

ГОДИШНИК НА СОФИЙСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
ФИЛОСОФСКИ ФАКУЛТЕТ
Библиотечно-информационни науки
Том 14/15, 2022/2023

ANNUAL OF SOFIA UNIVERSITY “ST. KLIMENT OHRIDSKI”
FACULTY OF PHILOSOPHY
Library and Information Science
Volume 14/15, 2022/2023

**ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКИ ПРОЕКТИ (ФОНД „НАУЧНИ
ИЗСЛЕДВАНИЯ“ НА СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ
„СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“**

**RESEARCH PROJECTS (SCIENTIFIC RESEARCH FUND
OF SOFIA UNIVERSITY “St KLIMENT OHRIDSKI”**

2022 г.

**ТЕМА: „ДОСТЪПНОСТ НА ИНФОРМАЦИОННИ Е-УСЛУГИ
НА РЕГИОНАЛНИТЕ БИБЛИОТЕКИ“**

Ръководител: проф. дн Оля Харизанова

Финансиране: Фонд „Научни изследвания“ на Софийския университет
„Св. Климент Охридски“, договор № 80-10-60 /10.05.2022 г.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ НА ПРОЕКТА

Избраната тема е нова и към момента на изпълнение на проекта данни за достъпността на информационните е-услуги на регионалните библиотеки у нас няма. Основната цел на проекта беше да се проучи и разкрие нивото на развитост и достъпност на информационните е-услуги на българските регионални библиотеки чрез прилагане на елементи от методологията за наблюдение и проверки на достъпността на Държавната агенция „Електронно управление“. По-конкретно, чрез апробиране на метода на опростеното наблюдение да се установи достъпността на услугите (пригодност за възприемане, пригодност за използване, разбираемост и устойчивост), а чрез апробиране на метода на задълбоченото наблюдение да се установят затрудненията при използване на достъпни сайтове от хора със специфични потребности. В резултат на апро-

бирането на двата метода на теоретично ниво се очакваше да се достигне до набор от индикатори, които да позволят периодично наблюдение на е-услугите на регионалните библиотеки в съответствие с хармонизирания европейски стандарт EN 301 549 V2.1.2 (2018-08) Accessibility requirements for ICT products and services, а на практическо ниво да се достигне до инструментариум за периодично наблюдение на регионалните библиотеки по проблема.

В резултат на изпълнението на проекта посочената по-горе цел е постигната, задачите са изпълнени и вече е налична база от данни за достъпността на е-услугите на регионалните библиотеки за 2022 г. По време на изпълнение на проекта беше разработен набор от индикатори за периодично проучване на развитост и достъпност на информационните е-услуги на българските регионални библиотеки в съответствие с хармонизирания европейски стандарт EN 301 549 V2.1.2 (2018-08) Accessibility requirements for ICT products and services, както и наблюдение на сайтовете на регионалните библиотеки относно достъпността им за хора със специфични потребности. Разработени са две карти за наблюдение: (1) карта за наблюдение онлайн на уеб сайтове на библиотеки и (2) карта за наблюдение в регионалните библиотеки („на място“).

ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПРОЕКТНИТЕ ДЕЙНОСТИ

За изпълнение на проекта бяха планирани следните дейности:

1. Критичен анализ на методологията за наблюдение и проверки на достъпността на Държавната агенция „Електронно управление“.

2. Привеждане на метода на опростеното наблюдение в подходящ вид за прилагане към регионални библиотеки. Философски факултет Фонд научни изследвания 2022 година

3. Привеждане на метода на задълбоченото наблюдение в подходящ вид за прилагане към регионални библиотеки.

4. Разработване на карти за провеждане на наблюдение: (а) Осъществяване на пилотно наблюдение „на място“ в регионални библиотеки, с цел апробиране на изследователския инструментариум. (б) Провеждане на онлайн наблюдение (сайтове на 27-те регионални библиотеки).

5. Обобщаване и обработка на получените резултати от наблюдението.

6. Оценка на пригодността на методологията за наблюдение и проверки на достъпността на Държавната агенция „Електронно управление“ за регионалните библиотеки.

7. Моделиране на база от данни с резултати от изследването (индикатори, данни).

8. Изготвяне на заключителен отчет за постигнатите от изследването резултати.

9. Заключителен отчет.

ОБОБЩЕНИЕ НА ПОСТИГНАТИТЕ НАУЧНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОЕКТА.

Постигнатите резултати за периода на изпълнение на проекта (шест месеца; май–ноември 2022 г.) са следните:

- направен е критичен анализ на методологията за наблюдение и проверки на достъпността на Държавната агенция „Електронно управление“;
- разработена е методика за периодично наблюдение на сайтовете на регионалните библиотеки, създадена в резултат на преглед и привеждане на метода на опростеното наблюдение и метода на задълбоченото наблюдение в подходящ вид за прилагане към тези сайтове;
- разработени са две карти за провеждане на наблюдение, които да се използват при: (а) наблюдение „на място“ в регионални библиотеки; (б) провеждане на онлайн наблюдение в 27-те регионални библиотеки у нас;
- провеждане на две теренни проучвания: (а) „на място“ в 10 регионални библиотеки, с цел апробиране на изследователския инструментариум; (б) онлайн наблюдение на 27-те уеб сайта на регионалните библиотеки;
- създадена е база от данни с резултатите от онлайн изследването (данни за 2022 г.).
- получените резултати са обработени: (1) от онлайн наблюдението чрез статистическия пакет SPSS, а (2) от наблюдението „на място“ чрез качествени методи след проведени 10 интервюта с директори на регионални библиотеки;
- анализ на постигнатите от изследването резултати („на място“ и онлайн);
- оценка на пригодността на методологията за наблюдение и проверки на достъпността на Държавната агенция „Електронно управление“ за сайтовете на регионалните библиотеки. Поради актуалността на темата и това, че проведеното проучване е първо по рода си у нас, членовете на екипа взеха решение да се издаде колективна монография и тя да се публикува на два езика.

ЕФЕКТИ ОТ ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА ПРОЕКТА.

Участие в национална конференция с доклад или постерно научно съобщение. В периода на изпълнение на проекта членове на екипа участваха в общо 4 конференции на национално ниво. По-конкретно, по време на изпълнението на проекта членове на екипа взеха участие в следните конференции:

1. Доц. д-р Елица Лозанова-Белчева, XXXII Национална конференция на ББИА „Библиотеки, медии, социални мрежи – практики и резултати“, 7–8 юли 2022 г., гр. Шумен, тема на доклада „Развитие на медийна и информационна грамотност в библиотеките чрез отворени образователни практики“.

2. Доц. д-р Елица Лозанова-Белчева, Втора регионална конференция „Библиотечното дело в Бургаския край“, 1 ноември 2022 г., гр. Бургас, тема на доклада „Информационна грамотност в дигиталната ера“.

3. проф. дфн Оля Харизанова, Научна конференция „Краезнанието – традиции, съвременност, перспективност“, 20 октомври 2022, Столична библиотека, тема на доклада „Иновативни подходи за популяризиране на краезнанието“.

4. проф. дфн Оля Харизанова, Годишна конференция на Институтът за социални и синдикални изследвания „Труд, жизнен стандарт и социална стратификация: тенденции и предизвикателства“, 28 юни 2022 г., тема на доклада „Нагласи и оценки на гражданите за достъпността на електронните услуги в България“.

Реализирано е двуезично издание: **Харизанова, Оля, Панчева, Цветанка, Мавродиева-Георгиева, Иванка, Лозанова-Белчева, Елица, Попова, Ели.** *Достъпност на информационните електронни услуги на регионалните библиотеки.* София. Унив. изд. „Св. Климент Охридски“, 2023. ISBN 978-954-07-5870-1. Текст и на англ. ез.

ТЕМА: „ИЗСЛЕДВАНЕ НА ИНФОРМАЦИОННИ БИЗНЕС МОДЕЛИ. ВРЪЗКИТЕ МЕЖДУ РАЗВИТИЕТО НА ИНТЕРНЕТ И МОНЕТИЗИРАНЕТО НА ЦИФРОВИ ДАННИ“

Ръководител: гл. ас. д-р Петър Миладинов

Финансиране: Фонд научни изследвания на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, договор № 80-10-60 / 10.05.2022 г.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ НА ПРОЕКТА

Разглеждането на проблематиката, свързана със събирането, обработката и продажбата на лични данни интересува все повече научната общност. Това е разбираемо предвид спецификата на съвременното общество, а именно че то се определя като информационно. Интернет се промени през последните двадесет години. Двигател на тези процеси е нарастващият брой потребители на мрежата, които от ползватели на електронни ресурси се трансформират в създатели на онлайн съдържание. Ако през 2001 г. 20% от интернет ползвателите са качвали и споделяли фотографии, то през 2005-та хората използващи подобни услуги са 34% от потребителите на интернет. Тези процеси придобиват наименованието – уеб 2.0, създадено от O'Reilly Media (компания, занимаваща се основно с издателска дейност) през 2004 година. Тим О'Райли,

собственик на компанията и смятан за автор на термина уеб 2.0, определя седем основни принципа на новата глобална мрежа.

1. Интернет се възприема като платформа, което означава, че компютърните програми се доставят и използват в уеб среда.

2. С колективната интелигентност на масите О'Райли определя процесите по създаване на информация с многобройни автори. Примери за подобна масовост са уики енциклопедиите и платформи като Wunderground, която платформа, послужи за експериментално поле на настоящия проект.

3. Третият принцип в уеб 2.0 е извличането на информация от потребителите, с цел предлагане на по-добри интуитивни услуги – например целенасочена реклама.

4. Четвъртият принцип е свързан с края на обновяването на софтуера от страна на потребителите. Тъй като потребителите в уеб 2.0 се възползват от услуги, предоставяни от компании, именно те поемат задължението да обновяват софтуерното осигуряване на услугата, която предлагат.

5. Петият принцип е свързан с простотата на програмния код, което осигурява повече възможности за доработване и пригаждане към конкретни нужди. Опростени стандарти, които позволяват комбинация между различни системи.

6. Софтуер, който позволява интеграция на повече от едно устройство. Уеб 2.0 преодолява празнината между настолния компютър и мобилните устройства, позволявайки работа с едно и също съдържание от различни устройства.

7. Последният принцип е свързан с непрекъснатото обогатяване на преживяването на потребителя.

Точка 2 и 3 от споменатите специфики на Уеб 2.0 могат да бъдат пренебрегнати, защото в целия списък се усеща утопичност на идеята за интернет и еволюцията на мрежата. Но през последните пет години приоритетите в идеологията на мрежата се променят в посока извличане на информация от потребителите и продажбата ѝ на рекламодатели или държавни органи с цел определяне нагласите в обществото (настоящи и бъдещи), задоволяването му с продукти и дори манипулиране на мнения. Наблюдението върху поведението на потребителя в мрежата е следствие от очакваното „удобство“ за него и умело използвано за корпоративни и бизнес интереси, както и за политически и идеологически цели. Според Ш. Зубоф се установява „нов икономически ред“, наречен „надзорен капитализъм“. Създава се безпрецедентна форма на власт, белязана от екстремна концентрация на информация, свободна от демократичен надзор. Основните заплахи за съвременното общество се отнасят до контрол върху свързаността ни в дигиталната среда, в която се гарантира „сигурност“ и „печалба“, но се заличават основните ценности на демокрацията и свободата. Налице е опасност от бъдеще и социален ред, доминирани от пъ-

лен контрол и липса на съпротива от обществата и законите. „Дали и доколко са осъзнати тези процеси?“, „Готови ли сме да участваме в тях?“, „Разбираме ли опасността пред бъдещето?“ са някои от въпросите, които първоначално, без да бъдат заложили като цел на проекта, неизбежно бяха повдигнати в изследването. Продуктите и услугите на надзорния капитализъм не са обект на размяна на стойност. Те не установяват конструктивна реципрочност между производител и потребител. Вместо това те са „кукички“, които примамват потребителите в техните добивни операции, в които личните ни преживявания, генерираната информация се анализират и подготвят за целите на другите. Ние не сме „клиенти“ на надзорния капитализъм. Макар поговорката да ни казва: „Ако е безплатно, тогава вие сте продуктът“, това също е некоректно. Ние сме източникът на критично важния излишък за надзорния капитализъм: обектите на технологично напредналата и все по-неизбежна операция по добива на суровината. Действителните клиенти на надзорния капитализъм са предприятията, които търгуват на неговите пазари за бъдещо поведение¹.

Монетизирането е концепция за трансформиране на стоки или услуги в платежно средство. Успешните бизнес модели, които се основават и прилагат тази концепция се развиват в дигитална среда. Дигиталната трансформация на обществото във всички сфери води до създаването на големи масиви от данни, които имат потенциала да се превърнат в стока. През 2020 г. количеството налична цифрова информация се е увеличило от около 5 зетабайта през 2014 на 20 зетабайта². Събирането на данни, тяхното структуриране и анализ позволява да се изградят успешни стратегии за привличане на нови и нови клиенти при реализирането на различни бизнеси. Всички сме свидетели как рекламните послания, насочени към потребителите на социални мрежи и различни интернет платформи са в състояние да оказват значително влияние върху потребителя и същевременно да се превърнат в успешни бизнес решения за доставчиците на съдържание, стоки и услуги. Как работят тези модели, как се възприемат и разбират от потребителя, могат ли да се приложат и за различни некоемерсиални цели?

Големите информационни компании като Гугъл, Амазон, Мета и Майкрософт използват информационни бизнес модели за генериране на печалби, които модели пряко разчитат на клиентите на тези компании. Интересното е, че при осъществяване на тези печалби, не се разчита на преки търговски отношения между двете страни. Самите потребители стават „продукт“ – често става дума за информационен профил на купувач, като този „продукт“ се

¹ **Зубовф**, Шошана. *Епохата на надзорния капитализъм*. София: Дилок, 2022, 24-25 с.

² **Бойчева-Манолчева**, Майя *ICTalks #63 Свят от 64 зетабайта данни: За какво са ни толкова данни и има ли лимит интернет коментира редакторът Мария Динкова*. В: Dcgitalk by Капитал [онлайн]. Digitalks. 25 април 2021, 17:10. [Прегледан на 02.02.2022]. Достъпно от: https://digitalk.bg/mnenia/2021/04/25/4202932_63_sviat_ot_64_zetabaita_danni/

продава на трети страни – рекламодатели и др. Най-общо при този модел фирмата осигурява среда – социална мрежа и облачна услуга, която е безплатна за потребителя, но информацията, генерирана от него, се монетизира по преценка на корпорацията, т.е. потребителите стават неосъзнати работници за фирмите. Целта на проекта бе да изследва крайния участник във веригата търговец – потребител, като установи отношението му към въвлечането му в бизнес модел, експлоатиращ доброволното му участие на генератор на данни (стока) и монетизирането ѝ от търговеца. Изследването се фокусира върху система за събиране на метеорологични данни от доброволни участници в рамките на България – 292 броя към 15.05.2022 г. и над 350 към момента на приключване на проекта, т.е. непрекъснато нарастващи с 20% за половин година. Платформа наречена Wunderground използва своите потребители за набавяне на информация, която препродава като услуги на трети страни. Събирането и анализа на метеорологични данни е широко разпространена практика за технологията на BigData и прилагането им в управлението и развитието на множество дейности и бизнес начинания – от „умното“ управление на градовете до развитие на успешни туристически услуги например. Чрез платформата Wunderground е възможно локализирането на потребителите на услугата. Тази услуга даде възможност на екипа на проекта освен да анализира прилагания модел и обема на данните, също да проведе работа на терен, като изследва потребителите, причините и последствията от предоставянето безвъзмездно на собствени ресурси. Независимо от многото разработени научни трудове в областта на персоналните метеорологични станции, засега не са публикувани наблюдения върху потребителите като част от бизнес модели на корпорации, занимаващи се с обработка на данни и продажбата им. Изследването повдига редица допълнителни въпроси, свързани с етиката на взаимоотношенията, надеждността на информацията, алгоритмите за анализ на данни, възможността за прилагане на подобни модели в сфери извън бизнес ориентираните, психологията на потребителите и др., които представляват потенциален интерес за бъдещо изследване.

ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПРОЕКТНИТЕ ДЕЙНОСТИ

Дейност № 1. Анализ на документи, свързани със събирането и обработката на големи масиви информация и препродаването на същата на трети страни, както и със спецификите на надзорния капитализъм;

Дейност № 2. Идентифициране на модели за монетизация на информация въз основа на изследваните документи и разработване на методика за идентифициране на модели в обозрими мащаби с цел тяхното проучване.

Дейност № 2.1 Анализ на процеса на регистрация в метеорологична услуга от гледната точка на потребител и инсталиране на метеорологична станция.

Дейност № 3. Провеждане на онлайн наблюдение и деск рисърч за български метеорологични станции, локализиране на потребителите им и въвеждане в БД със специфични класификатори.

Дейност №4. Изработване на въпросник за провеждане на теренно проучване относно информираността на потребителите на метеорологични станции.

Дейност № 5. Идентифициране на собственици и провеждане на теренно изследване на потребителите от избран регион, определен от резултатите от Дейност № 3.

Дейност № 6. Анализ на резултатите от проведените интервюта.

Дейност № 7. Популяризиране на резултатите

ОБОБЩЕНИЕ НА ПОСТИГНАТИТЕ НАУЧНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОЕКТА.

Резултатите от извършените научноизследователски задачи за реализиране на горепосочените дейности са получени чрез използване на документален анализ и информационно издирване, преглед на научна литература, деск рисърч за установяване наличие на уеб-платформи и уеб-базирани приложения за метеорологична информация. Направеният преглед на информационните ресурси показва, че темата за събиране, анализ и препродаване на „излишъка“, генериран от онлайн услуги, заема важно място в различни публикации и онлайн документи, телевизионни и уеб предавания. В тях се очертават не само проблемните области на етиката в боравеното с лична информация, но също така се дефинират основните принципи за монетизиране на събраните данни. Така например: В книгата си „Епохата на надзорния капитализъм“ Шошана Зубоф стига до извода, че надзорният капитализъм действа чрез безпрецедентни асиметрии в знанието властта, която то дава. Надзорните капиталисти знаят всичко за нас, но техните операции са проектирани така, че да не ни бъдат известни. Те трупат огромни сфери на ново знание от нас, но не за нас. Те прогнозират нашето бъдеще в името на чужда, а не наша полза. Докато се позволява да процъфтяват надзорният капитализъм и неговите пазари за поведенчески фючърси, собствеността на новите средства за поведенческа модификация затъмняват собствеността на средствата за производство като избора на капиталистическото богатство и власт през XXI век³.

Всъщност още преди повече от две десетилетия американският икономист и социолог Джереми Рифкин стига до прозрението, че най-печелившият бизнес в съвременния свят вече не е трупането на собственост, а купуването на достъп до самата същност на човека⁴. Икономиката е насочила вниманието си към единствената останала независима сфера на човешката дейност – кул-

³ Зубоф, Шошана. *Епохата на надзорния капитализъм*. София: Дилок, 2022, с. 25

⁴ Рифкин, Джереми. *Епохата на достъпа*. София: Атика, 2001.

турата. Тя се е превърнала в центъра на един нов хиперкапитализъм, който търгува с достъп до културни преживявания. Осъществил се е преход към икономика на „преживяванията“ – свят, в който личният живот на всеки човек става търговски пазар, а човешките взаимоотношения се превръщат в стока. Според Рифкин големият въпрос е дали цивилизацията ще може да оцелее, при условие че главният посредник в човешкия живот е само търговската сфера⁵. Обществената ангажираност по въпросите на етиката в продажбата на лични данни е провокирана и в телевизионни предавания. Така през април 2022 г във вечерното шоу на Джон Оливър основна тема на предаването са т. нар. „Data brokers“⁶ и липсата на правила при събирането и препродажбата на лична информация⁶. Разглеждат се проблемите, възникващи при продажба на лични данни, които могат да доведат до застрашаване живота на защитени свидетели, жертви на домашно насилие и др. По подобен начин въз основа на прекомерната лична информация, споделена в интернет, бяха успешно осъществени дейности 3 и 5 от проекта.

Извършването на анализ на процеса на регистрация в метеорологична услуга от гледната точка на потребител се реализира чрез инсталиране на метеорологична станция, създаване на потребител, който да премине през процеса на регистрация в платформата Wunderground⁷. Данни в реално време, както и за период от време са достъпни на адрес: <https://www.wunderground.com/dashboard/pws/ISOFA572>

Процесът на регистрация предполага запознаването на потребителя с правилата и условията за ползване на услугата. От направения преглед и анализ на правилата изследователският екип стигна до заключението, че правата на потребителите са силно ограничени. Те дори не са третирани като клиенти, а по-скоро като работници без почти никакви права. Още в началото фирмата прави ясна уговорка, че си запазва правото едностранно да променя условията, като дори не се задължава да уведоми лично потребителя за направените промени чрез имейл, телефонно обаждане, писмо и др. Единственият поет ангажимент е информацията да бъде публикувана на сайта на системата: „Ние си запазваме правото да променяме тези Условия по всяко време чрез публикуване на Сайта“. Още по-шокиращ е фактът, че компанията има правото едностранно (въпреки че потребителят е инвестирал финансови средства в закупуването на станция) да прекрати услугата/договора: „Wunderground може незабавно да прекрати, временно спре или блокира вашия и на всеки потребител достъп до този сайт по всяко време по свое усмотрение.“ Подобно на много социални мрежи и Wunderground отказва да носи отговорност за достоверността на пуб-

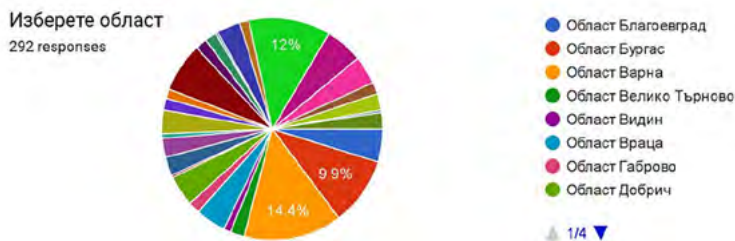
⁵ Пак там, с. 12–15.

⁶ **Data Brokers.** In: *Last Week Tonight with John Oliver* [online]. 11.04.2022. Available from: https://www.youtube.com/watch?v=wqn3gR1WTcA&ab_channel=LastWeekTonight

⁷ **WU Weather Underground** [online]. Available from: <https://www.wunderground.com/>

ликуваната информация: „Wunderground не следи съдържанието на цялата споделена информация двадесет и четири часа на ден и следователно не одобрява и не може да носи отговорност за уместността, точността или надеждността на каквато и да е споделена информация, направена от някой, различен от упълномощени служители на Wunderground и представители.“ Отношението между правата и задълженията на Wunderground и потребителите е обратнопропорционално: колкото повече права има системата, толкова по-малко са тези на клиентите. На потребителите е забранено да използват данните, генерирани от своите собствени станции: „Участникът не придобива и не притежава собственост, лиценз или друг имуществен интерес върху сайта или данните. По-конкретно, някои от данните на този сайт, включително всички данни, получени от персоналната метеорологична станция.“ Недоумение буди и забраната да се правят опити: „за получаване на достъп до поверителна информация, на която нямате право“, при положение че никъде не е уточнено каква информация се счита за поверителна. В контекста на настоящото изследване особено важно е следното условие: „Сайтът може да включва връзки и реклами към други уебсайтове, продукти или услуги.“ Популярността на сайта се гарантирана от броя на потребителите, които генерират съдържание и на тези, които се интересуват от пълнотата на същото. Това на свой ред генерира трафик, който определя цените на рекламните банери, които са част от сайта. С други думи, говорим за монетизация, базирана на активността на потребителите на сайта.

Екипът на проекта извърши преброяване и описване на всички метеорологични станции, регистрирани в платформата, инсталирани в рамките на Р България. Към 15 май 2022 г. бяха индексирани 292 броя станции. (фигура 1) Освен техния идентификационен номер, генериран от платформата, беше описана областта, в която се намират според административното разделение на страната, както и координати с линк към Гугъл карти за тяхното възможно „откриване“ в реалния свят. Това направи възможно идентифицирането на техните евентуални собственици⁸.



Фиг. 1. Диаграма с концентрация на метеорологични станции по области

⁸ Изработена е електронна таблица със събраната информация, която служи за БД на моментно състояние и разположение на метеорологични станции на територията на страната.

Изработената анкетна карта за провеждане на теренно проучване относно информираността на потребителите на метеорологични станции, включва 24 въпроса, разпределени в 4 тематични групи: демография; обща настройка към съвременните системи и правила за сигурност и охрана на обществения ред; информираност и поведение в интернет; конкретни въпроси, свързани с темата на проучването. Изборът на ареал за провеждане на интервюта е базиран на възможността да се локализируют метеорологични станции и техните собственици, а не на концентрацията им в даден регион. Спецификата на урбанистичната среда на гъсто населени региони като област София прави невъзможна локализацията на собственик на станция. Поради тази причина се определи регион, в който метеорологичните станции са поставени в дворове или върху еднофамилни къщи. Благодарение на предварителното им локализиране, чрез Гугъл карти екипът на проекта създаде маршрут от София до Добринище и съответно посети 9 обекта, като проведе интервюта със собствениците на метеорологичните станции.

Анализът на проведените интервюта със собственици на метеорологични станции, включени в Wunderground, позволява да се изведе следният социален профил на потребителя на тази услуга: мъж на средна възраст, с висше образование, който ползва ежедневно новите информационни технологии и интернет, както и редица онлайн услуги. Степента на познаване на социалните ефекти от технологиите, механизмите, чрез които функционират, бизнес моделите, които се използват от подобни на Wunderground системи, както и рисковете от злоупотреба с лични данни, е различна при интервюираните. Според нивото на познание в тази сфера респондентите биха могли да се разделят най-общо в две групи: 1. Хора, които не са запознати с бизнес модела, при който се продават лични данни на потребителите на трети страни. Като цяло те не са осведомени относно възможните злоупотреби с лична информация. Не изпитват никакви притеснения и загриженост относно възможността те самите да са жертва на подобни злоупотреби. Дори когато интервюиращият им подава информация за опасностите, това не предизвиква в респондентите особен интерес, въпроси или притеснение. Всъщност повечето от тях използват новите технологии и интернет, наслаждават се на възможностите, които те им предоставят, но остават „слепи“ за „тъмната страна“ на технологиите. Не се замислят върху социалния аспект на технологиите, начина, по който те променят обществото, икономиката, отношенията между хората. Отговорите на респондентите очертават профила на един краен потребител (end user), който активно ползва различни услуги в интернет, но не разбира начина, по който функционира цялата система. Напълно безкритично и наивно приема всякакви условия, без да поставя под съмнение намерението на доставчиците на услугите. За него не е притеснителен фактът, че се събира твърде много лична информация („Не, нямам никакви резерви към този начин на живот“)

и дори не подозира, че с нея може да се злоупотреби или най-малкото да се използва с цел печалба („Не знаех, че изкарват пари от участието ми в този проект. Но е интересно да го науча от Вас“). Не знаят какво представлява big data, нито за какво би могла да се използва. Не са запознати с правилата и условията за ползване на системата Wunderground. Всъщност на голяма част от въпросите отговарят с „не знам“, „не съм запознат/а“. Не ги притеснява фактът, че повечето от тези услуги са „безплатни“ за потребителя, а това би трябвало да породи въпроса от какво тогава печели доставчикът. Сред интервюираните имаше крайни случаи, при които служители от мениджърския състав дори не знаят за наличието на подобна станция на работното им място (например Пирин Голф Хотел & Спа).

2. По-интересна от изследователска гледна точка представлява втората група интервюирани. Тези респонденти са запознати с подобни бизнес модели, знаят за възможните рискове, но въпреки това доброволно дават своите данни и се включва в подобни системи: „По принцип социалните медии предоставят една огромна функционалност и огромно дисково пространство за данни, което няма логика да го правят от чист алтруизъм. Това е отдавна известен бизнес модел, че те продават реклами, продават лични данни за таргетиращи реклами, за навици на потребителите и т.н.“; „Ако имате предвид cyber security рискове, имам опасения. Защото тази станция си я включвам в домашната мрежа и малко или много е някакъв риск. Преценил съм, че е достатъчно малък.“; „Още отначало реших да споделя данните от устройството в платформата, защото това беше начин да ги консумирам. Тази платформа, която взех, няма дисплей и няма интерфейс, с който да може да се вижда в момента реалната информация от станцията. Единственият начин е да се сподели с някаква облачна услуга или пък да се ползва чрез компютър. Като цяло считам, че е съвсем ОК тези данни да бъдат достъпни за всеки, защото дават доста добра ситуационна увереност.“ В известна степен тук става въпрос за „информирано съгласие“ за възможните негативи, без обаче респондентите да си дават ясна сметка за възможните последици. Те живеят с разбирането, че държат ситуацията под контрол: „Ами в крайна сметка аз съм решил да се включа, мога във всеки един момент да се изключа от мрежата.“ Като че ли не се отчита фактът, че данните вече са подадени към системата и последващо изключване не нулира събраната информация. Подобно на първата група интервюирани, втората също не е запозната с правилата и условията за ползване на услугата: „Не, не съм запознат с условията за ползване. Както и не съм чел никога за никакъв софтуер, който съм ползвал.“ По притеснителното в случая е, че те са погрешно убедени, че платформата предварително изрично ги е осведомила как ще се използва събраната информация: „Платформата най-вероятно го е направила в Terms and conditions. Просто аз съм отказал да ги прочета. По-скоро съм сигурен, че ме е уведомила в Terms and conditions за начина, по който ще бъде използвана

информацията. Няма вариант да не е така.“ Всъщност в Правилата и условия за ползване на Wunderground никъде не е посочено за какво и как ще се използват събраните данни. В случая потребителите измамно се доверяват на фирмата – разчитат на нейната коректност, на етично отношение, но нямат ясни гаранции за това. На въпрос какво би ги отказало да ползват платформата, преобладаващият отговор е, че ще се оттеглят, ако услугата стане платена. В заключение можем да обобщим, че използването на услуги в замяна на генериране на „излишък“ от информация е работещ бизнес модел, който наподобява „брак по сметка“. Компромисите, които се приемат от потребителите на тези услуги са свързани с данни, които в социалните мрежи попадат по смисъл в графата „лични“ и привнесената истерия от ЕС и закона за личните данни измества фокуса от предоставяне на информация на платформи като Wunderground. Бизнес моделите предоставящи среда за безпроблемно използване на услуга в замяна на монетизиране „излишъка“ на информация е напълно работеща концепция, особено в рамките на държавата, като една от причините може да е незрялото отношение на населението към споделянето на информация, за сметка на „изгода“.

ЕФЕКТИ ОТ ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА ПРОЕКТА.

Представяне на резултатите на научни форуми и чрез публикация в научно списание.

2023 г.

**ТЕМА: „НЕПРОМЕНЯЩИЯТ СЕ ИМПЕРАТИВ ЗА ПРОМЯНА:
70 ГОДИНИ КАТЕДРА „БИБЛИОТЕКОЗНАНИЕ, НАУЧНА
ИНФОРМАЦИЯ И КУЛТУРНА ПОЛИТИКА“**

Ръководител: доц. д-р Илко Пенелов

Финансиране: Фонд научни изследвания на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, договор № 80-10-39/20.04.2023 г.

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ НА ПРОЕКТА

Макар и с променлива интензивност, теоретичният дебат за това как да изглежда висшето библиотечно-информационно образование в Софийския университет е натрупал вече своя история. Единственият въпрос, по който като че ли съществува консенсус в миналото и днес, е свързан с разбирането, че естественото място за преподаване на дисциплините от библиотечно-ин-

формационния цикъл е сред другите социални, хуманитарни и всички останали дисциплини и специалности в Университета. Като достойнство на този модел се изтъква възможността за подготовка на специалисти – референти в определена област на знанието, които владеят съвременните библиотечно-информационни технологии (Т. Боров, Т. Янакиева, Н. Шуманова и др.). Тази позиция, отстоявана в публикации през 50-те до 70-те години на миналия век, позволява да се избегне внедряването на съветския модел за подготовката на кадри с „универсален“ профил, изучаващи различни фундаментални дисциплини.

Възприетата референтна система позволява от средата на 60-те години да се разшири периметъра на преподавателската дейност, която вече обхваща и подготовката на кадри със специализация в областта на научната информация – необходими за създаващата се по онова време система от институции и звена. Използваният подход е да се интегрират в един учебен план традиционните и бързо развиващите се тогава нови информационни науки (Х. Кунце). Прави се опит и за интеграцията на специалисти в областта на научно-техническата информация, което засилва интердисциплинарния характер на учебните планове.

През 80-те години концепцията за висшето библиотечно образование се променя. В периода на късния социализъм библиотечните и информационните специалисти са разглеждани най-вече като „културно-просветни“ кадри и така се трасира пътя към интегрирането на катедрата в рамките на Центъра по културознание. В подготовката на студентите, наред със специализираните, изграждащи професионално мислене дисциплини, се включва изучаването на значителен брой хуманитарни такива.

През 90-те години висшето библиотечно образование се позиционира в структурата на Философския факултет на СУ. То вече се осмисля като подготовка на специалисти, които да отговорят на предизвикателствата, съпътстващи изграждането на модерно „информационно общество“ (А. Гергова, Т. Янакиева).

Бързото развитие през XXI в. не само на новите технологии, но и на каналите за комуникация чрез комутация (О. Харизанова), подновява дебата за подготовка на библиотечно-информационните специалисти с висше образование и му налага нови посоки, в които да се развива. От стратегическите решения, които се налага да бъдат взети сега, ще зависи доколко и в какви рамки ще продължи да съществува тази вече достолепна традиция.

Основната цел е да инициира разговор за бъдещето на библиотечно-информационното образование в СУ. Неговото отлагане може да доведе до задълбочаване на нежелани тенденции. Освен това той не може да бъде затворен само в средата на днешния състав от щатни и хонорувани преподаватели към катедра „БНИКП“. На първо място в него трябва да вземат участие

представители на другите два компонента от библиотечно-информационния сектор в нашата страна – работодателите и съсловната организация („Българската библиотечно-информационна асоциация“). На второ – специалисти от сродни направления във висшето образование – журналистика и масови комуникации, информационни системи, информационни технологии, компютърни науки и др.

Като втора цел следва да се определи извършването на детайлна рекапитулация на извършеното до момента, особено през последните десет години. През този период катедра „БНИКП“ преживява сериозна кадрова турбулентия и е в режим на смяна на преподавателския си състав. В подобна равностойност трябва да се наблегне не толкова на постиженията, колкото на пропуснатите възможности. Необходимо е да се анализира тенденцията все повече да намалява интереса към специалност „Библиотечно-информационни науки“ и колебливото развитие на новата бакалавърска програма „Публични информационни системи“. Едни от най-важните въпроси, на които трябва да се намери отговор, са свързани с привличането на нови преподаватели (щатни и хонорувани), запазване и повишаване качеството на образованието в условията на негативни демографски тенденции в страната и др. За пореден път следва да се поставят на разглеждане базовите съотношения, заложи в учебните планове – между теория и практика, между хуманитарни и технологични дисциплини, между задължителни и изборни програми и др.

Третата цел е да се обърне отново поглед и внимание върху личностите и събитията и да се и проследят и назад във времето. Споменатите по-горе годишнини са подходящия фон за припомняне на заслугите на колеги от преминалите поколения. Съсването на връзки и липсата на приемственост са хроничен проблем не само в катедра „БНИКП“, но поради профила ѝ, за нея той изглежда неоправдано нерешен.

ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ПРОЕКТНИТЕ ДЕЙНОСТИ

За изпълнение на проекта бяха планирани следните дейности:

Дейност № 1. Събиране и систематизиране на документацията, свързана с образователната и изследователската дейност на катедра „БНИКП“ в трите степени – бакалавър, магистър и доктор през последните 10 години;

Дейност № 2. Събиране и систематизиране на данни за дейността на чуждестранните партньори на катедра „БНИКП“;

Дейност № 3. Провеждане на кръгла маса по въпросите на библиотечно-информационното образование в СУ, с участие на колеги от страната;

Дейност № 4. Съставяне на сборник с материали, посветени на различни аспекти от съдбата на катедра „БНИКП“ и посоките за нейното бъдещо развитие.

Дейност № 5. Изработване на изложба (традиционна и електронна версия), посветена на 100-годишнината от началото на преподаването на библиотечно-информационни дисциплини в СУ „Св. Климент Охридски“, 70-годишнината от създаването на катедра „БНИКП“ и 30-годишнината от възстановяване на специалност „Библиотечно-информационни науки“ във Философски факултет.

Дейност № 6. Поставяне на основите на електронен архив с информация и документация, свързани с преподавателите (щатни и хонорувани) от първите две поколения.

ОБОБЩЕНИЕ НА ПОСТИГНАТИТЕ НАУЧНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОЕКТА.

По първа цел: дискусия върху бъдещето на библиотечно-информационното образование в Софийски университет.

На организираната през м. май научна сесия присъстваха както преподаватели по библиотечно-информационни науки, така и представители на Българската библиотечно-информационна асоциация и на работодателите в сектора. От представените доклади и направените презентации се очертаха няколко тенденции, които създават рамка за по-нататъшни действия и инициативи. Първата тенденция е свързана с бързо разширяващият се периметър на компютърните науки и влиянието им върху библиотечно-информационната практика. В направения преглед на световните тенденции (и най-вече европейските и североамериканските) в съвременното образование по БИН, се отбелязва постепенното загърбване на националните традиции и въвеждането на все повече учебни планове (или най-малкото отделни учебни програми) на бакалавърско или магистърско ниво, които от една страна са основани на новите информационни и комуникационни технологии, а от друга – създават умения за работа във все по-международна среда и се съобразяват с новите техники за обработка, предоставяне и използване на информация.

Втората тенденция е свързана с желанието на работодателите (изразено от ръководители на шест изследователски библиотеки – Университетска библиотека „Св. Климент Охридски“, Централна библиотека на БАН, Библиотека при Американския университет – Благоевград, Библиотека при НАТФИЗ „Кръстьо Сарафов“, Централна селскостопанска библиотека и Централна медицинска библиотека) да се подготвят професионални кадри, които освен да познават и да си служат с новите технологии, трябва да могат да са в състояние да подпомагат подобряването на цялостната ефективност в работата на институциите, в които постъпват. Те се солидаризират и с виждането на Българската библиотечно-информационна асоциация, че е необходим траен процес на стратегическа трансформация и модернизация на висшето образо-

вание по БИН, с цел постигане на конкурентно предимство в европейската и глобалната надпревара за знания, предприемачество, материален просперитет и духовен напредък на новите поколения.

Третата тенденция е обусловена от стремителното развитие на изкуствения интелект. Опасенията, че неговото прилагане в библиотечно-информационните процеси може да доведе до съкращаване на работещите в библиотеките и сродните на тях институции, са реални. Това особено би могло да се отрази в екипите на изследователските библиотеки, към които в най-голяма степен е насочена подготовката на студенти в катедра „БНИКП“ в Софийския университет. Тази тенденция продължава да се развива и следва да бъде анализирана текущо. Един оригинален поглед към нея представлява изложбата, подготвена от студенти под ръководството на гл. ас. д-р Петър Миладинов, която визуализира облика на библиотечни сгради, създадени в резултат от „диалога“ между студентите и изкуствения интелект.

По втора цел: преглед на извършеното през седемдесетте години от създаването на катедра „БНИКП“, с акцент върху последните десет години.

На първо място бяха анализирани съществуващите учебни планове от средата на 50-те до средата на 90-те години на миналия век. Основният извод е, че катедрата, както и поддържаните от нея образователни програми са многократно актуализирани, допълвани и основно преработвани в съответствие с промените настъпващи в сфери като култура, образование, наука и специфичните за тях форми на комуникация и преподаване на знания. Няма да е пресилено ако се формулира изводът, че промяната е най-постоянното състояние, в което досега е съществувало и се е провеждало библиотечно-информационното образование в СУ. Тя е най-осезателна при промени в състава на катедрата и особено във време на смяна на поколенията. Привличането на нови преподаватели е и в близко бъдеще ще остане приоритетна задача. По-детайлен анализ ще бъде публикуван, заедно с материалите от научната сесия.

По трета цел: припомняне заслугите на колеги преподаватели от предходните поколения.

В това направление беше положена основа за издирване и организиране на документация, свързана с работата на вече пенсионирани преподаватели. Най-солидни са събраните сведения за Тодор Боров, на когото са посветени и множество спомени, статии, архивистични проучвания и други публикации. Освен биографични и библиографски данни, както и събирането и копирането на оригинални документи за отделните личности, започнаха да се систематизират и сведения за водените от тях дисциплини. Беше изготвен първоначален списък на лицата, за които да започне създаването на индивидуални „досиета“. Ядрото в него са щатните преподаватели, между които са: Тодор Боров, Елена Кирова, Божана Троянова, Марин Василев, Искра Михайлова, Мария

Кайнарова, Любен Атанасов, Зорница Петкова, Татяна Янакиева, Майя Кирова, Нина Шуманова, Ани Гергова, Иван Евтимов, Симеон Недков, Красимир Петков, Александър Дейков, Дмитрий Варзоновцев, Александър Димчев, Борjana Христова, Анета Дончева. Работата се съчетава с поддръждането и описването на архива на катедра „БНИКП“, който до момента е съхраняван без да бъде архивистично обработен.

ЕФЕКТИ ОТ ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА ПРОЕКТА.

Саморефлексията е важен способ за поддръжането в актуално състояние на всяка научна и образователна институция или на отделно структурно звено от нея. Независимо, че това е текущо задължение на всеки преподавател и/или изследовател, работещ в подобна институция/структура/звено, то не винаги може да бъде индивидуално усилие. Натрупаните инерции често пъти противостоят на иновативното мислене и вземането на перспективни решения. Корпоративната природа на университетите още повече ги принуждават да се грижат за актуалния си имидж. В този ред на мисли резултатите от една организирана „интроспекция“ са в няколко посоки: стимулиране на публикационната активност, свързана с библиотечно-информационното образование в СУ, в Република България и дори разгледано в сравнителен план с други европейски страни; оптимизиране на съществуващите учебни планове и програми и разработване на нови; идентифициране на възможностите и създаване на нови партньорства в интерес на новоприеманите студенти в ОКС „бакалавър“ и „магистър“ и ОНС „доктор“.

Изразени в числа резултатите от реализирания проект са следните: 15 научни доклада и презентации, 1 сборник с научни публикации, 1 изложба, 20 архивни досиета на щатни преподаватели, работили между 1953 и 2023 г.