

## **ИНТЕРНЕТ КАТО ИНСТРУМЕНТ ЗА ЗАЕМАНЕ НА АКТИВНА ГРАЖДАНСКА ПОЗИЦИЯ В КИБЕРПРОСТРАНСТВОТО И ЗА МОБИЛИЗИРАНЕ НА ГРАЖДАНСКА АКТИВНОСТ ИЗВЪН НЕГО**

**Мариета Христова\***

Идеята за „новата икономика, базирана на познанието”, както и измерването на напредъка на страните към постигането на тази идея, която превръща обществото в информационно общество, естествено води до свързаното с тях явление – дигитално разделение.

Според Ян ван Дайк (2008) съществуват две причини, поради които страните се заемат да разработват политики за намаляване на дигиталното разделение и придвижване към новата икономика на познанието, трансформираща обществото в посока информационно общество. Първата е икономическото развитие и иновации, а втората – социалното включване и намаляването на нивото на неравенство.

Могат да се очертаят две фази в развитието на европейската политика за преодоляване на дигиталното разделение и насърчаване на „информационното общество за всички”:

Първата фаза набляга на физическия достъп и се осъществява във втората половина на 90-те години и първите години на XXI век. В този период Европейският съюз и страните-членки са погълнати с действия по разпространението на технологията и постигане и осигуряване на физически достъп до компютри и интернет за възможно най-много европейци.

Тези действия са подкрепени чрез принципите за универсален и обществен достъп и универсална услуга – всеки гражданин има право на достъп и връзка с интернет както в своя дом, в училище или на работното си място, така и на обществено място като библиотека или център за обществен достъп. Универсалната услуга е дефинирана като „минимален набор от услуги с определено качество, до което всички крайни потребители имат достъп, на достъпна цена с оглед на специфичните национални условия, без да се нарушава конкуренцията”<sup>1</sup>. Тук се приема, че само физическият достъп не е достатъчен и трябва да се защити и приложи някакъв регулаторен контрол върху цената, качеството и географската наличност на услугите.

Обхватът на универсалната услуга се преразглежда на всеки три години. Услугите, включени в обхвата на универсалната услуга, са: достъп до мобилни телефонни услуги, стационарни телефонни услуги, скорост на широколентов достъп, цени на мобилни телефонни услуги.

Втората фаза акцентира върху уменията, употребата и мотивацията при достъпа до интернет. В „*eEurope 2005: An information society for all*”<sup>ii</sup> за първи път се очертава необходимостта от преквалифициране на хората с оглед на „обществото основано на знанието” извън формалното образование. През 2005 г. е обявена дългосрочна стратегия в контекста на така нар. „*i2010 – A European Information Society for growth and employment*”<sup>iii</sup>, която може да бъде обявена като нова политика по преодоляване на дигиталното разделение. В i2010 се поставя силен акцент върху пълноценното участие и върху осигуряване на хората на основната дигитална компетентност.

Тази нова политика е обобщена в Декларацията от Рига през 2006 г. В работен документ от 2007 г. е обяснена промяната в политиката, като тя се фокусира върху три аспекта на електронното включване: *разделение по достъп* (или ранно дигитално разделение), което разглежда разликата между тези, които имат достъп, и тези, които нямат достъп; *разделение по употреба* (първично или първо ниво на дигитално разделение), което се концентрира върху тези, които имат достъп, но не използват интернет; и *разделение, което произтича от качеството на употребата* (вторично или второ ниво на дигитално разделение), което се фокусира върху разликите в равнищата на участие на тези хора, които имат достъп и са активни потребители.<sup>iv</sup>

С подписването на Декларацията на министрите в Рига, 34 европейски държави изразяват ангажираността си за насърчаване на приобщаващо и безпрепятствено информационно общество, което осигурява социалното и икономическото включване.

В тази нова насока на политиката по дигиталното разделение се забелязват две неща. Първо, акцентът върху физическия достъп до хардуер и услуги е ориентиран към умения и използване на предоставения достъп като се подчертава дигиталната грамотност и приложенията, които дават възможност на хората да участват в информационното общество. Тази промяна отразява разбирането за дигиталното разделение като многостранен феномен или като „проблем, който отива отвъд достъпа”. (van Dijk, 2008) Второ, направен е преход от една обща политика на

универсалния достъп и услуги към много по-целенасочен подход за определени социални категории и европейските региони, които изостават от дигиталното включване.

### **Дигиталното разделение**

Дигиталното разделение се отнася до неравенствата в резултат на приложението на информационните и комуникационни технологии (ИКТ). В зависимост от контекста, дигиталното разделение се отнася до: 1) неравенствата между страните в зависимост от разпространението и употребата на новите ИКТ; 2) неравенства между индивидите относно техническия достъп до ИКТ и уменията за използване на ИКТ.

Роб Клинг идентифицира различия в *техническия достъп*, който се разбира като наличие на технология, и *социалния достъп* под формата на професионално познание и технически умения необходими за възползване от информационните технологии. (Kling, 1998) Пипа Норрис разглежда разделението на три нива: *глобално разделение*, което обхваща различията сред индустриализираните и по-малко развитите страни; *социално разделение*, което насочва към неравенства сред населението на една страна; и *демократично разделение*, което се отнася до различията сред тези, които използват и не използват дигитални технологии, за да се включат и участват в обществения живот. (Norris, 2001)

Естер Харгитай твърди, че с все по-масовото разпространение на достъпа до интернет сред хората и домакинствата на дадена страна е необходимо и важно условие да се разглеждат не само тези, които използват интернет, а и да се разграничат различните нива на онлайн умения сред индивидите. (Hargittai, 2002) Под „онлайн умения“ Харгитай има предвид способността ефикасно и ефективно да се търси информация в веб-мрежата. Изясняването на различията в уменията при използването на веб-мрежата позволява да се обособят различните начини, по които хората се възползват от нея.

Естер Харгитай обособява две нива на дигитално разделение: *първото ниво* е празнината между тези, които имат достъп до дигиталното комуникационно пространство, и тези, които нямат достъп; *второто ниво* е разликата в начините на използване на интернет от дигитално грамотните и дигитално неграмотните.

Естер Харгитай и Пол ДиМаджио (DiMaggio, Hargittai, 2002) предлагат пет измерения, в които може да съществува дигитално разделение: 1) технически средства; 2) автономност на употребата; 3) модели на използване; 4) мрежи за социална подкрепа; 5) онлайн умения.

### **Умения за справяне с технологиите**

В Комюнике на ЕК от 1996 г.<sup>v</sup> се заявява, че информационно-технологичната революция реструктурира работата, уменията и организацията на работата. Тъй като новата технология е информационна технология, тя изисква не само по-силни основни умения за смятане и грамотност, но също така и един нов вид основно умение и това е умението за взаимодействие с новата технология, което се нарича „informatics”.

Според Харгитай потребителите на интернет се различават според притежаването на поне четири вида знания: 1) *познание-рецепта* (recipe knowledge)<sup>vi</sup>: знания за това как да се включат в интернет, как да търсят информация и как да свалят информация; 2) *обща познания* извън специфичните такива; 3) *интегративно познание* (integrative knowledge) относно начинът, по който действа уеб-мрежата, което може да им помогне да се ориентират в нея по-добре; 4) *техническо познание* (technical knowledge) относно софтуера, хардуера, мрежите, които са необходими за разрешаване на текущи проблеми или за осигуряване на обновени версии на приложенията и други програми. Взети заедно, тези четири вида знания конституират това, което Харгитай нарича „дигитална компетентност”: способността да се реагира прагматично и интуитивно на предизвикателства и възможности по начин, който използва потенциала на интернет и избягва фрустрацията. (Hargittai, 2002)

С оглед на използването на интернет и получаване на оптималната полза от него възниква проблемът, очертан в термини като „компютърна, информационна или мултимедийна грамотност”, „компютърни умения”, или „информационен капитал”. Ян Стейерт и Ян ван Дайк (Steyaert, 2000, van Dijk, 2002) въвеждат идеята за „дигиталните умения” като продължение на три вида умения:

1) *Оперативни умения* или *инструментални умения*. Те се отнасят до способността да се работи с хардуер и софтуер и за справяне с основната им

функционалност. Тези умения са изследвани пространствено в литературата. Те са под прицел на такива инициативи като „Европейската компютърна „шофьорска” книжка”.

2) *Информационни или структурни умения.* Те се отнасят до справянето с новите формати, чрез които се предава информацията. Това са уменията за търсене, избиране и обработване на информация от компютърни и мрежови източници. Могат да се разграничат два вида информационни умения: *формални* информационни умения, които се отнасят до способността да се работи с формалните характеристики на компютрите и интернет, като файлове и хиперлинкови структури; и *съществени*, значителни информационни умения като умения да се търси, избира, обработва и оценява информация от специфични компютърни и мрежови източници, следвайки специфични въпроси.

3) *Стратегически умения.* Те имат по-стратегически характер и включват готовността да се търси предварителна информация, вземане на решение въз основа на наличната информация и непрекъснатото сканиране на средата за информация, която е от значение за работата или личния живот, да се привежда тази информация в последствия и да се осъществят нужните или възможни действия. Те са дефинирани като способностите да се използват компютърни и мрежови източници като средства за постигането на определени цели, както и за постигането на голямата цел на човек да подобри позицията си в обществото. Стратегическите умения изискват както наличието на компютърни и мрежови умения, така и специфично познание за областта, в която тези умения се прилагат.

Освен физическият достъп до интернет, който през годините се увеличава в пъти, Стейерт предупреждава за други две основи, на които може да се облекне дигиталното разделение:

- *технологичната неграмотност* – отнася се до липсата на необходимата и достатъчна ефективност и ефикасност при използване на технологията. Тенденцията е по-възрастните хора да имат повече проблеми с модерните технологии, тъй като те не могат да придобият новите умения за справяне с тях посредством системата на образованието или работната среда. Разбира се, има и много други хора, с различен социално-демографски профил, които не желаят, не са мотивирани, нямат интерес да се

включат в така нар. информационно общество поради редица причини: страх от новото, незаинтересованост, неспособност за справяне, и т.н.

- *информационна неграмотност*. Не всички хора имат същото ниво на информационна грамотност, която се отнася до способността и нагласата да се търси необходимата информация, да се приведе към собствената ситуация и да се предприемат необходимите действия. Това според Стейерт е „най-критичният елемент, който превръща дигиталното разделение в социетален въпрос от екстремна важност”. (Steyaert, 2002)

Ян ван Дайк твърди, че компютрите и интернет могат да се използват като инструменти за засилване на нечий позиции в обществото. Ако това негово твърдение е вярно, то следва въпросът дали мерките, описани в политиките за намаляване на дигиталното разделение по отношение на уменията, достъпа и употребата като видове на относително неравенство, ще съдействат на тези, които имат по-силни позиции или ще съдействат на тези, които са в по-слаби позиции в обществото.

Катя Михайлова интерпретира така нар. „дигитална грамотност” като заставаща в центъра на гражданската и функционалната грамотност на човека от началото на XXI век. В съвременното глобализиращо се и динамично общество владенето и ползването на информационните и комуникационни технологии е необходимо условие за лична и професионална реализация и израстване на всеки човек. Дигиталната или информационна грамотност е дефинирана от Михайлова като „необходимите способности и умения за оцеляване и работа в новата ИКТ доминирана, дигитална среда от края на миналия и началото на този век”. Като изхожда от „информационно-технологичната парадигма”, според нея дигиталната грамотност включва три групи умения:

1) способности за информационно ориентиране, овладяване и управление на информационни потоци. Тези способности са необходими поради отличителната характеристика на новата революция – информацията като суровина;

2) технически умения за работа с технологиите и способности за осмисляне на и адаптиране към мрежовата логика на средата, продиктувани от всепроникващата сила на новите информационни и комуникационни технологии;

3) комплекс от социални умения като предпоставка за изграждане на социално приемлив стил на поведение в дигиталната комуникационна среда.

В това си качество дигиталната грамотност се преплита с медийната грамотност. Медийната грамотност включва информационно-технологичните способности, които са акцент на дигиталната грамотност, в комплекса от умения, необходими за общуване, живеене, производителност в информационното, медийно опосредено мрежово общество.

Медийната грамотност, разбирана като възможност за достъп до ресурсите на информационното общество, стои в основата на дигиталното разделяне и по-комплексно – „на новата дигитална стратификация на модерното общество”. (Михайлова, 2011: 221)

### **Активната гражданска позиция в киберпространството (киберактивизъм)**

Киберактивизмът като понятие започва да се използва в началото на 90-те години на 20 век като досега се натрупва едно разнообразие от синонимни понятия, свързани с него: електронен активизъм, онлайн активизъм, интернет активизъм, уеб активизъм, дигитален активизъм. И тъй като думата „протест” често се използва като синоним на „активизъм” разнообразието от синоними се допълва с: електронен протест, онлайн протест, интернет протест, дигитален протест. Към това „лингвистично семейство” могат да се добавят и други сходни термини като: тактически, радикални или алтернативни медии, активизъм на новите медии, хактивизъм, нови социални движения в интернет и др. Това разнообразие от термини, с които се правят опити да се опишат и изследват сравними феномени, породени от новите ИКТ, предполага че „нещо огромно е заложено на карта” (Yang, 2014). Това „огромно нещо” е явлението дигитално разделение и необходимостта от неговото преодоляване.

През 2015 г. Европейският икономически и социален комитет решава да изготви становище по собствена инициатива относно *„Активната гражданска позиция в киберпространството и организациите на гражданското общество”*, в което определя активната гражданска позиция в киберпространството като „полезен инструмент за овластяване на гражданите”. Киберактивизмът може да улеснява и

насърчава активната социална практика и участието, като съществено и да допринася за намаляването на цифровото изключване и дигиталното разделение. Концептуалният подход използван в становището за дефиниране на активната гражданска позиция в киберпространството (киберактивизмът) е, че това е „онази форма на гражданска активност, която насърчава хората дейностно да отстояват политически, екологични, социални, граждански, културни и други каузи, ... и която използва за своето развитие технологични инструменти, насърчаващи „вирусното” разпространение и участие”<sup>vii</sup>. За да се развива активната гражданска позиция в киберпространството като инструмент е необходимо да се разпространяват сред населението необходимите знания и умения за интелигентно и сигурно заемане на такава позиция.

Целта на тази дейност или стратегия е да „оказва влияние върху обществения дневен ред чрез електронни средства и чрез използването на новите технологии като комуникационен канал, както и за предаване на информация в сферата на гражданското участие”<sup>viii</sup>.

Най-обичайните форми на киберактивизъм определени от Европейския икономически и социален комитет са: търсенето на информация; създаването на уеб-страници, предлагащи информация и документация; издаването на електронни публикации; изграждането на виртуални общности; масовото изпращане на писма по електронна поща; създаването на пространства и форуми за дебат в мрежата; планирането, свикването и координирането на дейности; установяването на стратегически съюзи и сътрудничество; насърчаването на приобщаващи движения; предлагането на подкрепа и/или присъединяването към вече създадени колективни инициативи. Доброволчеството като форма на киберактивизма се изразява в: подкрепа на кампании, участие в протестни акции и електронни петиции чрез събиране на подписи, личен принос и действия за нарастващо разпространение на информация, оказване на съдействие и др. подобни.

### **Виртуалното пространство в България като реалност**



България е една от първите страни в Европа, която през 1999 г. приема Стратегия и Национална програма за развитие на информационното общество. В тези документи „информационното общество” се определя като „общество с качествено нова структура, организация и обществени отношения, основани на глобалния достъп и използване на информационни и комуникационни мрежи и услуги без национални, географски или други ограничения за обмен на информация, научни, духовни, културни и други постижения”<sup>ix</sup>.

В подкрепа на целенасочената политика в областта на информационното общество в България, след приемането на редица документи в областта, за периода 2001-2006 г. се изготвя доклад, следящ неговото развитие. Използваната методология в доклада се базира на концепцията, че готовността на информационното общество се измерва чрез степента на: 1) развитие на необходимата информационна и комуникационна инфраструктура (ширококолов достъп, достъпност и надеждност на връзката); 2) успешно интегрираните ИКТ в бизнеса (е-търговия, местният ИКТ сектор); 3) местните електронни общества (локално съдържание и използване на ИКТ в ежедневието и в образованието); 4) електронното управление. Тези индикатори залягат в една или друга степен и в започналото през 2004 г. ежегодното изследване на информационното общество от НСИ<sup>x</sup>.

Резултатите от поредното проведено изследване за използване на ИКТ от домакинствата<sup>xi</sup> за 2015 г. показват, че повече от половината домакинства (59%) в България имат достъп до интернет в домовете си, като е отбелязан ръст от 2,4% спрямо предходната година, и 6 пъти се увеличава делът на домакинствата, които имат достъп до интернет спрямо 2004 г. – от 10% на 59%. Същото е увеличението и на показателя за ширококолов достъп (2,2%). Почти всички домакинства, имащи достъп до интернет, са с осигурена бърза и надеждна ширококолова връзка.

Запазва се и тенденцията на растеж в регулярното използване на интернет от лицата, макар и със слаб ръст от 0,9%. През 2015 г. повече от половината (54,6%) от населението на възраст 16-74 г. използват редовно (всеки ден или поне веднъж седмично) интернет. Най-активни потребители на глобалната мрежа са учащите (94,9%), лицата с висше образование (86,3%), лицата на възраст 16-34 г. (за групата 16-24 г. – 84,1%, за групата 25-34 г. – 82%).

От друга страна, най-често споменаваната причина за липса на достъп до интернет през 2015 г. е липсата на умения (52%),

декларираната липса на интерес и нужда от това (44%).

Финансовата ограниченост също е силен фактор, който влияе върху нагласите на потребителите да ползват интернет или не. Цената на оборудването, което е необходимо за осигуряване на достъп до мрежата, както и високата цена на достъпа или цената за свързване са причини за

Таблица 1. Основни причини за липса на достъп до интернет

|  | 2006 | 2008 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Домакинства, които нямат достъп въкъщи                                     | 83   | 75   | 67   | 55   | 49   | 46   | 43   | 41   |
| Хора, които никога не са използвали интернет                               | 71   | 57   | 51   | 46   | 42   | 41   | 37   | 35   |
| <b>ОСНОВНИ ПРИЧИНИ ЗА ЛИПСА НА ДОСТЪП:</b>                                 |      |      |      |      |      |      |      |      |
| Цените за свързване са прекалено високи                                    | 20   | 15   | 14   | 17   | 22   | 20   | 25   | 24   |
| Цените на оборудването са прекалено високи                                 | 37   | 26   | 28   | 24   | 32   | 35   | 37   | 30   |
| Нямам нужда от интернет (съдържанието не е полезно, не е интересно и т.н.) | 37   | 32   | 35   | 30   | 43   | 37   | 46   | 44   |
| Не искам да има достъп (съдържанието е опасно и т.н.)                      | 5    | 5    | 8    | -    | -    | -    | -    | -    |
| Липса на умения  | 34   | 34   | 43   | 30   | 42   | 51   | 51   | 52   |
| Физическа неспособност   | 7    | 5    | 6    | 4    | 1    | -    | -    | -    |
| Опасения за сигурността  | 1    | 1    | 1    | 8    | 1    | 1    | 1    | 1    |
| Има достъп на друго място  | 8    | 5    | 4    | 5    | 6    | 4    | 4    | 4    |
| Други причини  | 14   | 22   | 12   | 27   | 10   | 10   | 6    | 6    |

Изт. EUROSTAT

Таблица 2. Интернет умения на лицата между 16-74 г.

| Видове дейности извършвани в интернет  | 2006 | 2010 | 2011 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--|------|------|------|------|------|------|
| Използване на търсачка за намиране на информация   | 26,2 | 45,4 | 48,8 | 56,3 | -    | -    |
| Изпращане на електронни писма с прикачени документи  | 20,6 | 32,2 | 36,7 | 41,7 | -    | -    |
| Публикуване на съобщения в сайтове за разговори, форуми и т.н.   | 20,1 | 21,0 | 21,8 | 29,9 | -    | -    |
| Провеждане на телефонни разговори по интернет  | 10,9 | 22,2 | 27,9 | 34,7 | -    | -    |
| Използване на мрежи за споделяне на файлове (peer-to-peer)   | 6,3  | 10,7 | 13,1 | 19,4 | -    | -    |
| Създаване на уеб страница  | 3,0  | 3,7  | 4,1  | 5,8  | -    | -    |
| Качване (ъплоуд) на текстове, игри, снимки, филми или музика на уебсайт (включително в социални мрежи) | -    | -    | 19,0 | 22,7 | -    | -    |
| Промяна на настройките за сигурност на интернет браузъри   | -    | -    | 4,0  | 8,6  | -    | -    |

Изт.: НСИ. – липсват данни.

Забележка: Относителният дял е изчислен на база генерална съвкупност на населението между 16 и 74 години. От 2011 г. в изследването са включени допълнителни дейности, свързани с използването на компютър и интернет.

липса на достъп до интернет съответно за 30% и 24% от домакинствата.

В своето годишно изследване Националният статистически институт изследва и два вида умения: компютърни и интернет умения. И при двата вида умения се запазва тенденцията на растеж на отделните видове дейности през годините. Към 2013 г. делът на дейностите, извършвани в интернет от използващите

Таблица 3. Компютърни умения на лицата между 16-74 г.

| Видове дейности свързани с използването на компютър   | 2006 | 2009 | 2011 | 2012 | 2014 | 2015 |
|---|------|------|------|------|------|------|
| Копиране или преместване на файл или папка  | 28,2 | 35,4 | 40,6 | 41,3 | 50,6 | 43,9 |
| Копиране и вмъкване на информация в рамките на документа  | 25,3 | 30,6 | 33,8 | 35,1 | 45,8 | -    |
| Използване на основните аритметични действия в таблица  | 18,3 | 22,1 | 21,8 | 22,1 | 27,5 | -    |
| Компресиране (архивиране) на файлове  | 11,2 | 21,4 | 25,3 | 26,5 | 32,3 | -    |
| Свързване и инсталиране на нови устройства, напр. принтер   | 9,1  | 9,2  | 14,2 | 15,8 | 20,1 | -    |
| Създаване на компютърна програма  | 2,4  | 1,6  | 2,4  | 4,7  | 4,5  | 2,0  |
| Прехвърляне на файлове между компютър и друго устройство  | -    | -    | 22,2 | 25,6 | 32,7 | 42,1 |
| Промяна или проверка на параметрите на конфигурацията на софтуерни приложения                                 | -    | -    | 4,1  | 4,9  | 7,6  | 9,0  |
| Създаване на електронни презентации посредством съответния софтуер с включени образи, звук, видео или графики | -    | -    | 6,4  | 6,9  | 9,1  | 17,8 |
| Инсталиране на нова операционна система или замяна на стара   | -    | -    | 4,2  | 4,7  | 5,8  | -    |

Изт.: НСИ. - Липсват данни.

Забележка: Относителният дял е изчислен на база генерална съвкупност на населението между 16 и 74 години. От 2011 г. в изследването са включени допълнителни дейности, свързани с използването на компютър и интернет.

редовно интернет са: около 60% публикуват съобщения в сайтове за разговори, форуми и други; около 38% използват мрежи за споделяне на файлове; около 45% качват текстове, игри, филми или музика на уебсайт, включително и в социалните мрежи; около 11% създават уеб-страници. Това са дейности, свързани преди всичко с интерактивната част на Мрежата.

За какво обаче хората използват интернет? Целите за използването на интернет са обособени в няколко рубрики: комуникация, достъп и търсене на разнообразна информация, професионален живот, електронна търговия и банкиране, обществено и политическо участие. За целите на нашето изследване от особена важност е последната цел – обществено и политическо участие.

За да се изследва участието в набиращите сила и популярност така нар. „социални мрежи и медии” НСИ използва няколко индикатора представени в Таблица 4. Спрямо тези индикатори могат да се отправят различни критични бележки: 1) индикаторите не са прилагани систематично в провежданите проучвания на Института; 2) няма възможност да се създадат съответните динамични редове; 3) забелязва се липса на

методологическа яснота относно различните форми на онлайн поведение и индивидуални действия в интернет.

Таблица 4. Индикатори на НСИ, измерващи гражданското и политическо участие онлайн

| /в %/ Година:  | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Публикуване на съобщения в "чат-сайтове", социални мрежи, блогове, форуми, използване на "моментално" изпращане на съобщения | -    | 51,9 | 55,8 | -    | 57,2 | -    | -    | -    |
| Участие в социални мрежи (създаване на профил, публикуване на съобщения и др. дейности във Facebook, Twitter и др.)          | -    | -    | -    | 62,6 | -    | 70,3 | 71,3 | 74,4 |
| Качване на собствено съдържание (текст, снимки, видео) в уебсайт   | 7,4  | 19,3 | 28,2 | -    | 30,6 | -    | 35,1 | 36,4 |
| Четене и публикуване на мнения по въпроси от обществен или политически характер в блогове, форуми, социални мрежи и др.      | -    | -    | -    | 21,9 | -    | -    | -    | -    |
| Публикуване на мнение по обществени или политически въпроси (в блогове, социални мрежи, форуми)                              | -    | -    | -    | -    | -    | 16,3 | -    | 14,8 |
| Участие в онлайн дискусии или анкети по определени обществени или политически въпроси  | -    | -    | -    | 5,7  | -    | 6,1  | -    | 5,3  |
| Създаване на уебсайтове или блогове  | -    | -    | -    | -    | 7,4  | -    | 8,1  | -    |

*Изт.* НСИ. - Липсват данни.

Информационното общество в България като цяло се развива с тенденция на ежегодно нарастване на използването на ИКТ от домакинствата, лицата и бизнеса в България.

Виртуалното пространство в България вече не е нова реалност. Основните социални агенти притежават определени способности за използване на ИКТ,

действително използват новите технологии и използват възможностите, които им се предоставят чрез интернет за модернизирание, осъвременяване, трансформиране на отношенията си с другите.

### **Уменията за участие във виртуалното пространство като капитал или ресурс**

Уменията за участие във виртуалното пространство могат да се възприемат като ресурс или капитал, чрез който това пространство да бъде променяно, т.е. като власт да се променя средата.

В изследване, което търси връзката между оценките на действителните умения на основа на онлайн действията на хората, Харгитай твърди, че действителните умения са по-силен фактор за осъществяване на различни действия в Мрежата от самооценката на онлайн уменията.

С поставянето на акцент върху структурата на съдържателната страна на виртуалното пространство, в нашето изследване<sup>xii</sup>, са изследвани три групи индикатори – дейности и умения за работа в Мрежата, както и дейности в сайта за свързване в социална мрежа Фейсбук. Те са изследвани с цел интернет потребителите да бъдат сегментирани според това: какви действия извършват, какви умения са придобили за справяне във виртуалното пространство, до каква степен извършват подобни действия, използвайки същите умения и в сайта за свързване в социална мрежа Фейсбук, заемат ли активна гражданска позиция в киберпространството чрез проявяване на интерес към различни събития, кампании, протести, петиции и др. под.

Хипотезите, които искаме да проверим са:

1. От социално-демографските характеристики на изследваните лица, най-голямо влияние върху разнообразието от онлайн дейности оказват степента на завършено образование, възрастта, вида на населеното място.

2. От характеристиките, определящи технологичната среда, в която се извършват онлайн действията, съществено влияние върху разнообразието от дейности в интернет оказват най-вече онлайн уменията и тяхната честа употреба.

3. Потребителите прилагат подобна стратегия на действия и умения и в сайта за свързване в социална мрежа Фейсбук. Тези, които имат повече онлайн умения и по-често ги използват, използват интернет по по-разнообразни начини както и извършват повече дейности във Фейсбук, от тези, които имат по-ниски нива на тези умения.

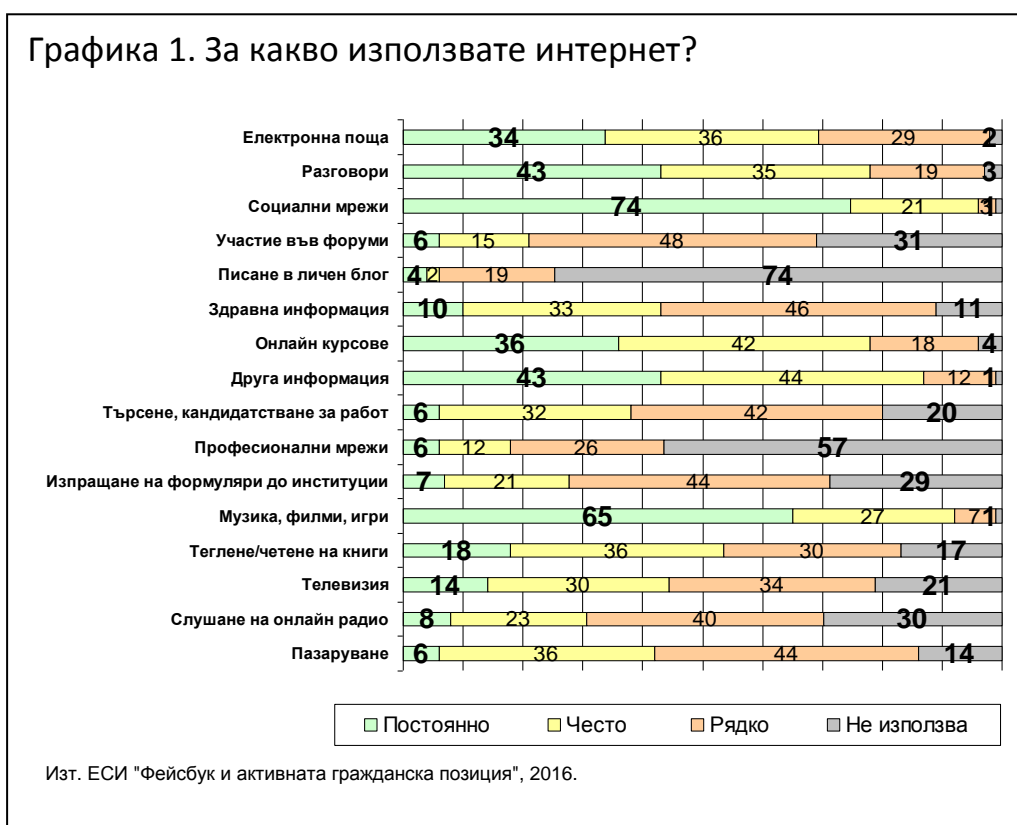
Във връзка с изграждането и заемането на активна гражданска позиция във виртуалното пространство това означава, че потребителите, които имат повече онлайн умения и по-често ги използват, ще са придобили и усвоили инструментални и информационни умения, и ще са достигнали и до т.нар. стратегически умения. Последните са важни за пълноценно участие във виртуалното пространство и използване на информацията от това пространство.

Първата група индикатори са 16 разнообразни дейности в Мрежата.

Дейностите, свързани с цел комуникация между онлайн потребителите са: получаване и изпращане на електронни писма, разговори или видеоразговори през интернет платформи, участие в сайтове за свързване в социални мрежи, участие във форуми,

поддържане и писане в собствен блог.

От тази група дейности най-често изследваните лица



използват Мрежата, за да участват в сайтове за свързване в социални мрежи като Фейсбук. След това са разговорите през интернет плаформи и изпращането на имейли. Нивото на виртуална активност на интернет потребителите в частта ѝ с интерактивни приложения като блогове и форуми е сравнително ниско. Това се обяснява с големия дял на участващите в сайтове за свързване в социални мрежи, тъй като последните съчетават в себе си и двете дейности.

Търсената информация в Мрежата е разнообразна, като в изследването е поставен акцент върху три вида: информация, свързана със здравето и здравеопазването, информация за образованието, обучения или курсове, и справочна информация под формата на справки за стоки, услуги, прогнози за времето, разписания, пътувания и др. под. Справочната информация очертава общата нагласа да се търси, избира, обработва и оценява информацията от различни източници. Използването на Мрежата за търсене на другите два вида специфична информация показва доколко потребителите са готови да търсят предварително информация, да взимат решения въз основа на наличната информация, да привеждат тази информация в последствия и да осъществяват нужните и възможни действия.

87% (43% - постоянно, 44% - често) търсят разнообразна информация като правят справки за стоки, услуги, следят прогнозите за времето онлайн, различни разписания и т.н.

Информация, свързана със здравето търсят постоянно 10% от изследваните лица и три пъти повече търсят по-често. Останалите не се нуждаят от такава информация или я търсят рядко. Тъй като според възрастта на респондентите извадката е по-скоро младежка това е до известна степен очаквано, тъй като младите все още нямат сериозни здравословни проблеми.

Около една трета от всички използват Мрежата постоянно, за да търсят информация за образованието си, обучения или курсове, както и да участват в онлайн курсове. И тук младежката извадка оказва влияние върху честотата на търсене на подобен род информация.

Дейности, подпомагащи професионалното развитие на потребителите са търсенето на работа, използвайки интернет като средство, както за информиране и сканиране на свободни работни места, така и за кандидатстване директно или чрез посредник пред потенциален работодател. Изследвано е и използването на Мрежата за свързване в професионални мрежи като Пробук и Линкин, които предоставят възможности и за професионално ориентиране и консултиране.

Честото взаимодействие на изследваните лица с публичните институции чрез интернет е характерно за около една трета от тях. Останалите не изтеглят и не изпращат формуляри до институциите по електронен път или го правят рядко.

Другите дейности, които са изследвани в проучването се отнасят до свободното време – слушането на музика, гледане на филми или играене на компютърни игри, четене на електронни книги, пазаруване онлайн – или до използването на Мрежата като алтернатива на традиционните медии – онлайн радио, онлайн телевизия и телевизионни предавания.

Втората група индикатори са 6 умения, които се влияят от действията, които интернет потребителите осъществяват в Мрежата. Хипотезата е, че колкото повече действия осъществяват потребителите, толкова повече онлайн умения усвояват, притежават и използват във виртуалното пространство. Тези умения се отнасят до: способността да се работи с хардуер и софтуер, справяне с основната им функционалност, както и справяне с основни формати, чрез които се предава информация. Тези умения са важни с това, че са в основата на стратегическото използване на информацията от виртуалното пространство за постигане на определената цел.

В Мрежата съществуват няколко десетки милиона уеб-сайта. С нарастване броя на интернет сайтовете, информацията, която се публикува в тях също нараства неимоверно. За да може интернет потребителя да се ориентира в този „океан” от информация, най-често се използват „търсачки” (search engine). Най-известната търсачка в България е „Гугъл”<sup>xiii</sup>. От изследваните лица в проучването няма такива, които да не използват търсачка, при това 84% го правят постоянно.



Друго умение, изследвано в проучването е изпращането на електронни писма с прикачени документи. Това определя както способността на човек да създава, запазва, архивира такива документи в паметта на компютъра си, така и да използва същите тези документи, като ги изпраща по електронната си поща като прикачени файлове. Около 35% декларира, че използват такива документи и ги изпращат като прикачени файлове постоянно, още 36% ги изпращат често, а при 1,4% тази способност не е налице.

Публикуването на съобщения е възможно, както в сайтове за разговори, форуми, сайтове за свързване в социални и професионални мрежи, така и във всеки сайт, който има онлайн форма за коментар на своите страници. Всяко четвърто от изследваните лица притежава тази способност и я осъществява постоянно или често.

Провеждането на разговори в онлайн среда е свързано с познаване на съответните специфични програми, които дават възможност за осъществяването на тази дейност в Мрежата. Това познание е характерно за половината от изследваните лица, за които се е превърнало в рутина.

Създаването на собствен уеб-сайт стана достъпно за всеки, който иска да създава сам собствено съдържание и да го предоставя на останалите интернет потребители. Компанията Гугъл разработи такова приложение за своите клиенти и им го предостави безплатно. Само около 12% от изследваните лица имат желанието и способността да правят подобни уеб-сайтове.

Качването (ъплоудването) на текстове, игри, снимки, филми или музика на уеб-сайт, включително в сайтове за свързване в социални мрежи е способността на потребителя да познава, използва и форматира файлове с различни обработващи програми. Този способност притежават 28% от изследваните лица.

Третата група индикатори, свързани със съдържателния достъп във Фейсбук-мрежата, са целите за използването ѝ. Изследвани са 12 дейности.

Най-често дейностите, които извършват потребителите във Фейсбук са: чат с приятели, четене на новини, следят какво правят приятелите. Около половината от изследваните лица постоянно или често споделят прочетени статии, видяни снимки,

клипове на други или собствени снимки. 54% следят за предстоящи събития, кампании или протести. Около 42% постоянно или често се информират чрез Фейсбук за



политическия живот в страната, а половината на тях (23%) използват сайта за да заявяват гражданската си позиция по отделни въпроси. 48% не използват Фейсбук, за да търсят решение когато имат проблем. В най-малка степен Фейсбук се използва за играене на игри (постоянно, често или рядко – общо 51%) както и за ефективен инструмент, чрез който да се разпространява информация относно гражданска позиция чрез организирането на събития или петиции.

Чрез анализ на главните компоненти (вид факторен анализ) се ограничава броя на 12-те променливи (действия във Фейсбук), за да се идентифицира скритата структура на явлениято – разнообразието от действия във Фейсбук. Използвайки този метод броя на променливите е намален на няколко главни компонента.<sup>xiv</sup>

От гледна точка на разнообразието от действия във Фейсбук се формират четири компонента.

Таблица 5. Идентификация на компонентите. Принадлежност на отделните променливи към извлечените компоненти. Групова принадлежност на факторните променливи

| <b>Компонент:</b>                                  | 1    | 2    | 3    | 4    |
|--|------|------|------|------|
| Споделя мисли/случки/проблеми от ежедневието си    | ,737 |      | ,180 |      |
| Заявява гражданската си позиция по отделни въпроси | ,649 | ,447 |      |      |
| Организирам събития/петиции                        | ,575 |      |      | ,187 |
| Споделя интересни статии/снимки/клипчета           | ,544 |      | ,504 |      |
| Търси решение когато има проблеми                  | ,506 | ,217 |      |      |
| Информира се за политическия живот в страната      | ,202 | ,755 |      |      |
| Чете новини  |      | ,734 | ,179 |      |
| Следя за предстоящи събития, кампании, протести    | ,326 | ,641 |      |      |
| Чат с приятели                                     |      |      | ,726 |      |
| Следи какво правят приятелите му/й                 |      | ,205 | ,672 | ,395 |
| Споделя собствени снимки                           | ,409 |      | ,646 |      |
| Играе игри   | ,104 |      |      | ,892 |

*Метод за екстракция: Анализ на главните компоненти*

Първият компонент включва споделянето, независимо дали на чужди статии, снимки, клипове или собствени мисли, случки, проблеми от ежедневието, заявяване на гражданска позиция по отделни въпроси, организиране на събития или петиции, както и търсене на решение когато имат проблеми. Това са *киберактивните потребители*.

Вторият компонент обединява дейностите информирани за политическия живот в страната, четене на новини, следене за предстоящи събития, кампании, протести. Този компонент ще наречем *информиращи се потребители*

Третият компонент обединява чат с приятели, следене на дейността на приятелите, споделяне на собствени снимки, с подсъзнателен стремеж и той да бъде отразен от приятелите си. Този компонент ще наречем *интерактивни потребители*.

В четвъртия компонент е само играенето на игри и това са *забавляващите се потребители*.

Чрез използването на резултатите от факторния анализ<sup>xv</sup> се получава следното разпределение на съвкупността на Фейсбук потребителите: 31% киберактивни потребители, 32% информиращи се потребители, 24% интерактивните потребители, 13% забавляващи се потребители.

Чрез подобен анализ се ограничават и броя на 16-те променливи – действия в Мрежата, за да идентифицираме скритата структура на разнообразието от действия в Мрежата. Броят на променливите се намалява на шест главни компонента.<sup>xvi</sup>

Първият компонент обединява дейностите свързани с изпращане на формуляри до институции както и електронни писма, участие в професионални мрежи, търсене и кандидатстване за работа чрез интернет, теглене/четене на книги. Този компонент ще наречем *професионални потребители*.

Във втория компонент са включени дейностите свързани със свободното време като гледане на телевизия и ТВ предавания онлайн, теглене на музика, филми и игри. Това са *забавляващите се потребители*.

Третият компонент обединява интерактивните дейности, като поддържане на блог, онлайн пазаруване и участие във форуми. Това са „*интерактивните потребители*”.

Четвъртият компонент обединява дейности, които могат да се нарекат основни за хора, които имат информационно ориентирани интереси – търсене на справочна

информация както и информация, свързана със здравето. Тук присъства и участието в социални мрежи, което през последните години започна да се възприема като обичайно и нормално за интернет потребителите. В този компонент дейностите са продиктувани от задоволяване на специфични потребности, предполагащи съответни умения и познания за работа във виртуална среда. Ще наречем този компонент *„потребители със специфични потребности“*.

Петият компонент включва провеждане на разговори през интернет, и търсене на информация за онлайн обучения и курсове. Този компонент ще наречем *„комуникатори-професионалисти“*.

Последният компонент включва единствено слушане на онлайн радио. Ще го наречем *„алтернативни потребители“*.

Използвайки отново резултатите от факторния анализ разпределението на съвкупността на интернет потребителите е: 19% професионални потребители, 13% забавляващи се потребители, 22% интерактивни потребители, 17% потребители със специфични потребности, 16% комуникатори-професионалисти и 12% алтернативни потребители. Най-голям е дялът на интерактивните потребители, а най-малък – на алтернативните.

*Онлайн действия и онлайн умения в Мрежата като факторни променливи в разнообразието от действия във Фейсбук*

За измерване на съдържателния достъп до ИКТ в изследването се търси зависимостта между социално-демографските характеристики на потребителите и техните дейности в Мрежата и уменията им за работа в онлайн среда. Търси се зависимостта между онлайн умения и онлайн действия, твърдейки че онлайн способностите биха били оказвали влияние върху това как хората използват Мрежата и как евентуално биха я използвали по отношение на изграждане, заемане и изразяване на активна гражданска позиция в киберпространството.

За измерване на разнообразието на използването на Мрежата се създават три вида индекси:

1) **индекс на видовете онлайн дейности в Мрежата**, в които респондентите твърдят, че участват. В изследването са използвани 16 такива дейности. Индикирана е честота на използването на тези дейности – постоянно, често, рядко и не използване на интернет за тази цел. Тези променливи се рекодират в бинарни променливи показващи дали изследваните лица са ангажирани в определени онлайн дейности или не. Сумата от 16-те бинарни променливи образува *индекс на разнообразието* на употребата на Мрежата (*web-use diversity index*)<sup>xvii</sup>. Разнообразието от онлайн дейности се основава на аргумента, че редовното ангажиране с повече видове онлайн дейности е по-ползотворно отколкото ангажирането с по-малко онлайн дейности.

2) **индекс на уменията**. За измерване на онлайн уменията използваме агрегираните отговори от 6 въпроса. Резултативната променлива *индекс на уменията* в изследването ни е с обхват от 6 до 24.<sup>xviii</sup>

3) **индекс на разнообразието от действия във Фейсбук**. За измерване на това разнообразие прилагаме същата процедура като при индекса на разнообразието на употребата на Мрежата<sup>xix</sup>.

За целите на анализа използваме метода на най-малките квадрати, тъй като и трите резултативни променливи са на интервални скали.<sup>xx</sup>

#### *Различията в онлайн действията*

Анализът, който предприемаме, търси обяснение на различията в дейностите на интернет потребителите. Конструират се два модела. В първия модел изследваме зависимостта между социално-демографските характеристики и онлайн дейностите, без да се включват други променливи. Анализът показва статистически значима връзка между пола и образованието на изследваните лица и броя на дейностите, за които те използват интернет. С увеличаване на степента на образование, намаляват дейностите, за които потребителите използват интернет.

След това към модела добавяме допълнителни променливи, свързани с някои детайли, относно използването на Мрежата и интернет, като самооценка на

способността за работа в интернет, резултативните променливи за индекс на уменията и индекс на разнообразието от дейности във ФБ. Образованието продължава да е статистически значима при осъществяването на разнообразни дейности в онлайн среда, макар силата на тази връзка да намалява. Другите социално-демографски фактори не оказват статистически значимо влияние.

От добавените фактори в модела и трите променливи оказват статистически значимо влияние върху по-голямото разнообразие от онлайн дейности. Това потвърждава хипотезата, че онлайн дейностите са статистически значими от онлайн уменията и разнообразието от дейности във Фейсбук.

#### *Различията в онлайн уменията*

По сходен начин процедираме с индекса на онлайн уменията като отново изготвяме два модела. В първия модел статистически значима е връзката между образованието на изследваните лица и уменията, които те твърдят, че имат, като с увеличаване на степента на образование, уменията намаляват. Във втория модел, степента на образование вече не е статистически значима за притежаването на различни онлайн умения. Статистически значимо влияние върху притежаваните умения оказват конструираните индекси за разнообразието от дейности в Мрежата и във Фейсбук.

#### *Различията в разнообразието от дейности във Фейсбук*

Прилагайки същия подход, като при предходните два индекса – в първия модел статистически значима е връзката между населеното място на изследваните лица и разнообразието от действия във Фейсбук. С намаляване на големината на населеното място това разнообразие се увеличава. Във втория модел населеното място на изследваните лица остава статистически значимо за разнообразието дейности във Фейсбук. Отново конструираните индекси за разнообразието от дейности и онлайн умения, оказват статистически значимо влияние върху начините за навигация.

Основните изводи от направените статистически анализи могат да се обобщят по следния начин:

- от изследваните социално-демографски характеристики, единствено степента на образование оказва влияние върху два от трите индекса, обясняващи разнообразието от действия и умения в Мрежата. Разнообразието от дейности във Фейсбук се влияе от населеното място на изследваните лица.
- когато в изследването на употребата на съдържанието на Мрежата се включат и характеристики на технологичната среда, социално-демографските характеристики се изменят или вече не оказват влияние.
- разнообразието от онлайн действия и умения в Мрежата и дейностите във Фейсбук е взаимнообвързано с еднаква сила и посока. Колкото повече дейности извършва някой в онлайн среда, толкова повече умения придобива и упражнява, толкова повече разнообразни дейности във Фейсбук извършва. И обратното – колкото по-малко дейности в Мрежата извършва, толкова по-малко умения има и толкова по-малко действия във Фейсбук извършва.

В заключение може да кажем, че сме свидетели на нарастващата тенденция различни събития да се превръщат в обществено-значими събития тогава, когато вниманието към тях бъде насочено чрез генериране на обществена енергия и развитие на активна гражданска позиция, използвайки различни технологични интернет инструменти (сайтове, блогове, чат-платформи, сайтове за свързване в социални мрежи и други под.). Интернет се превръща в инструмент за информационно влияние, а уменията за участие във виртуалното пространство са властта, чрез която това пространство се променя и активната гражданска позиция в киберпространството се изгражда и заема.

---

#### БЕЛЕЖКИ

i Directive 2002/22/EC of the European Parliament and of the Council of 7 March 2002 on Universal Service and Users' Rights Relating to Electronic Communications Networks and Services (Universal Service Directive) [Official Journal L 108 of 24 April 2002]

ii eEurope 2005: An information society for all. An Action Plan to be presented in view of the Sevilla European Council, 21/22 June 2002, Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the



Committee of the Regions Commission of the European Communities, Brussels, 28.5.2002, Com(2002) 263 final.

iii i2010 – A European Information Society for growth and employment, Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, {SEC(2005) 717}, Brussels, 2005. COM(2005) 229 final.

iv Целите, поставени в Декларацията на министрите от Рига, са свързани с използване на интернет, широколентово покритие, ниво на дигитална грамотност, достъпност до обществените страници в интернет. Количествените измерения на тези индикатори са разгледани по-подробно в т. 2.1.2. в Христова, М., 2015. Българският виртуален пазар на труда и трансформацията на властта. Дисертационен труд. УНСС.

v Виж Green Paper: Living and Working in the Information Society: People First. Brussels. European Commission. 1996.

vi Пример: първо, включете компютъра; второ, стартирайте интернет експлорър; трето, влезте в сайта google.bg; четвърто, напишете в полето търсената дума; пето, когато сте готови, натиснете бутона ‘търси’.

vii Становище на Европейския икономически и социален комитет относно „Активната гражданска позиция в киберпространството и организациите на гражданското общество”. (2016/C 013/18) В Официален вестник на Европейския съюз, С 13/116 от 15.I.2016.

viii Пак там.

ix Национална програма за ускорено развитие на информационното общество в Република България 2008-2010 г., Държавна агенция за информационни технологии и съобщения. Август 2008 г.

x Повече виж на <http://www.nsi.bg/node/13197>. (последно посетен на 27.09.2016 г.)

xi Виж [http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/ICT\\_hh2015\\_CB5PDL6.pdf](http://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/ICT_hh2015_CB5PDL6.pdf). (последно посетен на 27.09.2016 г.)

xii За изследване на връзката между употребата на Мрежата и Фейсбук и изграждането, поддържането и използването на социалния капитал както и заемане на активна гражданска позиция в киберпространството е осъществено количествено

изследване, използвайки метода на анкетиране, като за целта е изработени веб-базирана анкетна карта чрез безплатния инструмент Google Docs (<http://docs.google.com>). Резултатите от изследването са валидни за два вида извадки, които са включени в него.

Онлайн анкетата бе разпространена по два начина и се формираха две извадки. Първата извадка е според отзовалите се на публикувани във Фейсбук покани за участие в изследването. На тези покани се отзоваха 102 човека на различни възрасти, от различни населени места, с различен трудов статус. Втората извадка е формирана чрез участието на студенти, първи курс в УНСС, общо 120 човека.

Изследването не е представително и се използва като ориентир за очертаване на състоянието на изследвания проблем.

xiii Конкурентите на Google включват Baidu и Soso.com в Китай; Naver.com и Daum Communications в Южна Корея; Yandex в Русия; Seznam.cz в Чешката република; Yahoo! в Япония, Тайван и САЩ, както и Bing и DuckDuckGo.

xiv За извличането на компонентите използваме критерия на Кайзер, според който се запазват само онези фактори, които имат скаларна стойност (Eigenvalues) по-голяма от единица. Изследваните фактори не извличат и не обясняват цялата дисперсия от променливите, а се извлича онази част от тях, която се дължи на общи фактори и се разпределя между няколко променливи. В нашия случай тя е около 57%. Това е частта, която е обяснена с всяка една променлива, включена в модела, вземайки предвид общите за повечето променливи закономерности.

Кайзер-Майер-Олкин (Kaiser-Meyer-Olkin) измерител за извадкова адекватност КМО = 0,734. Тест на Бартлет за сферичност:  $\chi^2 = 442,764$ ,  $df=66$ ,  $p=0,00$ . Тези данни показват, че минималните изисквания са налице и може да се използва този анализ.

По-подробно по въпроса може да се види в Христова, М., 2015. Българският виртуален пазар на труда и трансформацията на властта. Дисертационен труд. УНСС

xv Ако използваме резултатите от анализа, може да се получат измерители, които да послужат като класификационен критерий за приобщаване на всяка единица от извадката към определен фактор.

Извършването на факторен анализ в програмата SPSS дава възможност да се запазят стойностите на факторните резултати от анализа. За принадлежността на всяка единица от извадката към определен фактор се взема най-голямата абсолютна стойност от факторните резултати. Повече за процедурата по класифициране виж Димов, Мартин. Статистическо

изучаване на състоянието, елементите и тенденциите на развитие на информационното общество (е-Общество) в България. София, 2010.

xvi За извличането на компонентите използваме критерия на Кайзер, според който се запазват само онези фактори, които имат скаларна стойност (Eigenvalues) по-голяма от единица. Изследваните фактори не извличат и не обясняват цялата дисперсия от променливите, а се извлича онази част от тях, която се дължи на общи фактори и се разпределя между няколко променливи. В нашия случай тя е около 57%. Това е частта, която е обяснена с всяка една променлива, включена в модела, взимайки предвид общите за повечето променливи закономерности.

Кайзер-Майер-Олкин (Kaiser-Meyer-Olkin) измерител за извадкова адекватност КМО = 0,693. Тест на Бартлет за сферичност:  $\text{прибл.}\chi^2 = 408,054$ ,  $df=120$ ,  $p=0,00$ . Тези данни показват, че минималните изисквания са налице и може да се използва този анализ.

xvii Нейната алфа на Кронбах е 0.662, което предполага, че включените елементи имат относително висока вътрешна съгласуваност.

xviii Нейната алфа на Кронбах е 0.361.

xix Нейната алфа на Кронбах е 0.805, което предполага, че включените елементи имат относително висока вътрешна съгласуваност.

xx Проверяваме преди това корелациите между независимите променливи. Нито една от тях не е твърде висока (над 0.7), така че могат да се включат в анализа едновременно. Също така са осъществени и други процедури, за да се уверим, че данните отговарят на избрания метод.

#### ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

Михайлова, Катя. (2011) Телевизията за деца. София: М-8-М.

DiMaggio, P. and Hargittai, E. (2002) From the Digital Divide to Digital Inequality. Presentation at the annual meetings of the American Sociological Association in Chicago, August 2001.

Hargittai, E. (2002) Second Level Digital Divide: Differences in People's Online Skills. In: First Monday 7, 4, 2002. Достъпен на <http://firstmonday.org/article/view/942/864>, последно посетен на 16.12.2013 г.

Kling, R. (1998). Technological and Social Access on Computing, Information and Communication Technologies. White Paper for Presidential Advisory Committee on High-

Performance Computing and Communications, Information Technology, and the Next Generation Internet. Цит. в DiMaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C. and S. Shafer. (2001) From Unequal Access to Differentiated Use: A Literature Review and Agenda for Research on Digital Inequality. Report prepared for the Russell Sage Foundation.

Norris, P. (2001) Digital Divide? Civic Engagement, Information Poverty and the Internet in Democratic Societies. NY: Cambridge University Press.

Steyaert, J. (2000) Digitale vaardigheden: Geletterdheid in de informatiesamenleving [Digital skills: Literacy in the information society]. The Hague, Netherlands, Rathenau Instituut.

Steyaert, J. (2002) Inequality and the Digital Divide: Myths and Realities. In S. Hick & J. McNutt (Eds.), Advocacy, Activism and the Internet. Chicago: Lyceum Press. p. 199-211.

van Dijk, J. (2002) A framework for digital divide research. In: Electronic Journal of Communication/Revue de Communication Electronique, 12(1). Достъпен на <http://www.cios.org/getfile/vandijk>, последно посетен на 16.12.2013 г.

van Dijk, J. (2008) The Digital Divide in Europe, In: The Handbook of Internet Politics, Routledge, London and New York.

Yang, G. (2014) Cyber-activism [draft] [#digitalkeywords]. Достъпно на <http://culturedigitally.org/2014/06/cyber-activism-draft-digitalkeywords/>, последно посетен на 16.08.2016.

-----  
\* Мариета Христова е доктор по социология (2015) и асистент в катедра „Икономическа социология” на УНСС.;

e-mail: marieta\_hristova@yahoo.co.uk