ВАРНЕНСКИ СВОБОДЕН УНИВЕРСИТЕТ
„ЧЕРНОРИЗЕЦ ХРАБЪР“
ФАКУЛТЕТ „СОЦИАЛНИ, СТОПАНСКИ И КОМПЮТЪРНИ НАУКИ“
КАТЕДРА „ПСИХОЛОГИЯ“

АНА ИЛИЕВА ХАЛИЛ

ПРЕДНАМЕРЕНО ВЛИЯНИЕ ВЪРХУ НЕОРГАНИЗИРАНИ СОЦИАЛНИ ОБЩНОСТИ

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

на дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“,
професионално направление 3.2. „Психология“,
докторска програма “Обща психология”

Научен ръководител:
Проф. д.пс.н. Майяна Митевска

Варна
2026 г.

ВАРНЕНСКИ СВОБОДЕН УНИВЕРСИТЕТ
„ЧЕРНОРИЗЕЦ ХРАБЪР“
ФАКУЛТЕТ „СОЦИАЛНИ, СТОПАНСКИ И КОМПЮТЪРНИ НАУКИ“
КАТЕДРА „ПСИХОЛОГИЯ“

АНА ИЛИЕВА ХАЛИЛ

ПРЕДНАМЕРЕНО ВЛИЯНИЕ ВЪРХУ НЕОРГАНИЗИРАНИ СОЦИАЛНИ ОБЩНОСТИ

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

на дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“,
професионално направление 3.2. „Психология“,
докторска програма “Обща психология”

Научен ръководител:
Проф. д.пс.н. Майяна Митевска

Рецензенти:
проф. д-р Ваня Христова
проф. д.н. Валери Стоянов

Варна
2026 г.

Дисертационният труд е обсъден и насочен за защита пред научно жури от катедра „Психология” при факултет “ Социални, стопански и компютърни науки ” на ВСУ „Черноризец Храбър” – гр. Варна.

Дисертационният труд, с обем от 149 страници, се състои от увод, изложение в три глави, заключение и списък с използвана литература. Съдържанието на всяка от главите е разпределено в отделни параграфи, като в края на всяка глава са направени конкретни изводи. Основният текст съдържа 19 таблици и 12 фигури. Списъкът на използваните литературни източници се състои от 68 заглавия на български и английски език.

Авторът на дисертационния труд е докторант на самостоятелна подготовка в катедра „Психология” към факултет „Социални, стопански и компютърни науки ” на ВСУ „Черноризец Храбър” – гр. Варна.

Защитата на дисертационния труд пред научно жури ще се състои на 19.11.2026 г. от 11,00 ч., в заседателната зала на ВСУ „Черноризец Храбър” Материалите по защитата са на разположение в канцеларията на катедра “Психология“ и на сайта на университета.

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Въведение

Съвременните социални процеси се развиват в условията на динамична дигитална трансформация, която променя начина, по който индивидите възприемат и интерпретират информацията. Развитието на комуникационните технологии, разширяването на социалните мрежи и ролята на алгоритмичното посредничество водят до формиране на нова социална среда, в която взаимодействията се осъществяват извън традиционно организираните структури. В тази среда неорганизираните социални общности се утвърждават като значим контекст за формиране на нагласи и поведение.

Предизвикателствата пред съвременните общества са свързани с интензивността на информационните потоци и нарастващите възможности за целенасочено въздействие върху съзнанието на индивидите. Социалното влияние придобива нови характеристики – мащабируемост, адаптивност и често скрит характер, което налага разглеждането му като целенасочена дейност, реализирана чрез специфични комуникационни стратегии.

Новите условия изискват и нови изследователски подходи. Традиционните модели на социално влияние предоставят основа, но са недостатъчни за обяснение на процесите в дигитална среда. Това налага използването на интегративни подходи, отчитащи психологическите, социалните и технологичните фактори на въздействие.

Особено значение придобиват индивидуалните характеристики на личността – личностни черти, ценностни ориентации и мотивация за социално одобрение, които определят степента на податливост към влияние. В условията на неорганизирани социални общности тяхната роля се засилва и влияе върху начина на възприемане на социалните послания.

В този контекст настоящото изследване се фокусира върху преднамереното социално влияние като комплексен феномен,

възникващ от взаимодействието между комуникационни стратегии, психологически механизми и индивидуални фактори, с цел изграждане на цялостна концептуална рамка за обяснение на влиянието в дигитална среда.

В увода е представен концептуален модел на преднамереното социално влияние, който интегрира комуникационните стратегии, психологическите и социалните механизми, както и индивидуалните характеристики на личността като модериращи фактори.



Фиг. 1. Концептуален модел на преднамереното социално влияние в неорганизирани социални общности

Източник: Авторска разработка

2. Актуалност и значимост на темата на изследването

Актуалността на темата на дисертационния труд се обуславя от необходимостта от задълбочено изследване на процесите на преднамерено социално влияние в условията на съвременното информационно общество и дигитална среда. Развитието на комуникационните технологии и социалните мрежи създава

предпоставки за значително разширяване на възможностите за въздействие върху нагласите и поведението на индивидите, което изисква нови подходи за неговото научно осмисляне.

В частност, темата е особено актуална по отношение на разбирането на механизмите на влияние в неорганизирани социални общности, характеризиращи се с липса на стабилни структури и висока степен на анонимност. Това налага изследване както на факторите, определящи податливостта на индивидите, така и на взаимодействието между психологическите и социалните механизми на въздействие.

Не на последно място е необходимо да се анализира и ролята на алгоритмите и персонализираното съдържание, които структурират информационната среда и усилват определени послания. Това създава условия за по-силно и често трудно разпознаваемо влияние, което поставя нови изисквания към изследванията в тази област.

От друга страна, съществува недостиг на интегрирани научни разработки, които да разглеждат преднамереното социално влияние като комплексен феномен в дигитална среда. Това обуславя необходимостта от разработване на цялостни концептуални модели, обединяващи психологически, социални и технологични аспекти.

Значимостта на изследването се проявява както в теоретичен, така и в приложен план – чрез разширяване на научните знания за социалното влияние и създаване на основа за разработване на подходи за неговото разпознаване и ограничаване.

3. Обект и предмет на изследването

Обект на изследването са процесите на социално влияние в условията на неорганизирани социални общности, функциониращи в съвременната дигитална среда.

Предмет на изследването е преднамереното социално влияние като специфичен тип въздействие, реализирано чрез комуникационни стратегии, психологически и социални механизми, както и ролята на индивидуалните фактори – личностни черти,

ценностни ориентации и мотивация за социално одобрение – за формиране на податливост към това влияние.

4. Изследователски проблем

Изследователският проблем на дисертационния труд се състои в недостатъчното изясняване на механизмите, чрез които се реализира преднамереното социално влияние в условията на неорганизирани социални общности, както и в ограниченото разбиране за ролята на индивидуалните психологически характеристики като фактори, модериращи неговия ефект.

Проблемът се изразява и в липсата на интегриран подход, който да обединява комуникационните стратегии, социалните механизми и личностните детерминанти в единна концептуална рамка, позволяваща обяснение на динамиката на влиянието в дигитална среда.

5. Авторова теза

Основната авторова теза на дисертационния труд е, че податливостта към преднамерено социално влияние в неорганизирани социални общности не е резултат от изолирано действие на отделни фактори, а от комплексно взаимодействие между комуникационни стратегии, психологически и социални механизми, модерирани от индивидуалните характеристики на личността.

Приема се, че личностните черти, ценностните ориентации и мотивацията за социално одобрение са потенциални фактори, които влияят върху начина на възприемане, интерпретация и приемане на социалните послания, като в условията на дигитална среда този процес се усилва от алгоритмичното посредничество и персонализираното съдържание.

6. Цел и задачи на дисертационния труд

Целта на дисертационния труд е да се изследват механизмите на преднамереното социално влияние в неорганизирани социални общности и да се анализира ролята на индивидуалните

психологически фактори за податливостта към това влияние, като се разработи интегративен концептуален модел на процеса.

За постигане на поставената цел са формулирани следните задачи:

1. Да се извърши теоретичен анализ на съществуващите концепции и модели на социалното влияние.
2. Да се изследват психологическите, социалните и комуникационните механизми на преднамереното влияние.
3. Да се анализира спецификата на неорганизираните социални общности и дигиталната среда като контекст на влияние.
4. Да се идентифицират и изследват индивидуалните фактори – личностни черти, ценностни ориентации и мотивация за социално одобрение.
5. Да се проведе емпирично изследване за установяване на зависимости между изследваните променливи.
6. Да се разработи и обоснове интегративен модел на преднамереното социално влияние.

7. Методология на изследването

Методологията на изследването се основава на количествен изследователски подход, който позволява обективно измерване и анализ на взаимовръзките между изследваните променливи. Изследването е реализирано чрез крос-секционен дизайн и корелационен анализ, насочен към установяване на статистически значими зависимости между индивидуалните характеристики и податливостта към преднамерено социално влияние.

В изследването са използвани стандартизирани психометрични инструменти, включително личностен въпросник на Айзенк (EPQ), методики за изследване на ценностни ориентации и скала за мотивация за социално одобрение, адаптирани за българския контекст. Данните са обработени чрез дескриптивни и инференциални статистически методи, включително корелационен анализ и проверка на хипотези.

Изборът на количествен изследователски подход е обусловен от необходимостта от обективно измерване на взаимовръзките между изследваните променливи и от възможността за статистическа проверка на формулираните хипотези. В контекста на изследването на социалното влияние, което представлява сложен и многофакторен феномен, количественият подход позволява да се идентифицират закономерности, които не могат да бъдат установени единствено чрез качествен анализ.

Прилагането на корелационен модел е съобразено с изследователската цел за разкриване на зависимости между индивидуалните психологически характеристики и степента на податливост към преднамерено социално влияние. Този подход дава възможност да се анализира посоката и силата на връзките между променливите, без да се правят прибързани причинно-следствени заключения, което е в съответствие с характера на изследваното явление.

Спецификата на дигиталната среда като контекст на изследването също обуславя избора на използвания дизайн. В условията на динамични, слабо структурирани и мрежово организирани социални общности социалното влияние се реализира чрез множество едновременно действащи фактори, което налага използването на методологичен подход, способен да отчете тяхното взаимодействие.

Теоретико-методологичната рамка на изследването се основава на изводите от първа и втора глава, където социалното влияние е разгледано като резултат от взаимодействието между комуникационни стратегии, психологически механизми и социални процеси. В този смисъл избраният изследователски подход позволява емпирично да се провери доколко тези теоретични постановки намират потвърждение в реални социални условия.

Абстрактните теоретични конструкти, разгледани в теоретичната част на изследването, бяха трансформирани в емпирично измерими показатели чрез процес на операционализация, който позволява тяхното количествено изследване и статистически анализ. Този процес е ключов за осъществяване на връзката между

концептуалната рамка и емпиричната проверка на изследователските хипотези.

Личностните характеристики са операционализирани чрез използването на личностния въпросник на Айзенк, който измерва основните измерения на личността – екстравертност, невротизъм и психотизъм. Тези показатели са включени в изследването с цел да се установи дали стабилните личностни черти функционират като фактори, свързани с податливостта към социално влияние.

Ценностните ориентации са изследвани чрез стандартизирана методика, позволяваща идентифициране на доминиращите ценностни системи на индивидите. Чрез тях се анализира ролята на ценностите като когнитивно-мотивационни филтри, които влияят върху начина на възприемане и интерпретация на социалното въздействие.

Мотивацията за социално одобрение е операционализирана чрез специализирана скала, която измерва степента, в която индивидите се стремят към социално приемане и избягване на неодобрение. Този показател е включен като ключов психологически механизъм, който може да модерира възприемането и декларирането на социалното влияние.

Податливостта към преднамерено социално влияние е измерена чрез авторска анкета, разработена с цел да отрази специфичните особености на дигиталната среда. Чрез него се оценяват аспекти като възприеман социален натиск, влияние на групата, интерпретация на социални сигнали и склонност към съгласие с доминиращи позиции.

Чрез тази операционализация се осигурява възможност за интегриран анализ на взаимовръзките между личностните, ценностните и мотивационните фактори и тяхната роля в процеса на социално влияние, като се създава емпирична основа за проверка на изследователските хипотези.

8. Ограничения на проблемния обхват на дисертационния труд

Ограниченията на изследването произтичат както от неговия обхват, така и от избрания методологичен подход. На първо място, изследването се фокусира върху неорганизирани социални общности в дигитална среда, което ограничава възможността за обобщаване на резултатите към други социални контексти.

На второ място, използването на самооценъчни методики предполага възможност за влияние на субективни фактори, включително социална желателност. Освен това изследването е с крос-секционен характер, което не позволява извеждане на причинно-следствени зависимости, а само установяване на статистически връзки между променливите.

Въпреки тези ограничения, изследването предоставя надеждна основа за анализ на разглеждания феномен и очертава насоки за бъдещи научни разработки.

II. ОБЕМ И СТРУКТУРА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Дисертационният труд е структуриран в увод, три глави, заключение, с общ обем 149 страници. В основния текст се съдържат 19 таблици и 12 фигури. Списъкът с използваната литература наброява 68 източника на български, чуждестранни и интернет източници.

СЪДЪРЖАНИЕ

УВОД.....4
ГЛАВА ПЪРВА. Теоретични основи на социалното влияние в неорганизирани социални общности.....10
1.1. Социалното влияние като психологически и социален феномен.....
1.1.1. Същност и дефиниции на социалното влияние.....
1.1.2. Форми и нива на социално влияние.....
1.1.3. Съзнателни и несъзнателни процеси.....
1.2. Основни теории и модели на социалното влияние.....
1.2.1. Класически теоретични подходи.....
1.2.2. Модели на конформизъм и убеждаване.....
1.2.3. Съвременни интегративни модели.....

1.3. Социалното влияние в контекста на неорганизирани общности и дигитална среда.....
1.3.1. Неорганизирани социални общности – характеристики.....
1.3.2. Дигитална среда и социални взаимодействия.....
1.3.3. Интегративен модел на преднамерено влияние.....
Изводи от глава първа.....
ГЛАВА ВТОРА. Механизми и стратегии на преднамерено социално влияние.....31
2.1. Психологически механизми на преднамереното влияние.....
2.1.1. Когнитивни механизми.....
2.1.2. Емоционални и мотивационни процеси.....
2.1.3. Личностни фактори и податливост.....
2.2. Социални и комуникационни механизми на влияние.....
2.2.1. Социални норми и групово въздействие.....
2.2.2. Комуникационни стратегии и техники.....
2.2.3. Медийна среда и дезинформация.....
2.3. Дигитални механизми и стратегии за противодействие.....
2.3.1. Социални мрежи и дигитални платформи.....
2.3.2. Алгоритми и персонализирано съдържание.....
2.3.3. Подходи за противодействие и защита.....
Изводи от глава втора.....
ГЛАВА ТРЕТА. Методология и емпирично изследване на преднамереното социално влияние.....49
3.1. Методологични основи на изследването.....
3.1.1. Обект и предмет на изследването.....
3.1.2. Цели и задачи на изследването.....
3.1.3. Работна хипотеза и подхипотези.....
3.2. Организация и дизайн на изследването.....
3.2.1. Изследователски подход.....
3.2.2. Инструментариум.....
3.2.3. Извадка и характеристики на респондентите.....
3.2.4. Методи за статистическа обработка.....
3.3. Анализ и интерпретация на резултатите.....
3.3.1. Представяне на резултатите.....
3.3.2. Анализ на социалните нагласи и динамики.....
3.3.3. Проверка на хипотезите.....

Изводи от глава трета.....
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....134
БИБЛИОГРАФИЯ.....144

Структурата на дисертационния труд е изградена в логическа последователност, която осигурява преход от теоретичния анализ към емпиричната проверка на изследователските постановки. В първа глава е разработена концептуалната и теоретична рамка на социалното влияние, като са изяснени основните понятия, теории и модели, които формират основата на изследването.

Във втора глава аналитичният фокус е насочен към механизмите и стратегиите на преднамереното влияние, като са конкретизирани психологическите, социалните и комуникационните процеси, чрез които влиянието се реализира в условията на дигитална среда. По този начин се създава теоретична основа за формулиране на изследователските хипотези.

Трета глава представя методологията и резултатите от проведеното емпирично изследване, чрез което се осъществява проверка на теоретичните допускания и се анализира ролята на индивидуалните фактори в процеса на социално влияние. Тази последователност осигурява вътрешна логическа свързаност на изследването и позволява интегриране на теоретичните и емпиричните резултати в единна обяснителна рамка.

В увода на дисертационния труд е обоснована актуалността на изследвания проблем в контекста на съвременната дигитална среда, характеризираща се с ускорена трансформация на социалните взаимодействия и нарастваща роля на неорганизираните социални общности като среда за формиране на нагласи и поведенчески модели. Акцентирано е върху разширяващите се възможности за преднамерено социално влияние, обусловени от развитието на комуникационните технологии, социалните мрежи и алгоритмичното посредничество.

Аргументиран изборът на темата чрез разглеждане на нейната теоретична значимост и практическа приложимост, като се подчертава необходимостта от разширяване на анализа на

социалното влияние отвъд класическите рамки на организирани социални групи. Обоснована е необходимостта от изследване на неорганизираните социални общности като самостоятелен обект на научен анализ, както и от интегриране на психологически, социални и технологични фактори при обяснение на процесите на влияние.

В рамките на увода са представени теоретичните основания на изследването, основани на утвърдени концепции в социалната психология, които осигуряват рамка за анализ на взаимодействието между индивидуалните психологически характеристики и социалния контекст.

В увода е дефинирана целта на дисертационния труд, насочена към анализ и емпирично изследване на преднамереното социално влияние, както и ролята на индивидуалните психологически фактори в този процес. Формулирани са основните изследователски задачи, свързани с теоретичния анализ, идентифицирането на механизмите на влияние и провеждането на емпирично изследване.

Определени са обектът и предметът на изследването, като фокусът е поставен върху неорганизираните социални общности в дигитална среда и механизмите на преднамерено социално влияние в тях. Представени са основната хипотеза и формулираните подхипотези, както и методологичният подход, включващ използването на количествени методи и стандартизирани психометрични инструменти.

В заключителната част на увода е представен концептуален модел на преднамереното социално влияние, който онагледява взаимодействието между комуникационните стратегии, психологическите и социалните механизми и индивидуалните характеристики на личността в условията на дигитална среда.

Първа глава „Теоретични основи на социалното влияние в неорганизирани социални общности“

В първа глава е разработена и систематизирана теоретичната рамка на социалното влияние като комплексен психологически и социален феномен, който заема централно място в анализа на взаимодействията в съвременната дигитална среда. Социалното

влияние е разгледано не само като процес на промяна на нагласите и поведението, но и като механизъм за социална регулация, чрез който се формират, поддържат и трансформират индивидуалните и груповите позиции в условията на динамична комуникационна среда. Обосновано е разбирането, че влиянието не може да бъде редуцирано нито до външен социален натиск, нито до вътрешнопсихични процеси, а представлява резултат от сложното взаимодействие между индивидуалните характеристики и социалния контекст.

В параграф 1.1. „Социалното влияние като психологически и социален феномен“ е извършен анализ на същността, основните дефиниции, форми и нива на социалното влияние. Представени са класически теоретични постановки, свързани с трудовете на Moscovici, Kelman, Cialdini, Aronson, Wilson и Akert, както и релевантни разработки в българската психологическа литература. Социалното влияние е разгледано като процес, който функционира едновременно на психологическо и социално равнище и се проявява на индивидуално, междуличностно, групово и масово/мрежово ниво. Акцентирано е върху взаимодействието между външните социални сигнали и вътрешните нагласи, мотивации и ценностни структури на индивида.

В рамките на същия параграф е направено разграничение между информационно и нормативно социално влияние, като са анализирани условията, при които всяко от тях доминира. Допълнително са разгледани различните равнища на проявление на влиянието – индивидуално, междуличностно, групово, масово и мрежово, което позволява по-прецизно разбиране на неговата динамика в различни социални контексти. Специален акцент е поставен върху съзнателните и несъзнателните механизми на влияние, като е обосновано, че значителна част от социалното въздействие протича на имплицитно ниво и не се разпознава от индивидите като външно наложено. В тази връзка е направен преход към дигиталната среда, в която социалното влияние придобива по-дифузен, индиректен и трудно идентифицируем характер.

В параграф 1.2. „Основни теории и модели на социалното влияние“ е осъществена систематизация и сравнителен анализ на

водещи теоретични модели, включително експерименталните изследвания на Sherif и Asch, концепцията на Kelman за форми на влияние, теорията за социалната идентичност на Tajfel и Turner, както и двупроцесните модели на убеждаване на Petty и Cacioppo. Анализирани са също принципите на социалното влияние, формулирани от Cialdini, както и връзките между ценностните ориентации (Rokeach), личностните характеристики (Eysenck) и процесите на социално въздействие. В резултат е обосновано, че социалното влияние представлява многофакторен процес, който се реализира чрез взаимодействието между комуникационни стратегии, групови механизми, когнитивни процеси и индивидуални характеристики.

В параграф 1.3. „Социалното влияние в контекста на неорганизирани общности и дигитална среда“ е анализирана спецификата на неорганизираните социални общности като среда, характеризираща се с липса на формализирана структура, стабилни роли и институционализирани механизми за контрол. Показано е, че именно в такива условия социалното влияние се реализира чрез неформални механизми като социално доказателство, групова валидизация, емоционално заразяване и стремеж към социално одобрение. Разгледана е и ролята на дигиталната среда, където алгоритмичното посредничество, персонализираното съдържание и публичната видимост на реакциите усилват и трансформират процесите на социално влияние. Обосновано е, че дигиталната среда не е неутрален канал, а активен фактор, който структурира информационния опит и създава условия за усилване на въздействието.

Въз основа на извършения теоретичен анализ е изведен интегративен концептуален модел на преднамереното социално влияние, който обединява комуникационните стратегии, психологическите и социалните механизми и индивидуалните характеристики като взаимосвързани компоненти на процеса. Моделът представя социалното влияние като динамична система, в която ефектът от въздействието се модерира от личностните черти, ценностните ориентации и мотивацията за социално одобрение. По този начин се обосновава разбирането, че преднамереното социално

влияние възниква в пресечната точка между индивидуални и социални фактори и не може да бъде обяснено чрез едноизмерни зависимости.

Изводи от първа глава

В резултат от теоретичния анализ е установено, че социалното влияние представлява многоизмерен и комплексен процес, включващ когнитивни, емоционални, мотивационни и социални компоненти, които функционират в тясно взаимодействие. Изведен е изводът, че в условията на неорганизирани социални общности и дигитална среда влиянието придобива по-дифузен, индиректен и трудно разпознаваем характер.

Направен е изводът, че индивидуалните психологически характеристики – личностни черти, ценностни ориентации и мотивация за социално одобрение – могат да усилват, ограничават или модерират начина, по който социалното влияние се възприема и интерпретира.

В заключение първа глава изгражда теоретичната основа на изследването, като обосновава избора на изследваните променливи и формулира концептуалната рамка, върху която се базира емпиричният анализ в следващите глави.

Втора глава „Механизми и стратегии на преднамерено социално влияние“

Във втора глава е разработена процесуалната и функционална логика на преднамереното социално влияние, като аналитичният фокус е насочен към механизмите и стратегиите, чрез които влиянието се генерира, усилва и стабилизира в условията на неорганизирани социални общности и дигитално медиирана комуникация. Обосновано е разбирането, че преднамереното влияние не представлява единичен акт на убеждаване, а динамичен, многоетапен процес на структуриране на социалното възприятие, при който външните комуникационни въздействия постепенно се интернализират и трансформират в субективно преживявани и рационализирани позиции.

Акцентирано е, че ключовият механизъм на този процес не е прякото въздействие, а интерпретативната обработка на социалните сигнали, което поставя основата за разбирането на влиянието като индиректен и често неосъзнат процес. Психологическите, социалните и комуникационните механизми на преднамереното влияние не функционират изолирано, а образуват взаимосвързана система, в която отделните компоненти се усилват и допълват взаимно. Когнитивните процеси, свързани с обработката на информация, взаимодействат с емоционалните реакции и мотивационните нагласи, като по този начин определят начина, по който социалните сигнали се възприемат и интерпретират.

Емоционалните механизми усилват ефекта на когнитивните процеси, като повишават ангажираността и намаляват критичната дистанция към съдържанието. От своя страна социалните механизми, като възприеман консенсус и групов натиск, легитимират определени интерпретации и ги превръщат в социално валидни позиции.

Комуникационните стратегии функционират като свързващо звено между тези механизми, като чрез тях се активират когнитивни, емоционални и социални процеси, които водят до постепенно изграждане на устойчиви нагласи. В този смисъл преднамереното социално влияние следва да се разглежда като резултат от синергичното действие на множество фактори, а не като ефект от единично въздействие.

В тази връзка глава втора изгражда аналитичен мост между теоретичните постановки от първа глава и емпиричното изследване, като конкретизира механизмите на преднамереното социално влияние и създава теоретична основа за формулиране и проверка на изследователските хипотези.

В параграф 2.1. са анализирани вътрешните психологически механизми, чрез които социалното въздействие се възприема, интерпретира и интегрира в системата от нагласи и поведенчески ориентации. Специално внимание е отделено на когнитивните процеси, включително селективното възприемане, когнитивния дисонанс, евристиките, автоматизираните оценки и ефекта на повторяемост. Обосновано е, че тези механизми функционират като

филтри, чрез които информацията се обработва и структурира, като в дигитална среда те могат да доведат до стабилизиране на определени интерпретации без критична рационална проверка.

Допълнително са разгледани емоционалните механизми на влияние, като е показано, че емоционалното съдържание, афективната интензивност и морално-емоционалната рамка на посланията играят съществена роля за ангажираността на индивидите. Емоционалното въвличане се явява ключов фактор за усилване на въздействието, тъй като намалява вероятността за критична обработка и увеличава склонността към споделяне и приемане на съдържанието.

В рамките на параграфа е анализирана и ролята на мотивационните процеси, като стремежът към социално одобрение, избягването на социално отхвърляне и поддържането на позитивна социална идентичност се разглеждат като централни механизми за интернализация на социалното влияние. Подчертано е, че податливостта към влияние не е статично личностно свойство, а резултат от взаимодействието между личностни характеристики, социална идентичност и контекстуални фактори.

В параграф 2.2. са изследвани социалните и комуникационните механизми, чрез които индивидуалните възприятия се синхронизират и трансформират в групови нагласи. Анализирани са класически механизми като социални норми, възприеман консенсус, конформизъм, групов натиск, спиралата на мълчанието и дифузията на отговорността. Обосновано е, че социалното влияние се реализира предимно чрез формиране на възприемана социална реалност, към която индивидите се адаптират, а не чрез директна принуда.

Особено внимание е отделено на комуникационните стратегии като инструментален компонент на преднамереното влияние. Разгледани са техники като фрейминг, селекция и структуриране на информацията, повторяемост, контекстуализация и използване на пропагандни похвати. Показано е, че ефективността на тези стратегии зависи от способността им да активират психологическите и социалните механизми, чрез които определени интерпретации се легитимират и утвърждават като доминиращи.

Подчертано е, че комуникационните стратегии функционират не изолирано, а в синергия със социалните механизми, което превръща влиянието в процес на постепенно изграждане на споделени значения и нагласи.

В параграф 2.3. е анализирана ролята на дигиталната среда като структурен фактор на социалното влияние. Показано е, че социалните мрежи, алгоритмите и платформената архитектура не са неутрални посредници, а активно участват в селекцията, приоритизирането и разпространението на информация. Разгледани са ефекти като ехо-камери, алгоритмично усилване, микронасочване и асиметрична информационна среда, които създават условия за усилване и стабилизиране на определени интерпретации.

Обосновано е, че дигиталната среда структурира индивидуалния информационен опит, като ограничава експозицията към алтернативни гледни точки и създава предпоставки за затвърждаване на вече формирани нагласи.

В заключителната част са представени подходи за противодействие на преднамереното социално влияние, включително развитие на критично мислене, повишаване на медийната и дигиталната грамотност, прозрачност на алгоритмичните процеси и насърчаване на плурализъм в комуникационната среда. Подчертано е, че ефективното противодействие изисква интегриран подход, който съчетава индивидуални, социални и технологични интервенции.

Изводи от втора глава

В резултат от анализа е установено, че преднамереното социално влияние се реализира чрез взаимодействаща система от психологически, социални, комуникационни и технологични механизми. Тяхната синергия превръща влиянието в процес, който е едновременно ефективен, мащабируем и трудно разпознаваем, особено в контекста на неорганизирани социални общности и дигитална комуникация.

Социалното влияние не следва да се разглежда като резултат от изолирани фактори, а като динамична система, в която

индивидуалната податливост, социалната среда и технологичната инфраструктура взаимодействат и взаимно се усилват. Това налага интегративен аналитичен подход, отчитащ взаимовръзките между индивидуалното, социалното и технологичното равнище.

Изведената теоретична рамка обосновава необходимостта от емпирично изследване на връзките между индивидуалните психологически характеристики и показателите за възприемано социално влияние и служи като основа за формулиране и проверка на изследователските хипотези.

Трета глава „Методология и емпирично изследване на преднамереното социално влияние“

В трета глава е разработена цялостната методологична рамка на изследването и са представени резултатите от проведеното емпирично изследване, насочено към разкриване на психологическите фактори на податливостта към преднамерено социално влияние в условията на неорганизирани социални общности в дигитална среда.

Трета глава изпълнява ключова функция в структурата на дисертационния труд, като осъществява преход от теоретичния анализ към емпиричната верификация на изследователските постановки. В този смисъл тя не само представя използваните методи и резултати, но и интегрира теоретичните допускания в измерими емпирични показатели. Чрез операционализиране на основните понятия се създава възможност за проследяване на връзките между комуникационните въздействия, психологическите механизми и индивидуалните фактори, които обуславят възприемането на социалното влияние.

Аргументиран е изборът на количествен, крос-секционен и корелационен изследователски дизайн, който позволява надеждно измерване и статистическа проверка на зависимостите между изследваните променливи. Формулирани са обектът, предметът, целта и задачите на изследването, както и система от изследователски хипотези, насочени към установяване на връзките между личностови

характеристики, ценностни ориентации, мотивация за социално одобрение и степента на възприемано социално влияние.

Изборът на количествен дизайн е обусловен и от необходимостта да се установят статистически значими зависимости между променливите в условията на реална социална среда, характеризираща се с висока степен на динамика и вариативност. Крос-секционният подход позволява да се регистрират моментни състояния на нагласите и възприятията, като същевременно дава възможност за идентифициране на устойчиви тенденции в поведението на индивидите. Корелационният анализ е използван като основен инструмент за изследване на взаимовръзките между психологическите и социалните фактори, без да се правят причинно-следствени заключения, което е съобразено с изследователския дизайн.

Подробно е представен използваният инструментариум, включващ авторска анкета и стандартизирани психологически методики – скала за мотивация за социално одобрение по Crowne–Marlowe, методика за изследване на ценностни ориентации и личностен въпросник на Айзенк (EPQ). Авторската анкета е използвана за събиране на демографска и контекстуална информация, както и на данни за социалното участие и възприеманото социално влияние в рамките на неформални социални групи.

Комбинирането на авторската анкета със стандартизираните психометрични методики позволява интегриран анализ на мотивационните, ценностните и личностните фактори и връзките им с показателите за възприемано социално влияние.

Описани са организацията и етапите на изследването, характеристиките на извадката и условията на провеждане, като е отчетена спецификата на онлайн средата като контекст за събиране на емпирични данни. Представени са използваните методи за статистическа обработка, включително дескриптивен анализ, корелационен анализ, както и прилагането на параметрични и непараметрични критерии в зависимост от разпределението на данните.

Изследването е проведено с обща извадка от 137 респонденти (N = 137), като анализите, свързани с характеристиките на груповото участие и възприеманото социално влияние, са извършени върху подизвадката от 81 респонденти, заявили участие в неформални социални групи без изявен лидер (N = 81).

Статистическата обработка включва описателен анализ чрез минимални и максимални стойности, средни стойности, стандартно отклонение, асиметрия и ексцес, използвани за оценка на характеристиките на разпределенията. За изследване на взаимовръзките между променливите са приложени корелационни анализи, а за анализ на различията между групи – χ^2 тест за независимост и непараметричният тест на Крускал–Уолис в зависимост от характера на данните и аналитичните цели.

Аналитичната част на изследването е структурирана така, че да проследи логическата последователност от описанието на данните към анализа и интерпретацията на установените статистически зависимости. Подходът съчетава количествен анализ с интерпретативна рамка, което позволява резултатите да бъдат разгледани в контекста на психологическите и социалните процеси, свързани с преднамереното социално влияние.

Получените емпирични резултати насочват към преосмисляне на традиционните модели на социално влияние, които разглеждат податливостта като пряка функция на стабилни личностни характеристики. В рамките на настоящото изследване не се установява статистически значима и универсална връзка между базовите личностни черти и възприеманото социално влияние, което показва, че тяхната роля е по-скоро контекстуално обусловена и индиректна.

Този резултат може да бъде обяснен със спецификата на дигиталната среда, в която социалните взаимодействия се осъществяват при условия на висока динамика, анонимност и информационно пренасищане. В такава среда индивидуалните реакции се формират не толкова от стабилни личностни характеристики, колкото от начина, по който индивидите интерпретират социалните сигнали в конкретния контекст.

Особено съществена се оказва ролята на мотивацията за социално одобрение, която се проявява като ключов интерпретативен механизъм. Получените данни показват, че индивидите с по-висока ориентация към социално приемане са по-склонни да не разпознават или да не декларират ясно външното влияние върху собствените си нагласи. Това разкрива важен аспект на социалното влияние – разминаването между реално въздействие и неговото субективно осъзнаване.

Ценностните ориентации също не се проявяват като универсални предиктори, а функционират като селективни филтри, които модерират възприемането на социалното влияние. Това означава, че различните ценностни системи не водят до еднаква податливост, а по-скоро определят специфичния начин, по който социалният натиск се интерпретира и преживява.

В обобщение, резултатите показват, че податливостта към преднамерено социално влияние следва да се разглежда като процес, опосредстван от интерпретативни и мотивационни механизми, а не като директен ефект от външно въздействие. Това налага преминаване от линейни към интегративни модели, които отчитат сложното взаимодействие между индивидуални и социални фактори.

В аналитичната част на главата е извършен систематичен анализ и интерпретация на получените резултати. Представени са описателни статистики на изследваните променливи и са анализирани връзките между личностните характеристики, ценностните ориентации, мотивацията за социално одобрение и показателите за възприемано социално влияние. Корелационният анализ показва липса на статистически значими връзки при основните личностни измерения и наличие на отделни статистически значими зависимости при мотивацията за социално одобрение и определени ценностни ориентации.

Резултатите показват, че податливостта към влияние представлява многофакторен и контекстуално обусловен процес. Основните личностни измерения по Айзенк не се установяват като преки значими фактори за възприеманото социално влияние. По-съществена роля се очертава при мотивацията за социално

одобрение, при която е установена статистически значима отрицателна връзка с възприеманото групово влияние, както и при отделни ценностни ориентации, които показват селективни зависимости с усещането за социален натиск. Получените резултати насочват към значението на мотивационните и интерпретативните механизми за начина, по който социалното влияние се възприема, осъзнава и декларира.

Сред основните статистически значими резултати се открояват отрицателната връзка между мотивацията за социално одобрение и възприеманото групово влияние ($\rho = –0,41$; $p < 0,01$; $N = 81$), както и отрицателната връзка между политическата ценностна ориентация и усещания социален натиск ($\rho = –0,25$; $p = 0,02$).

Особено съществен резултат от анализа е, че установените зависимости не могат да бъдат интерпретирани като линейни и еднопосочни, а разкриват сложна мрежа от взаимодействия между индивидуалните и социалните фактори. Това налага разглеждането на податливостта към влияние като процес, опосредстван от интерпретативни и мотивационни механизми, а не като директен ефект от външно въздействие. В този смисъл емпиричните резултати потвърждават необходимостта от интегративен модел, който отчита посредническата роля на индивидуалната интерпретация.

Проверката на изследователските хипотези показва различна степен на емпирична подкрепа. Основната хипотеза е приета като частично потвърдена. Подхипотезата за ролята на мотивацията за социално одобрение се потвърждава частично и индиректно, докато подхипотезата за личностните характеристики не се потвърждава. Подхипотезата за ролята на ценностните ориентации получава частично потвърждение чрез установените селективни зависимости, а подхипотезата за дигиталната ангажираност и персонализираното съдържание не получава достатъчно емпирично потвърждение в рамките на използваните показатели.

Получените резултати показват, че социалното влияние в неорганизирани социални общности не се изчерпва с прости и линейни зависимости между отделни индивидуални характеристики и възприеманото въздействие. По-скоро се очертава модел, при който

съществена роля имат мотивационните и интерпретативните механизми и специфичното взаимодействие между индивидуалните фактори и социалния контекст.

На основата на емпиричните резултати е предложен интегративен модел на преднамерено социално влияние, който обединява комуникационните стратегии, психологическите механизми и социалните процеси, като отчита диференцираната роля на индивидуалните фактори при възприемането и отчитането на социалното влияние. Моделът представя влиянието като многостепенен процес, в който външните въздействия се пречупват през индивидуалната психика и се трансформират в нагласи и поведенчески реакции.

Съществено предимство на предложения модел е, че той преодолява ограниченията на традиционните модели, които разглеждат социалното влияние като пряка зависимост между въздействие и реакция. Вместо това моделът акцентира върху интерпретативния етап като ключово звено, чрез което външните комуникационни сигнали се превръщат в субективно осмислени и социално валидирани позиции. Това позволява по-прецизно обяснение на процесите на нагласова адаптация и поведенческа реакция.

В заключителната част на главата са формулирани основните изводи от изследването, като е подчертано, че в условията на неорганизирани социални общности влиянието се реализира преимуществено като индиректен, контекстуално обусловен и интерпретативен процес. Очертани са и възможностите за практическо приложение на резултатите, включително при разработване на стратегии за разпознаване, ограничаване и противодействие на преднамерено социално влияние в дигитална среда.

По този начин резултатите от емпиричното изследване не само потвърждават основните теоретични постановки, но и ги конкретизират и доразвиват, като поставят акцент върху интерпретативния характер на социалното влияние. Това създава основа за разработване на по-ефективни стратегии за разпознаване и

ограничаване на преднамерено социално въздействие в съвременната дигитална среда.

В заключението са формулирани следните обобщени изводи:

Първо, изпълнен е задълбочен анализ на съвременните перспективи за изследване на социалното влияние, като е обоснована актуалността на проблема в контекста на дигитализацията на социалния живот и нарастващото значение на неорганизираните социални общности като среда за въздействие. Доказано е, че тези общности представляват специфичен контекст, в който социалното влияние се реализира по индиректен, комуникационно медииран и частично неосъзнат начин.

Второ, предложен е емпирично обоснован интерпретативно-мотивационен модел на преднамереното социално влияние, който позволява да се обясни процесът на въздействие не като пряка зависимост между външен натиск и поведенческа промяна, а като последователност от етапи: въздействие → интерпретация → субективно отчитане → нагласова адаптация. Моделът интегрира комуникационни, социални и психологически механизми и отчита ролята на индивидуалните фактори като модериращ елемент.

Трето, създадена и приложена е методическа рамка за емпирично изследване на преднамереното социално влияние в дигитална среда, включваща комбинация от стандартизирани психодиагностични инструменти и авторска анкета, насочена към измерване на възприеманото социално влияние. Тази рамка позволява комплексен анализ на връзките между личностни характеристики, ценностни ориентации и мотивационни фактори.

Четвърто, поставен и емпирично изследван е въпросът за ролята на интерпретативните и мотивационните механизми в процеса на социално влияние в неорганизирани дигитални общности, с което се разширява анализът на социалното влияние отвъд прякото действие на стабилни личностни характеристики.

Пето, установено е, че базовите личностни характеристики не функционират като преки и универсални предиктори на податливостта към социално влияние. Това прецизира

съществуващите теоретични постановки и насочва към необходимостта от по-сложни, многофакторни обяснителни модели.

Шесто, установено е, че мотивацията за социално одобрение има значима роля за начина, по който социалното влияние се възприема и отчита. Установената зависимост показва, че мотивацията за социално одобрение е свързана с начина, по който груповото влияние се разпознава и декларира.

Седмо, установено е, че ценностните ориентации не действат като универсални предиктори, а като селективни когнитивно-мотивационни филтри, които модерират начина, по който социалният натиск се възприема и преживява. Това допълва съществуващите модели с по-диференциран поглед върху ролята на ценностите.

Осмо, получено е обобщено решение, което позволява преднамереното социално влияние да бъде разглеждано като многофакторен, индиректен и контекстуално обусловен процес, реализиращ се чрез взаимодействие между социални сигнали, индивидуални интерпретации и мотивационни механизми. Това решение има както теоретична, така и практическа полезност при разработване на стратегии за разпознаване и противодействие на манипулативно влияние в дигитална среда.

Модел на преднамереното социално влияние

В резултат на проведеното изследване е разработен емпирично обоснован интерпретативно-мотивационен модел на преднамереното социално влияние в неорганизирани социални общности. Моделът представя влиянието като многостепенен процес, при който комуникационните стратегии и социалните сигнали не водят директно до промяна в нагласите, а се пречупват през индивидуалната интерпретация на субекта.

Централно място в модела заема мотивацията за социално одобрение, която се очертава като ключов психологически механизъм, свързан с начина, по който индивидът разпознава и отчита външното въздействие. Ценностните ориентации действат като допълнителни селективни филтри при възприемането на социалния натиск. Личностните характеристики са включени като

фонова, а не централна обяснителна променлива, тъй като в изследването не се установява те да са преки и статистически значими предиктори на възприеманото социално влияние.

Моделът обосновава разбирането, че социалното влияние в неорганизирани дигитални общности се реализира преди всичко като интерпретативен и мотивационно обусловен процес, а не като резултат от пряка външна принуда.



Фиг. 2. Емпирично обоснован интерпретативно-мотивационен модел на преднамереното социално влияние

Източник: Авторска разработка

III. ПРИНОСИ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Научни приноси

1. Разработване на интегративна концептуална рамка на социалното влияние

Изграден е цялостен теоретичен модел, който обединява психологически, социални, комуникационни и дигитални механизми и разширява класическите теории към условията на неорганизирани дигитални общности .

2. Нова интерпретация на социалното влияние като интерпретативен процес

Социалното влияние е теоретично преосмислено като индиректен, частично неосъзнат и интерпретативно структуриран процес, а не като директен ефект от външно въздействие .

3. Емпирично обоснован интерпретативно-мотивационен модел

Предложен е нов модел на преднамереното социално влияние, който описва процеса като последователност:
въздействие → интерпретация → субективно отчитане → нагласова адаптация, с ключова роля на мотивацията за социално одобрение.

Научно-приложни приноси

1. Създаване на методическа рамка за изследване

Разработен и приложен е изследователски инструментариум (комбинация от стандартизирани методики и авторска анкета), позволяващ емпирично измерване на социалното влияние в дигитална среда .

2. Идентифициране на практически значими психологически фактори

Установена е значимата роля на мотивацията за социално одобрение за начина, по който социалното влияние се възприема и отчита, както и селективната роля на ценностните ориентации като когнитивно-мотивационни филтри. Получените резултати имат приложимост при анализа на манипулативни комуникационни практики и поведенчески модели.

3. Основа за разработване на стратегии за противодействие

Резултатите могат да се използват за създаване на практически подходи за разпознаване, ограничаване и превенция на манипулативно влияние в социални мрежи и дигитална комуникация.

IV. ПУБЛИКАЦИИ, СВЪРЗАНИ С ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. **Халил, А. (2024),** Четиристепенен модел на влиянието на средствата за масова информация. В: *Сборник доклади от XXIII международна научна конференция „Приложна психология и социална практика“*. Варненски свободен университет „Черноризец Храбър“, Университетско издателство, ISSN 1314-8397.
2. **Mitevska, M. & Halil, A. (2024),** From Theory to Practice: Psychological Models of Intentional Influence and Their Impact on Quality of Life. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, Vol. 6, Issue 6 (November–December), ISSN 2582-0265, https://ijmsssr.org/paper/IJMSSSR001445.pdf.
3. **Халил, А. (2026),** Преднамерено социално влияние в неорганизирани социални общности: психологически фактори и емпирично изследване. *e-Journal на* Варненски свободен университет „Черноризец Храбър“, бр. 25, ISSN 1313-7514, https://ejournal.vfu.bg/index.php/vfu/bg/article/view/286
4. **Халил, А. (2026),** Социалното влияние като интерпретативен процес: емпирично обоснован модел в дигитални общности. *e-Journal на* Варненски свободен университет „Черноризец Храбър“, бр. 25, ISSN 1313-7514, https://ejournal.vfu.bg/index.php/vfu/bg/article/view/311

Резултатите от дисертационното изследване са апробирани чрез публикуване в рецензирани научни издания и участие в международни научни форуми.