z“.

Обект на изследването са дигиталните жители от поколение „Z“ и тяхната социализираност в процеса на социално-медийното

въздействие.

Контингенти на изследването са:

- 184 студенти от Педагогически факултет, Тракийски университет, гр. Стара Загора, от които 178 жени и 6 мъже;
- 76 ученици от СОУ „Васил Левски“, гр. Стара Загора от IXа, IXб, Xа и Xб клас, от които 47 момичета и 29 момчета;
- 120 учители от които 112 жени и 8 мъже.

Таблица №1 визуализира всички изследвани лица – студенти, ученици и учители по възрастов признак.

Таблица №1

*Възраст на участниците в изследването*

Възрастов интервал	Студенти/бр	Ученици/бр	Учители/бр	Общо:
15 – 20	32	76	-	<b>108</b>
21 – 25	120	-	-	<b>120</b>
над 25 (за студенти)	32	-	-	<b>32</b>
под 35 (за учители)	-	-	24	<b>24</b>
35 – 45	-	-	62	<b>62</b>
46 – 54	-	-	30	<b>30</b>
над 55	-	-	4	<b>4</b>
<b>Общо:</b>	<b>184</b>	<b>76</b>	<b>120</b>	<b>380</b>

Базирайки се на проектоизменение в Закона за устройството на територията, одобрено от Министерския съвет на 26 Март 2009 година, се разпределят населените места, от които са изследваните лица, в категории според броя на населението в тях, като данните са на ЕСГРАОН от 15 юни 2014г. – таб. №2

Таблица №2

*Разпределение на участниците в изследването по населено място*

Вид населено място	Студенти/бр.	Ученици/бр.	Учители/бр.	Общо:
Голям град	93	76	64	233
Среден град	30	-	32	62
Малък град	39	-	12	51
Малко селище	22	-	12	34
<b>Общо:</b>	<b>184</b>	<b>76</b>	<b>120</b>	<b>380</b>

В изследването извадката няма претенция да бъде репрезентативна, предвид спецификата на проучвания проблем.

Цел на изследването е да се проучи, диагностицира, регистрира и анализира влиянието на социалните медии като фактор на социализация на поколение „Z“.

За постигането на целта е необходимо да се реализират следните задачи:

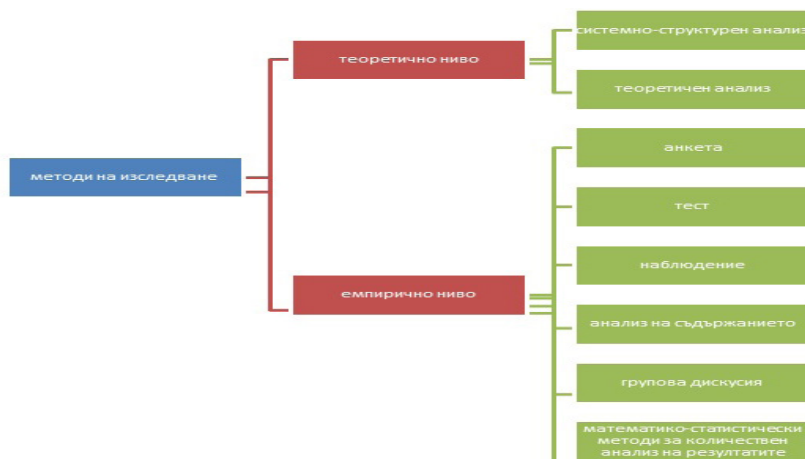
- Да се проучи, анализира, систематизира и обобщи литературата по проблема за социализацията като глобален теоретичен и практически опит.
- Да се проучи литературата по проблема за социалните медии в глобален мащаб.
- Да се разработи и апробира учебна програма и се реализира обучение на студентите от ПФ-ТрУ с подходящо теоретично съдържание и комплект методически материали, с оглед бъдещата им професионална дейност като учители.
- Да се структурира комплекс от методи и инструментариум на изследване за емпирично педагогическо проучване, относно влиянието на социалните медии върху социализацията.
- Да се обобщят, систематизират и анализират емпиричните данни, получени в хода на проучването, и да се направят съответните изводи, заключения и препоръки.

Хипотеза на изследването: Ако се проучи и диагностицира когнитивното, социално и емоционално влияние на социалните медии върху личности от поколение „Z“, то може да се приеме или

отхвърли, че социалните медии оказват влияние върху социализацията на дигиталните жители и са фактор на съвременната социализация.

### 3.2. Методи и инструментариум на изследването

Оптимизираният избор от методи на изследването е схематично представен на Фиг. №1, детерминираща две равнища на работа – теоретично и емпирично.



Фигура №1. Система от методи на изследването

Системно-структурният анализ илюминира изследвания феномен като монолит от ефекти с присъща специфика и интерпретирането на всяка от тях.

Теоретичният анализ от една страна „стикова“ наличните идеологически вариации по проблема за социалните медии от времето на неговата генеалогия – 1995г. до края на 2015 година (разбиране за феномена; класификация на социалните медии; характеристика на поколенията дигитални жители, дигитални имигранти и традиционални хора; типизиране на обществените ефекти на социалните медии; обобщаване на наличния опит за интегрирането им в образованието и социализацията) и систематизира традиционните разбирания за процеса социализация (философски, социологически и педагогически прочит за социализацията: разбиране за процеса, неговите стадии, механизми, фактори, аргументация за необходимостта от социално възпитание, социално обучение и социално и емоционално

образование). От друга страна, методът конфигурира експресивен теоретичен облик на дисертационния труд.

Анкета – методът дава възможност за бързо масовизиране на изследването и своевременно получаване на писмена информация, която е ценна и незаменима ориентировка в нагласите и отношенията на изследваните лица към проблема.

Единият компонент от инструментариума на този метод е частично стандартизирана анкетна карта за пилотното проучване, съдържаща общо 13 въпроси, само един от които, изискващи самостоятелно конструиране на отговор. Разработването на тази анкетна карта е повлияно от проведени изследвания на други автори в областта на маркетинга.

Другите компоненти от инструментариума при анкетирането в същинското проучване са:

- Анкетна карта №1 – стандартизирана анкетна карта за ученици и студенти, състояща се от 42 въпроси, моделирани от факторите към показателите на изследването и 7 “паспортни” въпроси.

- Анкетна карта №2 – стандартизирана анкетна карта за учители, състояща се от общо 25 въпроси, последните пет от които „паспортни“.

Разработването на анкетни карти №1 и №2 в по-голямата си част не е повлияно от други автори, като са включени около 8 въпроси, взаимствани от други изследвания, само за да могат получените резултати да се сравняват със солидни проучвания, проведени в САЩ и Индия.

Тестът недвусмислено репрезентира общата култура на изследваните лица и установява нивото на академичните им способности.

В инструментариума е разработен групов тест за измерване на академичните способности, състоящ се от 18 въпроси по айтемите български език, математика, география, химия, информатика, логика, икономика. Половината от въпросите са с възможност за избор на отговор, а другите девет въпроси са с отворен отговор. При създаването на теста е приета матрицата на Теста на Отис-Ленън за академични способности, като се пази структурата и айтемите, но се променят въпросите, с оглед демографските особености.



Наблюдението е директно и открито, интензивно концентрирано във времеви рамки от 200 часа по време на обучение по дисциплината “Социални медии в образованието”. Методът позволява да се регистрира и отчете реакцията на изследваните лица към проблема и на базата на това да се усъвършенстват незадоволителните или слаби моменти от методиката на обучението и изследването. Наблюдението включва: наблюдение на отношението към съдържанието; наблюдение на дейностите на изследваните лица по подготовка, изпълнение и представяне на поставени самостоятелни задачи; наблюдение по време на попълване на анкетни карти, въпросници и тестове; виртуално наблюдение на повече от 1000 Facebook активни потребители.

Групова дискусия – за обсъждане на изследвания феномен – неговото педагогическо, социално, психологическо, икономическо, личностно, естетическо значение за изследваните лица, които предварително са запознати с проблема и са рутинирани активни операнти на социалните медии.

Освен групова дискусия, проведена по познатия класически начин, се осъществи и виртуална дискусия във Facebook групи, създадени за целта на изследването.

Анализ на съдържанието на повече от 300 Facebook уникални активни потребителски профили.

Математико-статистически методи за количествен анализ на резултатите и за тяхното таблично и графично представяне:

- абсолютна/натурална честота - F
  - относителна честота – fx
  - средно притегателно на вариационен ред - n
- $$n = (x - xv)$$

- средна аритметична величина -  $\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$

- средно квадратично стандартно отклонение –  $\sigma$
- $$\sigma = (x - xv)^2$$

- величина на разсейване –  $\sigma^2$
- $$\sigma^2 = (x - xv)^2 f$$

- мода на разсейването – m
- интервал на статистическа достоверност – D
- Z-тест

$$z = \frac{|p_1 - p_2|}{\sqrt{\frac{p_1(1-p_1)}{n_1} + \frac{p_2(1-p_2)}{n_2}}}$$

- стълбови диаграми.

### 3.3. Критерии и показатели

Първият критерий (К1) за социализираност „академична/учебна успеваемост“ е от когнитивната област. А. Low (2005) твърди, че един от най-показателните индикатори за успешна социализация е свързан именно с академичното представяне на учащите. Успешно справящите се в училище/университет са добре социализирани и в живота.

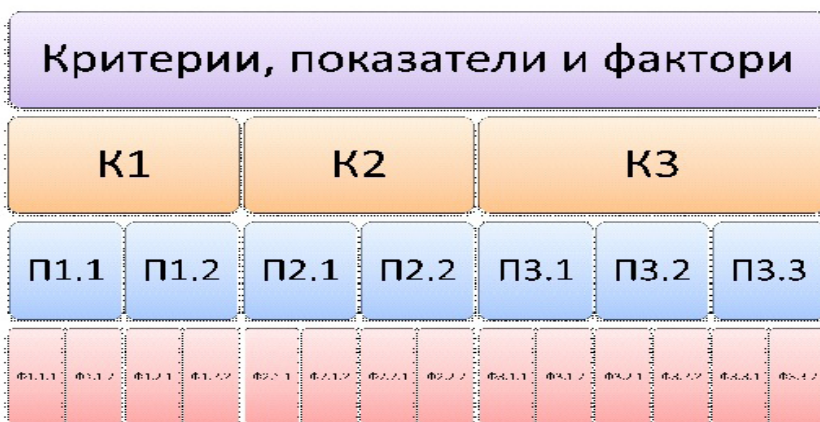
Вторият критерий е от социалната област. Според Е. Сергеевна (2011) социализираността като резултат от процеса социализация при подрастващите се изразява в тяхната степен на социална зрялост. Терминът „социална зрялост“ авторът обяснява като развити социални качества у човек в конкретни социални ситуации. Оттук вторият критерий, който се извежда е „социално влияние“ – К2.

Третият критерий (К3) е от емоционалната област и е онази способност на човек да си служи с емоции и когнитивни умения едновременно – „емоционална интелигентност“. Т. Bradberry (2015) посочва 18 индикатори за емоционална интелигентност, откъдето с лекота се детерминират показателите към този критерий.

На първия критерий (К1) „академична успеваемост“ съответстват два показателя – „среден успех“ (П1.1) и „прогноза за бъдеща житейска и професионална реализация“ (П1.2). Вторият критерий (К2) се проследява с показател „социална гравитация“ (П2.1) и втори показател „умения за комуникация“ (П2.2). Последният критерий (К3) има три показателя – „емоционална лексика“ (П3.1), „социален

интерес“ (ПЗ.2) и „алтруистична социална ангажираност“ (ПЗ.3)

1) Системата от критерии и показатели се комплицира с добавянето на факторите, на които се разделят показателите. Цялостната визия за конструкцията на системата от критерии (К), показатели (П) и фактори (Ф) е представена на Фиг №2. Така се извеждат 14 проследявани фактори: Ф1.1.1 – среден успех; Ф1.1.2 – рефлексия; Ф1.2.1 – занимание; Ф1.2.2 – удовлетвореност; Ф2.1.1 – приемане; Ф2.1.2 – отхвърляне; Ф2.2.1 – въздействие; Ф2.2.2 – признание; Ф3.1.1 – предпочитание за изразяване; Ф3.1.2 – разбиране на останалите; Ф3.2.1 – загриженост и любопитство за другите; Ф3.2.2 – активно участие в публични дискусии; Ф3.3.1 – участие в социални и благотворителни каузи; Ф3.3.2 – склоняване към участие в социални и благотворителни каузи.



Фигура №2. Критерии, показатели и фактори

Всеки от така детерминирани фактори се проследява с по 2 въпроси чрез анкетиране, което налага верификация с други съответни предварително предвидени методи. Първият критерий „академична успеваемост“ се проверява с теста за академични способности и преглед на рекапитулацията от Интегрираната управленска информационна система на Тракийски университет. Вторият критерий „социално влияние“ се изпитва с методите контент-анализ на реални активни Facebook профили и наблюдение на реалното и виртуално общуване на изследваните лица. Третият критерий

„емоционална интелигентност“ се верифицира с методите контент-анализ на Facebook, профили и казуистика.

### **3.4. Организация на изследването**

Дейностите в изследването безспорно са комплексни и предвид необходимостта да се позиционират времево, се детерминират три етапи:

Първият етап е с най-голяма продължителност, започва в началото на 2013 година. Осъществи се ориентация и академично-литературна акомодация в световната литература чрез проучване, компилиране, превод, систематизиране, групиране и анализ на противоположни, сходни и дискуссионни интерпретации по проблема. Дейността от етапа резултира във възможността да се формулират основните понятия и да се определят техните смислови граници:

- Социализация – комплициран процес, отнасящ се до конструктивно преобразяване на личността чрез нейната съзнателна активност и самостоятелно пожелано ангажиране с приемствеността на човешката култура, социални познания, умения, социални роли, нравствени норми, задължения, правила на поведение сред хората, необходими за ефективно взаимодействие с тях, социален опит, култура на човешки отношения, форми на общуване.

- Социални медии – всяка дигитална и виртуална платформа, обединяващи трите компоненти в себе си – технологии, реални потребители и възможност за мигновена интеракция между тях.

- Дигитални жители – инициирани в дигиталните технологии поколения, които са родени, отгледани и пораснали в дигиталния „ню ейдж“, т.е. след 1991 година.

В рамките на същия етап, на базата на интериоризация и преосмисляне на теоретичните постановки по проблема, се разработиха факултативна и избираема дисциплини „Социални медии в образованието“.

Вторият етап има предимно процесуален и методичен характер, но в началото му продължава проучването на проблема чрез още позадълбочени и трудно достъпни материали, получени от виртуални консултации с библиотеки на Университета Корнуел и Университета Вандербилд. На този етап се постави известна граница относно

събирането на данни по проблема, с цел предотвратяване на безпредметно и ирационално натрупване на литература. В края на 2015 година се създаде пилотното проучване, а в началото на 2016 година се разработи същинското такова, вследствие на дейностите детайлиране, прецизиране на пилотното проучване, отстраняване на обструктивните моменти от него до достигане на приемлив негов вариант и коригиране, редукция, селектиране и реорганизация на елементите в методиката.

Третият етап е предимно съзидателен и аналитичен, със заключителен и обобщаващ уклон, а характерът му е описателно-процесуален по отношение на получените данни. Осъществи се обобщение, анализ на резултатите, изводи и насоки. Коригира се и се прецизира обучението по „Социални медии в образованието“, вече подкрепено и от резултатите от направеното емпирично проучване.

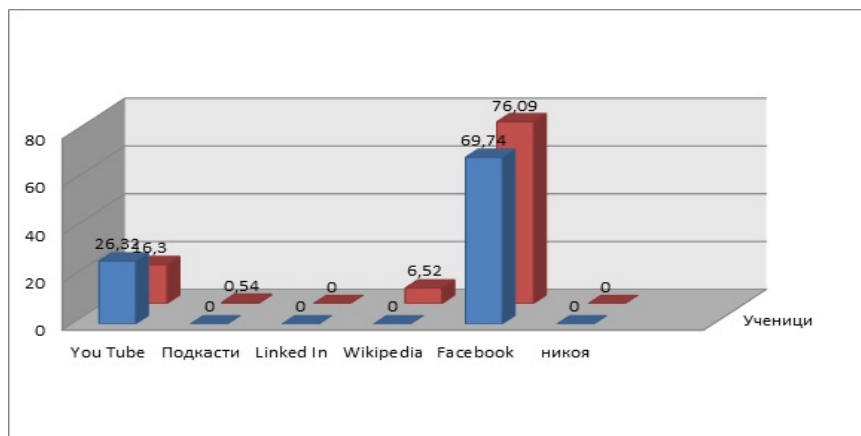
## ГЛАВА ЧЕТВЪРТА

### АНАЛИЗ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ЕМПИРИЧНОТО ИЗСЛЕДВАНЕ

В процеса на емпиричното изследване са събрани значителни по обем данни, позволяващи да се изведе социално-медийното влияние на три плоскости: образователна, социална и емоционална. Съпоставят се отговорите основно между две групи анкетирани учащи (ученици и студенти), като статистическият анализ не отчете значими разлики между твърденията им по всички въпроси.

За целите на обективността на изследването е важно на първо място да се установи нивото на употреба и значимостта на социалните медии у подрастващите. На практика 95.6% от анкетираните признават, че социалните медии са елемент от всекидневната им култура и битие.

На второ място за целта изследването е важно да се определи коя от социалните медии има най-голям дял от последователи, за да може да се проследи нейното влияние. Първоначалната хипотеза, че това е Facebook се потвърждава напълно, поради което именно тази социална медия е във фокуса на проучването – Фиг. № 3.



Фигура №3. Потребителска желателност за социална медия в относителни стойности

Тези констатации обосновават и обясняват избора на проблем за социалните медии и центрират фокуса на изследването върху социалната медия Facebook.

#### **4. 1. Познавателно повлияване от социалните медии**

Влиянието на социалните медии в образователна насока е потърсено в средния успех на поколение „Z“ и прогностичната визия на дигиталните жители за собствената им бъдеща реализация чрез анкета.

При проследяването на средния успех на анкетираните учащи, статистическите данни говорят за различна „мода“, като доминантната при учениците е „добър“ (41%), а при студентите „много добър“ (48%) среден успех. Изхождайки от разбирането на A. Low за академичната и учебна успеваемост и социализираност можем да се твърди, че анкетираните представители на поколение „Z“ са социализирани „добре“ и „много добре“ и следователно присъствието на социалните медии в живота им ги позиционира в стабилна норма по отношение на успеха им в учебния и академичен живот. За верифициране на тези данни при студентите се сравнява средният успех, деклариран в отговорите им с рекапитуващиите от Интегрираната управленска информационна система на Тракийски университет и се установява, че те съвпадат. Средният успех зависи от оценяването на знанията на учащите от техните преподаватели, което според респондентите е „справедливо“. Отрицателните отговори са минимални, което означава, че учащите респонденти осъзнават, че успехът им се дължи изцяло на самите тях и зависи само от собствените им положени усилия.

По отношение на желанието за занимание, основният тренд в отговорите ясно показва желанието за съчетание на учене и трудова заетост. Това потвърждава една от изведените от Verk педагогически характеристики на съвременните учащи, а именно тяхното желание, образованието да се адаптира към живота им и да позволява паралелна трудова заетост. Тук се вижда отчетливо новият стил на мислене на съвременните подрастващи, контрастиращ с този на предходните поколения учащи, за които водеща дейност и ценност е ученето.

Технологизираната учебна среда, според анкетираните ученици по-скоро е разсейваща, тъй като отговорите им оформят доминанта 60% в подкрепа на това. Повече от половината в другата група учащи съобщават същото и според тях се разсейват от технологиите по време

на лекции. При учителите, до които се допитахме, се вижда баланс между частно утвърдителните и частно отрицателните отговори 33% към 31%. Очевидно и те гледат на технологиите като на разсейващ фактор. И трите групи респонденти формират тенденцията технологиите да се разглеждат като супресор на вниманието в училище. Тъй като от една страна Facebook е желан и атрактивен за подрастващите, а от друга страна самите те усещат, че ги отклонява от целите на образованието, се вярва, че е необходимо да се потърси обмислен, конструктивен и премерено дозиран начин за официалното присъствие на платформата във формалното образование.

При съпоставка на когнитивните си възможности с тези на учащите предходни поколения, анкетираните от поколение „Z“ отчитат спад на собствените си възможности, което напълно споделят и техните учители.

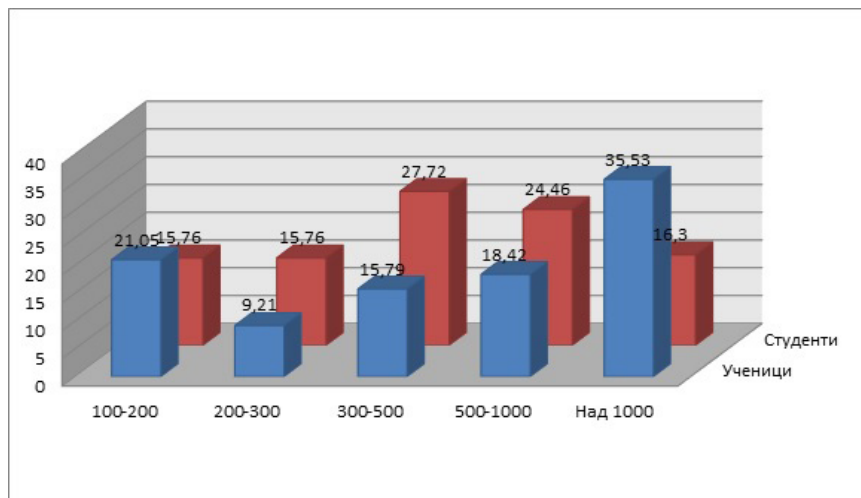
Всички тези констатации показват едно по-различно поколение, повлияно от технологичната еволюция, както и необходимостта от движение и на педагогическата теория, следваща развитийния ход на човечеството. Към здравите и устойчиви традиции (макар и в минимална степен) се вижда необходимост да се потърси начин за включване на социалните медии, предимно като превенцията от супресиращото им влияние върху образованието на подрастващите. Именно подобна липса се обяснява като част от причините за очевидния спад на манифестираните възможности на това поколение спрямо предходните. Очевидно социалната медия Facebook влияе на подрастващите, поради което съвременното образование спешно трябва да обърне внимание на това как да я превърне в мощен образователен инструмент. Оттук не без основание е разработената учебна дисциплина „Социални медии в образованието“, целяща подготовката на бъдещите учители не само за конструктивното им лично опериране с платформите, но и за формиране на дигитални компетентности, които на свои ред да моделират у учащите.

#### **4.2. Про социални особености на социалните медии**

Ефектите на интерактивните платформи в плоскостта на личностното социално влияние се проследява чрез социалната гравитация (приемане и отхвърляне) и уменията за комуникация (въздействие



над другите и получаване на признание от тях) на респондентите. По своята широта и обхват социалните взаимоотношения в социално-медийното пространство са значително по-пространствени, отколкото това е възможно за интеракцията на хората в реалния живот – Фиг. №4.

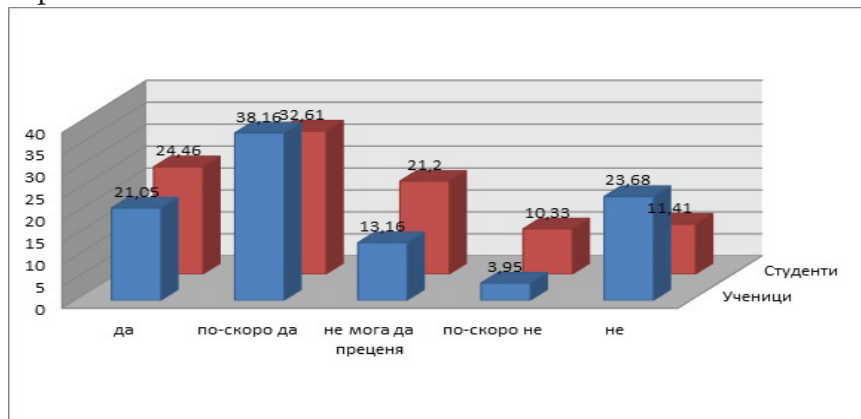


Фигура №4. Обем на интеракция в социално-медийното пространство в относителни стойности

Социалното приемане и групово поведение в социално-медийния контекст показва висока социализираност на изследваните групи потребители към тази общност, както и социалната отхвърленост, макар и удобно непризната се е случвала на повечето от тях, което обяснява стремежа им за конструиране на притегателна социална гравитация чрез ролево и игрово поведение. Преценката за социалното отхвърляне при учениците се изразява в отговорите им със значима тежест „веднъж“ – 28%, „не съм забелязал“ – 30% и „не се е случвало“ също 30%. При анкетираните студенти доминират две посоки – „веднъж“ с 35% и „не съм забелязал“ с 30%. Високият дял на нулевия отговор показва negliжиране на факта от загуба на приятели, което всъщност говори за неговата значимост. Онлайн наблюденията показват, че усещането за отхвърленост все пак резултира под формата на публикации, демонстриращи това. В

стремеж за притегателна социална гравитация и усещане като социално приети, потребителите могат да проявяват и фиктивното поведение в социалната мрежа. Статистическите данни показват, че 42% от учениците съобщават, че поведението във Facebook е именно ролево. Същата тенденция се наблюдава и при анкетираните студенти – отговорите колебаещи се около игровото/ролевото поведение формират доминанта с приблизително 59%. Онлайн наблюденията показват, че нито един потребител не публикува своя снимка, на която преценява, че не изглежда добре.

По отношение на „лайк“-комуникацията, анкетираните признават, че тя е от значение (което обяснява мотивацията им за копиране и генериране на дейности, чието популяризиране би им донесло висока лайкабилност). Въздействието и признанието от другите, потребителите тълкуват и от начина, по които първите се ангажират да комуникират с тях. Социалната тежест на Facebook „лайковете“ е отразена на Фиг. №5.



Фигура №5. Социална значимост на Facebook лайковете в относителни стойности  
 Данните показват, че 59% от изследваните ученици определят положителната гама от отговори и съобщават, че лайковете и коментарите под публикациите им във Facebook им дават усещане, че са харесвани, социално одобрени и признати от другите. От отговорите на анкетираните студенти може да се съди, че най-висока тежест отново имат положителната гама от отговори съответно 24.5% и 33%. И за тях, може да се твърди, че съдят за отношението

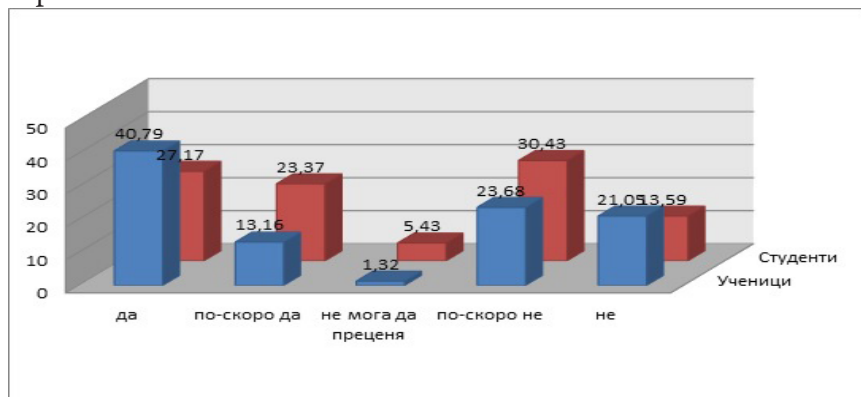
на другите спрямо лайковете и ги приемат за индикатор на това отношение.

По отношение на взаимовлияването на реална и виртуална вербалната комуникация, статистическите данни не позволяват ясно извеждане на водеща трендова линия, което е индикатор за необходимостта от по-целенасочено и задълбочено проучване по този пункт.

#### **4. 3. Емоционално отражение на социалните медии**

Емоциите имат експресивен израз в социално-медийното пространство, като повечето данни свидетелстват за високи нива на емоционална интелигентност, които се детерминират от отчетливото присъствие на публикации, отазяващи настроенията на проучените потребители. Емоционалната си лексика респондентите предпочитат да изразяват смесено, вероятно защото е много по-лесно да визуализират с картинки и стикери емоциите си. В същото време, анкетираните са склонни да приемат сходна обратна връзка, но в цялост предпочитат тя да е изразена с красноречиви и пълни словесни фрази.

В частта си „любопитство“, не се улови отчетлив тренд при социалния интерес поради голямото разсейване на отговорите, вероятно следствие от непунктуалното конструиране на въпросите в анкетата – фиг. №6

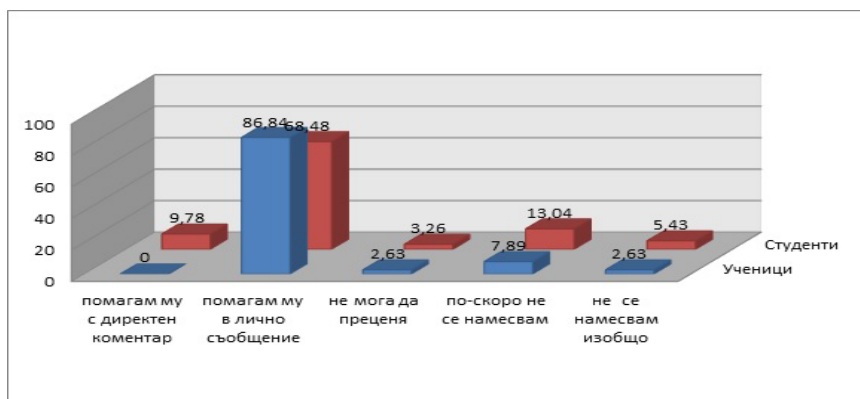


Фигура №6. Социален интерес към Facebook приятелите в относителни стойности

Последният показател за емоционална интелигентност е алтруистичната социална ангажираност, която се проследява с лично

участие в социални и благотворителни каузи, организирани във Facebook и склоняване на другите потребители към алтруистични добрини в социално-медийното пространство. При учениците отзивчивостта към благотворителни каузи е ниска, като положителната гама от отговори се простира над около 26% от анкетираните, докато негативната обхваща значителните 63%. При студентите това разпределение е малко по-различно – положителната гама е 50%, отрицателния тренд е 41%. В сравнителен план се вижда по-ясно изразено желание за отзивчивост и емпатийност при студентите по отношение на социалните/благотворителните каузи, което може да се отдаде и на различната социална роля, която те имат и по-голямата възможност за социална активност. Наблюденията показват консолидирането на стотици потребители по благотворителни каузи за набиране на средства и битови принадлежности за хора, преживели природни бедствия, за събиране на суми за операции в страната и извън нея, за търсене на подходяща кръвна група, за оказване на социална подкрепа чрез идентифициране с хора, претърпели терористични атентати, за грижа за бездомни животни и други, като всички са блестящи примери за формиране на нагласа за взаимопомощ, разбиране и приемане на различните.

Алтруистичната социална загриженост в израза ѝ на готовност за социален отклик се изразява и при двете групи скрито – Фиг. №7.



Фигура №7. Готовност за социален отклик в относителни стойности

## **ГЛАВА ПЕТА**

### **ПЕДАГОГИЧЕСКИ ХОРИЗОНТИ НА СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ**

Виждат се образователните възможности на социалните медии в три плоскости – теоретична, практико-приложна и организационна. Работата в теоретична плоскост еволюира педагогическата теория, следваща естествения развитиен ход на човечеството и цели да опише, отчете и регистрира феномена „социални медии“ – неговата същност, класификация, поява, развитие, разпространение, влияние върху отделния индивид и цялото общество. След подобно проучване, теорията може да обяснява, тълкува и проявява взаимовръзките и ефектите на социалните медии върху образованието и съвременната социализация.

Отгледна точка на учителите, подобна теория може да бъде инструмент за осъвременяване и актуализиране на професионалния учителски портрет и възможен път за реализация на концептуалността за учене през целия живот. Въпреки че учениците днес използват предимно интернет, за да се информират, вярва се че учителят би следвало да остане най-компетентната фигура за тях и точно познанието за социалните платформи, би предотвратило зараждащата се дистанция и поляризация между обучаващи и учещи. Така още по-естествено зрелите ще изпълнят успешно ангажимента си по предаване на хилядолетната човешка култура по атрактивен за младите поколения начин. Колкото и да се развият технологиите, нито един компютър или софтуер не би могъл да замести ролята на учителя в образованието, но затова е необходимо и учителите да познават изменения континуум, диктуван от еволюирането на технологиите.

Описанието и обяснението на феномена и влиянието му биха обогатили „педагогическата съкровищница“ и по този начин съвременните учени да продължават да развиват науката отговорно, така както са правили предшествениците в областта. На по-следващ етап ще бъде допустимо екстрахирането на конструктивните педагогически възможности на социалните медии, прогнозиране на бъдещи измерения на проблема, както и прескрипции за превантивна работа по отношение на описаните рискове и регресивни ефекти.

По отношение на педагогическата теория за социалните медии, дейността на изследователите трябва да е ориентирана най-вече към преодоляване на фрагментарното (на този етап) познание за феномена и детерминиране на издържана цялостна концепция, стабилно ориентираща в проблема, който към момента е на генеалогичен етап, тъй като социалните медии присъстват интензивно в живота на младите едва от около 10 години. Предизвикателството е огромно, но преодоляването му от съвременните изследователи от една страна ще бъде професионален и житейски подвиг за самите тях, а от друга страна ще е своеобразно доказателство за проява на алтруизъм и човеколюбие, изразени с разбиране на по-различните следващи поколения и подсигурирането на тяхното благополучие, светлина и бъдеще.

Педагогическите възможности на социалните медии в практико-приложен аспект се състоят в конструктивното внедряване на триумфа на технологиите в процеса на обучение. За постигането на това образованието следва да претърпи определена метаморфоза и да се „обърне“ точно към тези кроснаучни измерения, които да са гарант за подготовката на индивид, способен самостоятелно да придобива качествени знания в дигиталното разнообразие от информация и да притежава умения да търси, събира, използва достоверна такава чрез технологиите. Тази модифицируемост не елиминира традицията в образованието, дори тя следва да е ориентирана към засилване на още по-интензивното присъствие на класиката, но с включването и осезателното присъствие на новите технологии.

Еволюцията на технологиите и кроснаучните търсения за реализиране и прилагане в практиката на жизнено важната симбиоза между традиции и нови технологии изискват традициогитално (от „традиционен“ и „дигитален“) мислене и традиновативна практика. Терминът „традиновативност“ произлиза от „ТРАдиция“, „ДИгиталност“ и „иНОВАция“, и възникна в хода на устно обсъждане с научния ръководител проф. д-р Христо Макаков, и за първи път му се придава писмен израз и се използва в процеса на научните дирения. Разбирането за кроснаучността и традиновативността (гарантите за изграждането на конструктивни личности) силно импонира и се

резултира в разработената и вече реализирана учебна дисциплина за студенти от ПФ-ТрУ „Социални медии в образованието“. През целия курс знанията се интериоризират чрез съчетаване на дидактически традиции и социални платформи (технологии), като последващата екстериоризация от страна на учащите се осъществява по същия начин. Резюмирано замисълът на курса цели предотвратяване на социални кризи, поради социалните медии, превенция от риска технологиите да се окажат ерзац на човешките възможности, с последствия интелектуална деградация, закърняване на човешкия потенциал, предотвратяване на регресивен уклон в човешкото развитие, за сметка на технологичния прогрес.

Педагогическите хоризонти на социалните медии в организационен план се изразяват в осъвременяване процеса на организационно-педагогическите фундаменти и в педагогическия маркетинг.

В първия случай се има предвид чисто материалното засилено присъствие на технологиите в процеса на обучение – най-общо да се използват технологии още при интериоризирането на знанията от учащите, както и при последващата им екстериоризация. С други думи педагогическата класическа теория да „оживява“ чрез технологиите и дидактическите им възможности.

По-наситените педагогически хоризонти на социалните медии в организационен план се намират във възможностите им за педагогически маркетинг. Социалните медии дават несравнима възможност за създаване и популяризиране престижа на образователни организации – детски градини, училища, университети. Разработването и поддържането на Facebook страница е сериозен гарант за провеждане на успешна PR кампания на даден университет или факултет и по този начин социалните медии се превръщат в реална добра педагогическа практика.

Образованието трябва да инвестира в себе си, за да се усъвършенства и понеже най-голямата част от потребителите му са всекидневно в социалните медии, то няма как една PR кампания да бъде успешна, ако не се реализира именно там. Стъпките са начин на общуване в социалните медии, харесван от хората и генерирането на доходи от това.

Историята твърди, че човечеството е имало цивилизации, които са били на далеч по-високо технологично равнище. Независимо дали човек е дигитален имигрант или дигитален жител, неговата природа е ориентирана към бъдещето и той трябва да остане преди всичко конструктивно човешко същество, вдъхновяващо своите сънаследници с хуманизъм, кроснаучен стремеж и традицинално мислене в името на съхранението и благополучието на Homo Sapiens в новия му разумен вид.

### **ОБОБЩЕНИЕ**

Проведеното теоретико-емпирично изследване потвърди основанията за търсене на релацията „социални медии – социализация“, тъй като се оказа, че феноменът „социални медии“ надхвърля прерогативите на технологиите и значително влияе върху социализация на съвременните подрастващи.

Анализът, систематизирането и обобщението на сто литературни източници позволи да се изясни проблемът за социализацията в педагогическата теория и практика. Оказа се, че проучването му започва преди повече от век, благодарение на което се намери достатъчно фундаментална литература, позволяваща да се очертаят сходства и разминавания в интерпретациите за него. По отношение на социализацията като понятие и процес не се намериха сериозни противоречия и се установи, че дори най-ранните определения звучат актуално и днес. Не се намериха отчетливи граници за стабилността на феномена, но по отношение на различните мнения за продължителността му, се прие, че тя все пак е перманентна. Направи се таблична съпоставка и съотнасяне на наличните интерпретации за социализиращите механизми. Коментираха се и единодушно приетите от класиците фактори на социализация, и се разгледаха динамиката на влиянието им в миналото и настоящето, като се установи, че в наши дни някои от тях вече не влияят с описаната преди десетилетия сила. Именно движението на факторовото влияние (вероятно следващо развитието на обществото) събуди научния интерес към проблема за социализацията и любопитството дали социалните медии могат да се окажат негов институт. Изложиха се и теоретичните постановки



на водещи учени за социалното възпитание, социалното обучение и социалното и емоционално образование, тъй като те са „ключ“ за ефективна социализация.

За разлика от достъпните интерпретации за социализацията, се установи, че в българската педагогическа литература има дефицит на фундаментални и комплексни проучвания за социалните медии, за влиянието им върху учащите, за педагогическите им възможности и за превръщането им в мощен образователен инструмент.

Обзорът на теоретичните постановки на около 200 автори по проблема за социалните медии в глобален мащаб показва, че той е изследван едва от няколко години, но въпреки това интересът към него е огромен в целия свят. Сериозна информация за социалните медии се намери нелеко, като се оказа, че най-изследвани те са от специалистите в областта на маркетинга – показател за ресурсите, които имат (вероятно и от образователен характер). Социалните медии като понятие се определят смислово сходно при повечето автори, като се наблюдава стремеж към извеждане на още по-ясно разбиране за тях. В световен мащаб се намериха два сериозни опити за класифициране на различните видове социални медии и се изведе същността, специфичните и атрактивните възможности на най-популярните от тях. В зависимост от появата и присъствието на феномена във всекидневието на съвременното човечество различните автори извеждат няколко поколения, съжителстващи днес, на базата на които се формираха три основни категории хора, всяка със свои описани специфики и особености: дигитални жители, дигитални имигранти и традициални хора. Интерпретации с рудиментарна генеалогия скромно описват влиянието на социалните медии върху най-новата история и икономика на света, както и върху психологията, комуникацията и социализацията на съвременника, който формира вече дигитално наследство, дигитална толерантност и виртуално възпитание в социално-медийния континуум ежедневно. Установи се консенсус около положителните и отрицателните социално-психологически ефекти на социалните медии, но и липса на очертана единна теоретична концепция за това как те могат да бъдат екстрахирани в полза на човечеството и социализацията на

подрастващите поколения, чрез обучение и възпитание.

На базата на литературния обзор се разработи и апробира учебна програма по „Социални медии в образованието“. Реализира се традиновативно обучение на студенти от ПФ-ТрУ с подходящо теоретично съдържание и комплект дидактически материали, с оглед бъдеща професионална дейност на традигитални учители, градивно опериращи със социално-медийните възможности и способни на свой ред да формират дигитално възпитание у своите ученици с личните си усъвършенствани дигитални компетентности.

За отчитане и регистриране на социално-медийно социализиращо влияние се структурира комплекс от методи и инструментариум за емпирично педагогическо проучване. Селектираха се осем метода, които да се взаимоверифицират и чиято композиция да позволи диагностика на академично/учебно, социално и емотивно повлияване от социалните медии.

От обобщението, анализът и систематизирането на получените в хода на изследването емпирични данни се установи, че социалните медии оказват влияние на трите плоскости, в които се потърси. В образователна насока се получиха отчетливи трендове по всички пролифериращи фактори, на социална и емоционална плоскост; повечето данни извеждат водеща тенденция по факторите, като по един от тях на двете плоскости не се успя да се открие зависимост, поради голямото разсейване в отговорите. Това се обяснява с обструктивни моменти в инструментарима, но може и да е индикатор, че по отношение на тези пунктове се изискват много по-целенасочени и конкретни проучвания.

Като цяло резултатите от емпиричните данни не изненадаха и отразиха началните предположения и очаквания, относно влиянието на Facebook върху образователната, социална и емоционална страна от живота на съвременните анкетиращи учащи. Анализът на получените данни не отхвърля, а съвсем реално придава положителна тежест в хипотезата на изследването, утвърждаваща социалните медии като социализиращ фактор при представители от поколение „Z“.

## ИЗВОДИ

Като резултат от изследването биха могли да се направят следните изводи:

1. Социалните медии са обществено значим феномен, надхвърлящ прерогативите на технологиите и оказващ глобално политическо, икономическо, идеологическо, търговско, социално и индивидуално влияние върху милиарди хора ежедневно.

2. Независимо от вече немалкото изследвания, относно социалните медии, все още липсва единна философия и теория за влиянието и възможностите на социалните медии. Разбирането за тях (независимо, че е споделено от множество изследователи), все още няма единен концептуален характер, а в същото време се усеща огромният им потенциал, който предстои взривоподобно тепърва да се реализира и демонстрира.

3. Категоричното обстоятелство (факт), че основните потребители на социалните медии са предимно млади хора, то социалните платформи оказват значително влияние върху техния светоглед, ценности, нравственост, поведение, общуване, в т.ч. върху тяхното образование, възпитание и социализация. В този смисъл организираното образование би могло да ползва по рационален и педагогически съобразен начин преимуществата на социалните медии, с оглед по-добра подготовка на учащите се.

4. Предвид значимостта на социалните медии като технологически и идеологически феномен се очаква бум на изследователските им проучвания и анализи от страна на педагози, психолози, социолози и философи, а най-вече от учителите в добрата педагогическа практика, която в света е налице (макар и зараждаща се) като традиционална и традициогативна.

## НАУЧНИ ПРИНОСИ

1. За пръв път в българската педагогическа наука вниманието се насочва към един свършено нов и разполагащ с огромен ресурс, значение и влияние технологически и идеологически феномен, какъвто са социалните медии. Изнамерен, проучен и анализиран е значителен брой литературни източници от цял свят, интерпретиращи един нов, бурно развиващ се и глобално влияещ върху човечеството феномен. Издирени и проучени са, както педагогическите възможности (в т.ч. и социализиращите) на социалните медии, така и възможностите за традиновативното им използване в новосъздадени добри педагогически практики.

2. Реализирано е първото в пределите на Р България емпирично педагогическо изследване в стремеж за очертаване границите, съдържанието и конкретиката на влиянието на социалните медии, като социализиращ агент (фактор). Макар и без прекалени амбиции е налице един първи опит да се очертае, анализира и осмисли разнообразието от влияние на социалните медии в конкретни български условия на представители от поколение “Z” при българските ученици и студенти.

3. Наличен е първи опит да бъде разработена самостоятелна учебна дисциплина „Социални медии в образованието“, като част от подготовката на студентите за бъдещата им професионална дейност и развитие. Подчертава се, че това е първо в страната такова явление и в този смисъл ТрУ, гр. Стара Загора, в частност ПФ, има свой ясен принос и иновативно влияние в системата на висшето образование на Р България.

## ПУБЛИКУВАНИ ЧАСТИ ОТ ДИСЕРТАЦИЯТА

1. GEORGIEVA, V. (2014). THE DIGITAL NATIVES IN THE NEW AGE. In: TRAKIA JOURNAL OF SCIENCE. Vol.12. Num.4. Stara Zagora.
2. Георгиева, В. (2014). ДИГИТАЛНИТЕ ТУЗЕМЦИ И ИМИГРАНТИ В ОБРАЗОВАНИЕТО. В: XV НАЦИОНАЛЕН ПЕДАГОГИЧЕСКИ ФОРУМ. ТРАДИЦИИ, ИНОВАЦИИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА В ОБРАЗОВАНИЕТО. СТАРА ЗАГОРА.
3. Георгиева, В. (2014). За „дигиталните жители и емигранти“ в образованието. В: ПЕДАГОГИЧЕСКИ ФОРУМ. БРОЙ 2. СТАРА ЗАГОРА.
4. Георгиева, В., Хр. Макаков. (2015). За „традигиталността“ в педагогическият „ню ейдж“. В: ПЕДАГОГИЧЕСКИ НОВОСТИ. Русе.
5. GEORGIEVA, V. (2016). INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA UPON SOCIALIZATION OF REPRESENTATIVES FROM Z GENERATION. In: International Scientific and Practical Conference “WORLD Science”. Multidisciplinary Scientific Edition. N4 (8). Vol.4. Expo 2020. DUBAI. U.A.E.

## ***SOCIAL MEDIA (FACEBOOK) AS A FACTOR OF SOCIALIZATION OF Z GENERATION***

For over 120 years, the problem of socialization has been studied in depth, as evidenced by the multiple concepts and accepted fundamental approaches about the essence of the socialization, such as notion, process, stages, mechanisms and factors (family, school, coevals, peers, street and mass media) of socialization. Due to changes in society, the indicated factors or rather their influence also suffered metamorphosis. Some of the factors described in the literature, which at some time have been undoubtedly leading, today have a recessive influence, unlike others which have gained greater influence and acquired rich nuances. These dynamic changes in the factors certainly awake scientific interest and shed a light on new tendencies for proliferation of the process of socialization and its redefinition. The research of the influence of social media over the socialization of digital natives outlines a long and perilous path but the beginning has been set with the clear intention to succumb to temptation and go beyond the limitations posed by difficulties and uncertainties.

Architectonic structure of the dissertation:

Introduction.

First chapter. The problem of socialization in the educational theory and practice.

Second chapter. Social media a technological and ideological synthesis.

Third chapter. Metodology and organization of the dissertation research.

Fourth chapter. Analysis of the empirical data and results.

Fifth chapter. Educational horizons of social media.

Implications.

Contribution.

Bibliography.

Applications.

Key words: socialization, social media, education, generation Z, digital natives, tradionnovation, tradigital



