



Утвърдил:
Декан (проф. дпсн Соня Карабелова)
Дата

СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ "СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ"

Факултет: Философски

Специалност: (код и наименование)

Ф	Ф	А	2	0	0	2	2	6
---	---	---	---	---	---	---	---	---

МП Публично управление с изкуствен интелект, з.ф.о.

УЧЕБНА ПРОГРАМА

Дисциплина: И 3 0 5

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ И КОМУНИКАЦИЯ НА ДАННИ

Преподавател: проф. дн Иванка Мавродиева

Учебна заетост	Форма	Хорариум
Аудиторна заетост	Лекции	30
	Семинарни упражнения	0
	Практически упражнения (хоспетиране)	0
Обща аудиторна заетост		30
Извънаудиторна заетост	Реферат	
	Доклад/Презентация	20
	Научно есе	
	Курсов учебен проект	20
	Учебна екскурзия	
	Самостоятелна работа в библиотека или с ресурси	20
Обща извънаудиторна заетост		60
ОБЩА ЗАЕТОСТ		90
Кредити аудиторна заетост		1
Кредити извънаудиторна заетост		2
ОБЩО ЕКСТ		3

№	Формиране на оценката по дисциплината	% от оценката
1.	Workshops {информационно търсене и колективно обсъждане на доклади и реферати)	
2.	Участие в тематични дискусии в часовете	20
3.	Демонстрационни занятия	20
4.	Посещения на обекти	
5.	Портфолио	
6.	Тестова проверка	
7.	Решаване на казуси	20
8.	Текуща самостоятелна работа /контролно	
9.	Изпит	40

Анотация на учебната дисциплина:

Учебната дисциплина включва теоретична подготовка и формиране на умения за анализ на данни, изготвяне на графики, таблици и диаграми в съвременен дизайн, умения за осъществяване на визуалната комуникация чрез използване на дигитални инструменти и технологии, откриване и неутрализиране на недостоверна и невярна информация и фалшиви новини, за подготовка на дигитални наративи чрез визуализация и мултимодални аргументи.

Предварителни изисквания:

Кандидатите трябва да са завършили бакалавърска степен в областите публична администрация, бизнес администрация, икономика, финанси, информатика, статистика и да има подготовка за използване на съвременни софтуери, платформи, социални мрежи и др.

Очаквани резултати:

Студентите ще завършат курса с формирани умения за работа с различни видове данни, за създаване на интерактивни визуализации, както и за представянето им по атрактивен и убедителен начин във виртуална среда чрез т. нар. data storytelling. Практическата работа по време на обучението допринася за формиране на умения за критично мислене и анализ, за работа в мултидисциплинарни екипи, за работа в колаборативни студентски групи, за спазване на етичните принципи при работа с данни, за недопускане на фалшиви новини и за неутрализирането на резултати от т. нар. deep fake video.

Учебно съдържание

№	Тема:	Хорариум
1	Визуална комуникация. Виртуална комуникация . Дефиниции. Визуализацията като част от информацията в бизнеса, администрацията, медиите, институциите	2 ч.
2	Данни. Видове данни. Селекция подбор на данни. Информационно търсене.	2 ч.
3	Валидация на достоверността на източниците. Валидация на достоверността на данните. Fact checking	2 ч.
4.	Фалшиви новини. Начини на откриване на фалшиви новини. Начини на неутрализиране на фалшиви новини на визуално, вербално и мултимодално равнище.	2 ч.
5.	Диаграми. Схеми Карти. Начини на установяване на достоверността на данните и информацията в тях.	2 ч.
6.	Платформи и социални мрежи. Начини на установяване на достоверността на данните и информацията в тях.	2 ч.
7.	Дигитални наративи. Storytelling. Принципи. Структура. Създаване. Редактиране. Публикуване онлайн. Разпространяване онлайн.	2 ч.
8.	Визуализацията и визуалните аргументи. Мултимодални аргументи. Използването на визуализацията за манипулация.	2 ч.
9.	Използването на софтуери, изкуствен интелект, приложения за манипулация. Установяването на използването им и на достоверността на информацията.	2 ч.
10.	Data journalism. MoJo журналистика. Представяне на	2 ч.

	информацията в медии на принципа B2B.	
11.	Интерфейс. Навигация. Сайт. Блог. Платформи. Социални мрежи. Визуализация и електронно съдържание в тях.	2 ч.
12.	Съвременни модели за визуализация. Създаване на информация чрез визуализация в реално време.	2 ч.
13.	Мултимодална визуализация. Комбиниране на текст, звук и образ. Интерактивност. Динамика. Създаване в реално време на изображения.	2 ч.
14.	Манипулативни техники са създаване на визуални и мултимодални изображения и начини за откриването и неутрализирането им.	2 ч.
15.	Етични принципи и норми при използване на изкуствен интелект и чатботове при визуализация и създаване на електронно съдържание в бизнеса.	2 ч.

Конспект за изпит

№	Въпрос
1.	Визуализация. Дефиниции. Понятия.
2.	Данни. Видове. Създаване. Разпространение.
3.	Визуализация и мултимодална комуникация.
4.	Дигитални наративи. Сценарий. Софтуери. Приложение. Разпространение.
5.	Етични норми и правила при използване на данните и визуализацията.

Библиография

Основна:

1. Бел-Иванова, Н. (2024). Дигиталните устни истории във висшето образование и академичните библиотеки: потенциал и развитие. DOI 10.55206/AXOA3887, сп. «Реторика и комуникации», бр. 69, 41-63. <https://rhetoric.bg/>.
2. Дончева, Т. (2025). Дезинформацията в ерата на изкуствения интелект: предизвикателства пред дефинирането и разпознаването. DOI 10.55206/SCND884, 2 – 173, сп. «Реторика и комуникации», бр. 64. <https://rhetoric.bg/>
3. Тоцева, Я., Мавродиева, И. (2024). Стратегически и комуникационни аспекти на използването на изкуствения интелект в образованието. *Педагогика*, 96 (8), 1056–1073. <https://doi.org/10.53656/ped2024-8.02>.
4. Calvet-Bademunt, J., & Barata, J. (2024). The Digital Services Act meets the AI Act: Bridging platform and AI governance. *Tech Policy Press*. <https://www.techpolicy.press/the-digital-services-act-meets-the-ai-act-bridging-platform-and-ai-governance/>. Retrieved on 12.02.2025.
5. Cantor, M. (2023). AI-generated news websites: study. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2023/may/08/ai-generated-news-websites-study>. Retrieved on 12.02.2025.
6. Caroli, L. (2024). *Will the EU AI Act work? Lessons learned from past legislative initiatives & future challenges*. International Association of Privacy Professionals. <https://iapp.org/news/a/will-the-eu-ai-act-work-lessons-learned-from-past-legislative-initiatives-future-challenges>. Retrieved on 12.02.2025.
7. Chen L, Zaharia M, Zou J (2023) How is chatgpt's behavior changing over time? arXiv:2307.09009

8. Diresta, R., & Miller, C. (2023). How will AI affect the 2024 elections? *Humane Tech Podcast*. <https://www.humanetech.com/podcast/how-will-ai-affect-the-2024-elections-with-renee-diresta-and-carl-miller>. Retrieved on 12.02.2025.
9. Dambraskas, E. (2025). LITUND: Lithuanian Unreliable News Detection Corpus – DOI 10.55206/RZER7913 – 139л сп. «Реторика и комуникации», бр. 64. <https://rhetoric.bg/>
10. DW Akademie. (2024). Generative AI is the ultimate disinformation amplifier. *DW Akademie*. <https://akademie.dw.com/en/generative-ai-is-the-ult>
11. Impuscatu, R. (2025). Emotional Technology: Analysing Samsung's Use of Emotions in Short-Form Videos. DOI 10.55206/IGOH2238 – 114. сп. «Реторика и комуникации», бр. 64. <https://rhetoric.bg/>
12. Mavrodieva, I. (2023). Linguistic and Rhetorical Features of Dialogue on Rhetorical Topics between a Human and Chatbot GPT. *Rhetoric and Communications*, 56, 22–45. DOI: 10.55206/CIKP7841. <https://rhetoric.bg/>. Retrieved on 12.10.2025.

Допълнителна:

1. Добрева, Д. (2016). Теоретичен и терминологичен обзор на понятията във виртуалната реторика. *Реторика и комуникации*, бр. 25, <https://rhetoric.bg/>. последно посещение на 05.09.2021.
2. Петков, Г. (2021). Методики за преподаване и взаимодействието им с аудио-визуалните техники на комуникация. *Реторика и комуникации*, бр. 47, 75-85, <https://rhetoric.bg/>.
3. Симеонов, Т. (2018) Киберетнографията като метод за изследване на виртуалното пространство. *Реторика и комуникации*, бр. 36, <http://rhetoric.bg>. последно посещение на 05.09.2021. 05.09.2021.
4. Friedrich, D. (2019). Effectiveness of peer review as cooperative web-based learning method applied out-ofclass in a role-playing game: A case study by quasi-experimental approach, *Smart Learning Environment*, 6:19, 1-22. <https://doi.org/10.1186/s40561-019-0102-5>.
5. Lunceford, B. (2015). Rhetorical Autoethnography. *Journal of Contemporary Rhetoric* 5, No 1/2: 1-20.
6. Murthy, D. (2008). Digital Ethnograph: An Examination of the Use of New Technologies for Social Research, *Sociology*, 42: 837-855. DOI:10.1177/0038038508094565.
7. Murthy, D. (2011). Emergent digital ethnographic methods for social research. In: Sharlene Hesse-Biber, ed. *Handbook of Emergent Technologies in Social Research*. New York: Oxford University Press, 158-179.
8. Peng, H., Ma, S. & Spector, J. M. (2019). Personalized adaptive learning: a emerging pedagogical approach enabled by a smart learning environment, *Smart Learning Environments*, 6:23, DOI: <https://doi.org/10.1186/s40561019-0110-5>.
9. Rybas, N. & Gajjala, R. (2007). Developing Cyberethnographic Research Methods for Understanding Digitally Mediated Identities. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research* 8, No 3. DOI: <http://dx.doi.org/10.17169/fqs-8.3.282>, FQS <http://www.qualitative-research.net/fqs/>. последно посещение на 05.09.2021.

Дата: 04.2026 г.

Съставил:

Проф. дн Иванка Мавродиева