

## ИЗПОЛЗВАНЕ НА ИНФОРМАЦИЯТА ОТ СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ В ИНТЕРНЕТ. ВЪЗМОЖНОСТИ, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И ПРОБЛЕМИ

*Светлана Съйкова\**



1. Възникването на разнообразни социални мрежи - интернет общества, развитието на различни форми на комуникации (блогове, онлайн форуми, Facebook; MySpace, Twitter и други) и интензифицирането на размяната на информация между участниците в тях разкриват нови, неподозирани до неотдавна възможности за организиране, обобщение и анализи на произведената от това общуване информация.

През 2013 г., т.е. за по-малко от едно десетилетие от появата на Facebook, броят на участниците в него надхвърли един милиард души. Има основания да се мисли, че с подобни темпове се развиват и останалите форми на интернет общуването. Вероятно ще се появяват и други форми на социални мрежи в интернет. Не е трудно да се предвиди, че те ще се развиват интензивно и ще привличат все повече и повече хора, участващи активно в информационния обмен. Факт е, че информацията от този обмен се натрупва и актуализира непрекъснато. А мащабите, в които става това, имат немислими доскоро глобални измерения.

---

\* Проф. д.с.н., ръководител на Център за емпирични социални изследвания към Института за изследване на общества и знанието при БАН; e-mail: sseykova@gmail.com.

Върху тази основа вече се развива (при това с ускорени темпове) едно ново по същество направление на социалните емпирични изследвания, включително статистическите. И то със сигурност ще наложи търсенето на адекватна теория и методология. Наричат това явление нова социална технология, основана на т.нар. Groundswell<sup>1</sup> (GS). Накратко, Groundswell се отнася до засиления информационен обмен между участниците в социалните мрежи на интернет. Участниците в различните форми на интернет комуникациите споделят информация, която ги интересува. Търсят информация за онова, което се предлага в магазините, не само (и дори не толкова) от рекламите, колкото помежду си. Например за качествата - предимства или недостатъци, на една нова стока, предлагани цени на стоки и услуги. За да се ориентират за коя политическа сила да гласуват, хората все по-често дискутират чрез интернет програми, интервюта на лидерите, политически виждания и кампании. Интересуват се за мненията, оценките и отношението на другите, търсят съвети от тях. В резултат на това общуване се произвежда социална информация. Вече има основания да вярваме, че с това се създава нова информационна база. Тя може да бъде използвана за различни емпирични социални изследвания, вкл. статистически. Без да измества традиционните източници, тя по същество е нов информационен ресурс и предлага още една информационна база за научни социални изследвания.

2. Възможностите за научни изследвания, базирани върху тази информация, вече се оценяват и все по-активно се използват от бизнеса, масмедияте, а дори и за научни изследвания, насочени предимно към осветляване и решаване на различни проблеми на социалната практика. Направени са и първите стъпки за тяхното използване - преди всичко в маркетинговите изследвания, в информационното осигуряване на средствата за масова

---

<sup>1</sup> Groundswell - английски термин. За неговото специфично съдържание все още няма общоприета дефиниция. От речника на английските думи научаваме, че Groundswell е внезапно повишаване на обществените емоции за поддръжка и подкрепа на нещо (или напротив). Например поддръжка на една идея за промяна или на едно предложение за ново решение. Изобщо може да се каже, че Groundswell е социална информационна технология, при която хората използват интернет форми на комуникация, за да информират другите участници в мрежата и сами да се информират, както и да се съветват с тях по лични и обществени проблеми, да отправят призови за участие. Например по възникнала конкретна ситуация, за една политическа кауза, за обмен на идеи и други. В книгата „Marketing in the Groundswell” понятието Groundswell се определя като социална промяна (тенденция), в която хората използват социалните мрежи в интернет, за да се информират помежду си по даден въпрос.

информация, в политиката, в социологическите, културологичните и други емпирични изследвания и другаде.

**2.1.** Информационният обмен между хората в едно общество не е нещо ново. Той се предопределя от потребността на човека от социални контакти и е присъщ на общностите и обществата. Не е учудващо, че той е съпътствал хората от зората на цивилизацията. Споделената информация „от уста на уста“ (word of mouth) между близки, приятели, колеги и познати, дори непознати, е обичайно и добре известно явление с хилядолетна давност. Новото днес е във възможностите, които разкриха съвременните комуникационни технологии. Факт е, че интернет революционизира комуникациите между хората и светът наистина стана едно „голямо село“, в което новините се разпростират с немислима до неотдавна бързина. Комуникациите станаха по-достъпни, по-бързи, по-активни, много по-широко разпростиращи се.

В този невероятно разширен и изключително интензивен информационен обмен хората търсят отговори на интересуващи ги въпроси, споделят своите виждания, оценки, отношение, намерения, тревоги и съмнения. Търсят съмишленици и приятели. Намират в това и начини за забавление. Освен за лично ползване тази информация е огромен по мащаби и изключително разнообразен по съдържание ресурс, който може да бъде много полезен за научни и практически изследвания. И вече няма съмнение, че създаваната чрез социалните мрежи на интернет информация е по същество нова и изключително богата информационна база за социални емпирични изследвания. Тя предлага лесно достъпна и невероятно богата по съдържание информация.

**2.2.** В тази област днес се наблюдават революционни промени. В какво главно се изразяват те?

**Първо**, в броя на участниците в информационния обмен. Споменато бе, че само за едно десетилетие от появата на Facebook участниците в него отдавна надхвърлиха един милиард.

**Второ**, по бързина на разпространение на информацията социалните мрежи в интернет нямат равни на себе си. Когато през 2010 г. американски самолет кацна аварийно в река Хъдсън в Ню Йорк, първи за това събитие съобщиха участници в интернет мрежите.

**Трето**, в обхвата на тематиката - информационният обмен обхваща почти всички страни на живота - икономика, политика, култура и всички останали основни социални сфери, както и личното пространство на човека.

**Четвърто**, достъпът до този обмен е много евтин и изключително лесен за огромен брой потребители. Само като пример ще посоча, че от тази информация бизнесът и социалното управление вече получават много, при това безплатни оценки за дейността си, откриват идеи за полезни иновации, използват интернет мрежата за рекламни кампании, както и за обратна връзка със специфични групи потребители.

**Пето**, сериозността на последиците, които може да предизвиква информационният обмен в социалните мрежи. При раздумките в миналото между съседките една не на място казана дума можеше най-много да създаде интриги и да влоши отношенията между тях. Една неуместна дума или неоснователен слух в информационния обмен в интернет днес може да предизвика паника в цялото общество с далеч отиващи последици.

**Шесто**, по-рано информацията от съседските раздумки не предлагаше възможности за научни изследвания. И практически нямаше реална социална значимост. Днес тази информация се превръща в огромен ресурс за емпирични социални изследвания, както и за решаване на много задачи на обществото за: реклами на бизнеса; мобилизиране и енергизиране на гражданското общество; полезни социални инициативи; научни изследвания, насочени към решаване на значими социални проблеми и други. Но също и за промиване на мозъците на хората.

**Седмо**, предимствата на създавания чрез интернет общуването информационен ресурс са значителни. При маркетинговите изследвания (вкл. и рекламите) чрез социалните мрежи на интернет информацията е много по-евтина (често дори безплатна), много по-бърза, по-разнообразна и по-широкообхватна по съдържание. В известен смисъл тя формира ново качество на това съдържание.

С една дума, социалните мрежи в интернет получиха възможността за значително влияние и реална власт в обществото.

**2.3.** Едни от първите, които обърнаха поглед към този информационен ресурс, са големите корпорации - Microsoft, IBM, Procter&Gamble, Home Depot и други. И е ясно защо. Разходите, които компаниите правят за реклама и маркетингови изследвания в САЩ,

годишно надхвърлят 40 милиарда долара. Интернет общуването предлага възможности за икономии. В известен смисъл е и по-ефективен механизъм за реклама.

**2.4.** Вече е общоприета практиката в масмедията публиката да се отправя към Facebook, Twitter и други онлайн социални мрежи с две главни цели: да се предлага на интересуващите се допълнителна информация по дадената тема и на свой ред медиите да получават информация от зрители, слушатели, читатели чрез коментари, оценки, предложения, въпроси и други. Така медиите си осигуряват обратна връзка с публиката. До неотдавна тази богата възможност беше просто немислима.

**2.5.** Изключително полезно е, че интернет комуникациите започнаха все по-успешно да се противопоставят и коригират едностранчивото (понякога сериозно изкривено) осведомяване на обществото по важни социални, икономически и други въпроси и събития в страната и чужбина.

**3.** За да стане възможно използването на тази информация за целите на статистическото информационно осигуряване и на анализа, трябва да се изследват и решават множество теоретични, методологически и практико-приложни проблеми.

**3.1.** Логично е усилията по теоретичните и методологическите аспекти на статистическите изследвания, основани на информационния обмен в интернет, да се концентрират върху проблема как най-добре да се систематизира, анализира и използва тази информация за осветляване и решаване на социалнозначими научни и практически задачи. Без съмнение, тя ще се окаже извънредно полезна. Споменато бе, че става дума не само за богатството на информацията. За бързината, с която тя се получава, за това, че е много по-евтина, по-разнообразна и по-широко достъпна едва ли може да има спор. В определени случаи тя се оказва и с по-добро качество - когато питаме хората с традиционните въпросници (с предварително подготвени въпроси) е едно, а когато те свободно споделят мисли помежду си, е нещо съвсем друго. Присъщи на тази информация са непосредствеността, спонтанността, често по-голямата откровеност. Може да се допусне още, че почти всичко, за което си говорят и споделят помежду си хората в онлайн социалните мрежи, акумулира в себе си важна социална информация, която няма как да не интересува изследователите - статистици, социолози, политолози, специалисти по маркетинга и още много други. Никак не е изненадващо, че тя вече се налага като

изключително плодотворен ресурс за най-различни емпирични изследвания, включително статистически.

**3.2.** Може да се твърди, че базираните върху този ресурс изследвания не са едно и също с традиционно познатите ни анкетни изследвания, които по понятни причини са по-ограничени по мащаби и съдържание.

**3.3.** Потребностите от анализ на тази информация вероятно ще наложат да се развие една нова социална технология. Много от бъдещото ѝ съдържание е още неизвестно и непредвидимо. Вероятно в нея ще намерят място познатите ни подходи и методи, но се очаква и появата на много принципно нови. А развитието и прилагането ѝ в практиката съдържа в себе си обещание за взаимно обогатяване между тях и досегашните методологически постижения в статистическата наука и практика. Това важи и за всички други емпирични изследвания. С това се осигурява полезна информационна база за изследователите практически от всички области на социалната действителност.

**3.4.** Освен безспорните плюсове социалните мрежи в интернет имат и много минуси. „Facebook може да причини повече зло отколкото добро” - предупреждава Newsweek. И добавя: „Facebook ви наблюдава непрекъснато”. Няма гаранция, че при този информационен обмен няма да се появява (волно или неволно) и неавтентична информация, погрешна или дори откровено фалшифицирана. Следователно тук съществуват проблеми. За целите на научните изследвания те трябва да бъдат своевременно осветлявани и решавани.

Извън тази задача изследванията, базирани на интернет комуникациите, разкриват и други възможности. Преди всичко възможността да се влияе организирано и целенасочено върху съзнанието и поведението на хората. Влиянието може да бъде в съгласие с обществения интерес, но може да „работи” и против него. Връзката между информационния обмен в социалните мрежи на интернет и активността на гражданското общество е очевидна и не се нуждае от доказателства. Няма съмнение, че тя все повече ще се разширява и интензифицира. Едновременно с това този информационен ресурс може лесно да бъде използван за манипулиране на общественото мнение в определени насоки. А също и за енергизиране и активизиране на инициативи и дейности, които могат да носят не само ползи, но и вреди на обществото за сметка на нечии егоистични интереси. Ясно е, че в тази информация се очакват неволни грешки и - което е още по-опасно - преднамерено

изкривяване на информацията. Всичко това носи рискове за неверни изводи и обобщения и само по себе си крие сериозни проблеми. На тях няма да се спирам подробно. Те очевидно изискват специални изследвания.

4. Обсъждането на възможностите за използване на този информационен ресурс за развитие и обогатяване на статистическите изследвания е многообхватна тема. Нека най-напред се спра на въпроса **какво могат да очакват изследователите** от използването - обобщението, систематизацията и анализа - на информацията, произвеждана в социалните мрежи на интернет.

- Със сигурност от тази информация могат да се получават отговори на много въпроси, които интересуват изследователите от различните социални области. Например за отношението и оценките на различни социални групи в обществото за съществуващи ситуации: икономическата криза, дейността на управляващите, оценки за собственото им положение в даден момент, проблеми, които ги засягат, и други.

- Отговори на въпросите и проблемите, които вълнуват в даден момент голям процент от хората. Например доколко повишената безработица ги засяга лично, как чувстват тежестите на кризата, кои са приоритетните за тях проблеми, в каква степен са задоволени основните им потребности, как и къде виждат проблемите и още много други.

- Чрез анализа на информационните продукти от този обмен могат лесно и бързо да се улавят настъпили промени във вижданията на хората. На тази основа не е трудно да се правят оценки за онова, което се е променило, за посоката, скоростта и интензитета на промяната. Както и за степента и бързината, с която се реализира една промяна във вижданията и положението на различни обществени групи.

- Информацията в социалните мрежи на интернет се оказва отлична база за маркетингови изследвания, както и за провеждане на рекламни кампании сред участниците в социалните мрежи. Опитът на много от големите бизнес организации доказва това по безспорен начин.

- Могат да се получат оценки за вижданията и отношението на хората по дадена тема. Как те оценяват и приемат или не приемат различните управленски програми и решения за социални въздействия. Доколко в техните очи те са (или не са) нужни и

ефективни. Или как оценяват начина, по който управляващите решават важните за обществото проблеми.

- Изследователите могат да намират отговори на социални въпроси, които се оказват съществено важни в контекста на конкретните цели и задачи на даденото изследване, които те може би дори не са помисляли да поставят.

- В информационния обмен в социалните мрежи заинтересованите почти винаги могат да откриват полезни идеи (нови и не толкова нови) за социални, технически, технологични и други иновации. Например за по-добро и по-ефективно административно обслужване или за здравеопазването, образователната система, маркетинга, социалните взаимодействия между хората и други. Безспорна истина е, че идеите за иновации не са привилегия единствено на учените. Хората с различни професии, заети с различни дейности, знаят много за проблемите и тесните места, които съществуват точно в тяхната област. И мислейки за тях, не е трудно да откриват разумни и практични идеи как да се преодоляват. При това идеите можем да имаме много евтино, почти безплатно. И още нещо много важно - особено големи възможности за иновации се крият в проблема за спестяване на ресурси (материални, финансови, времеви, информационни), които невинаги изискват задълбочени и продължителни научни изследвания.

- Вслушвайки се внимателно в информационния обмен в социалните мрежи, по-лесно и своевременно можем да улавяме „кълновете на новото”. Или да получаваме по-бързи и ясни сигнали за онова, което хората не са готови да приемат. Или което е вече остаряло и ненужно на обществото и от което бързо трябва да се освобождаваме. Например един нов продукт, който не получава одобрението на потребителите. Или идеи и предложения как борбата срещу противообществените прояви да стане по-резултатна. Или как да се решават важните проблеми на обществото и много други.

- Съществуват добри възможности информационният обмен в интернет да ни разкрива значими обществени проблеми, за които съответните институции често не са наясно, не си дават сметка и съответно закъсняват с тяхното осветляване и решаване.

- Анализът на тази информация ще помага да откриваме „лидерите”, които оказват съществено (понякога дори решаващо) влияние върху мнението и поведението на участниците при онлайн дискусиите по повод на дадени проблеми или ситуации. С това могат да се разкриват възможности за по-ефективни управленски решения.



- Внимателното „прослушване“ на този информационен ресурс ще помага лесно и бързо да се улавят евентуални безпочвени слухове. Както е известно, те почти винаги играят ролята на механизъм за създаване на социални напрежения, всяват страх и паника сред населението. Да си припомним само преекспонираните очаквания за епидемия от свински грип. Или слухът, че водата във водопроводната мрежа на София била опасна за пиене<sup>2</sup>. За безконтролно предлаганите опасни „лекарства“, псевдополезни хранителни добавки и други. Своевременната информация за появата на неоснователни слухове или за „опасни лекарства“ ще подсказва необходимостта от предприемане на мерки за своевременно неутрализиране на подобни рискови ситуации.

- Чрез тази информация може да се разкриват опасни опити за заблуди на обществото по жизненоважни проблеми на обществения живот и за промиване на мозъци. Опити в това отношение не липсват и у нас, и в развитите страни. Може ли някой да убеждава сериозно обществеността, че жълтият прах, който неотдавна засипа неколккратно улиците и покривите в София, Пловдив и други населени места, бил природно явление - един вид безопасно - без и най-малък опит да се обоснове това голо твърдение?!

- Тази информация може да прави публично достойние скрити (най-често съмнителни) действия на управляващите групи. И по този начин да покаже на обществата успешен механизъм за контрол срещу непочтените действия на властващите групи.

- Изключително полезна може да се окаже информацията от социалните мрежи в интернет и при подготовката на въпросници за социологически, статистически и други емпирични изследвания - в разузнавателен порядък. По този начин в подготовката на най-важния инструмент на емпиричното изследване - въпросника - ще вземат участие повече хора. Това със сигурност ще бъде от полза за проектантите. Например да не пропуснат да включат в конкретния проект на изследването важни въпроси, които вълнуват хората.

- Социалните мрежи в интернет могат да се окажат полезен източник и на информация по различни „деликатни“ въпроси. Например за интимния живот на човека, за корупционните практики, за мащабите на разпространение на наркозависимостта сред

---

<sup>2</sup> На жителите на столицата не е известно дали у нас неоснователните предупреждения в интернет мрежата за „негодната“ вода на язовир „Искър“ са плод на случайна заблуда, или са били режисирани от заинтересовани.

различни групи от населението, за противообществените прояви и други. И с това да направят борбата срещу тях по-успешна.

- Чрез споделената информация общуващите в интернет мрежата могат да правят спонтанна или преднамерена реклама (или антиреклама) на стоки и услуги. Да влияят върху рейтинга на политически лидери, на институции, на бизнес организации, на агенции и други.

- Чрез този информационен обмен могат много бързо да се разпростират и да се активизират (енергизират) различни инициативи на гражданското общество. Нещо много важно, но понякога и опасно.

Обобщено изброените групи очаквания са представени на фиг. 1.

**Фиг. 1. Основни групи очаквания от използването на информацията, провеждана в социалните мрежи на интернет**



5. Ясно е обаче, че комуникациите в социалните мрежи в интернет предлагат не само предимства за провеждане на научни емпирични изследвания. В тях, без съмнение, се крият и рискове за накърняване на обществените и личните интереси на хората.

- Подобни рискове могат да възникват от неволни или напълно преднамерени действия на участници в този информационен обмен. Примери в това отношение бяха посочени. А вече има и много други. Преувеличени и дори измислени се оказаха тревогите с птичия грип, защото, както казва Н. Чомски, има оценки, че от него за последното десетилетие в света са починали около 76 души! Явно някой е бил заинтересован да пласира ваксината „Гамифлу“. За информационната кампания срещу свинския грип се появили сериозни съмнения, че е била чиста манипулация на населението. Мотивите за това са обясними. Могат да се посочат и много други примери.

- Става ясно, че по този начин социалните мрежи в интернет придобиват огромно влияние и реална власт. Те могат да подкрепят или да се противопоставят, да дискредитират и провалят намерения и действия, насочени към защита на обществен интерес. Да организират успешно лобиране в полза на лични или групови егоистични интереси. Вече споменах, че чрез социалните мрежи в интернет може да се манипулира общественото мнение, да се промиват мозъците на хората, да се вреди на обществен и личния интерес, да се създават напрежения с далеч отиващи и непредвидими по своите мащаби последствия. Свидетели сме на едно „ново оръжие“ - мрежите вече се използват и за организирана борба срещу недемократични режими. Но, както показва практиката, „износът на демокрация“ може да причинява хаос и разруха. Прецедентите в това отношение не са малко - и на българска почва, и в световен мащаб.

- Независимо дали става дума за неволни заблуди, или за целенасочена и преднамерена манипулация на общественото мнение, рисковете, за които говорим, не са илюзорни - те са напълно реални и имат потенциал да се превърнат в много опасни. По принцип са непредсказуеми и често със сериозни последици. Това налага задачата за търсене на механизми за действителен социален контрол срещу подобни рискове.

## 6. Потребност от научни изследвания на феномена „Groundswell“

Това ново явление следва да бъде обект на специални теоретични и методологически изследвания. Не само и дори не главно заради съдържащия се в него

потенциален риск от накърняване на интересите на обществото, а преди всичко за да се разкрият по-добре ползите за емпиричните изследвания, базирани върху тази информация, включително статистическите. Необходимо е да се осигури теоретичната основа, върху която те могат да се развиват успешно. Да се изгражда методологията на този нов тип социални изследвания - да се откриват и развиват подходи, методи и механизми за ефективно използване на богатия информационен ресурс. А също и да се осигури ефективна правна защита.

Не е възможно в ограничените рамки на изложението научните изследвания на този нов феномен да се представят в детайли, но поне могат да се предвидят основните насоки, в които да се ориентират. Накратко, те се отнасят до следното:

**6.1.** Преди всичко ясно се вижда необходимостта от развитие на теорията на тези нови по същество социални изследвания. Целта е да се осветлява теоретически пътят на емпиричните изследвания, основавани на информацията от интернет общуването. И тъй като в случая става дума за изграждане на теория за появил се отскоро принципно нов обект на социалната действителност, има основание да се говори за една почти напълно свободна изследователска ниша. Споменато бе, че досегашното използване на информацията от Groundswell се е развивало на базата на практическия усет на потребителите - главно от бизнеса и масмедииите. Така да се каже, досега това е ставало зад гърба на изследователите - с неизбежния при подобни случаи „епилогизъм”<sup>3</sup>. Тъкмо тук теоретичните изследвания могат и трябва да бъдат разгърнати във възможно най-широк план.

**6.2.** Практически в тях следва да присъстват всички проблеми, аспекти и елементи на бъдещата теория на разглеждания феномен. Става дума за изясняване на познавателните задачи, които могат да се решават на базата на този информационен ресурс. За моделиране на същността, съдържанието и спецификата на изследвания обект; за разкриване и описание на неговите форми и механизми на функциониране; за развитие на специфичния му понятиен апарат; за осветляване, дефиниране и разработване на основните елементи, съставляващи обекта; за класификации и систематизации на неговите компоненти; за изследване на взаимодействията на обекта и в частност - на факторната му

---

<sup>3</sup> Американският изследовател N. Taleb отбелязва в книгата си „The Black Swan” (2007:308), че епипологизмът се отнася до методи и подходи, свободни от теоретични и методологически обосновки. Той се основава главно върху опита от практиката.

обусловеност и последствията от неговото функциониране; за изследване на предимствата и ограниченията, по-общо на ефективността и ограниченията на този информационен ресурс; за оценки на възможностите му за провеждане на научни изследвания; за рисковете, които се съдържат в него; за необходимите механизми за социален контрол върху очакваните рискове; за организиране и управление на социалните емпирични изследвания, базирани върху тази информация, и още много други.

На фиг. 2 са представени обобщено основните групи проблеми, засягащи теорията.

Фиг. 2. Основни групи проблеми, засягащи теорията



**6.3.** Развитие на елементите на методологията, отнасяща се до изследването на този феномен. Накратко, задачите тук се отнасят до:

- Развитие и обогатяване на подходите и техниките за мониторинг на произвежданата в Groundswell информация - модели и обеми на извадки, честота на наблюдението, идентифициране и характеризирание на съвкупностите от единици, произвеждащи информацията, която ни интересува, и други.

- Развитие и обогатяване на методите и техниките за обработка, обобщение и анализ на тази информация, включително анализ на промяната, прогностични предвиждания, оценка на факторни влияния, международни сравнения и други. Вероятно ще се наложи разработването на специални софтуерни продукти за обработка и анализ за специфичните изследователски задачи. Ще се появи необходимост от нови методи за контрол върху достоверността на информацията. Осветляване ще изискват и критериите и методите за различните систематизации, за начините за подбор на нужната за различни цели информация и много други. Дори добре познатият метод на контент анализа, който тук вероятно ще играе значителна роля, ще трябва да се адаптира към спецификата на този информационен ресурс.

- Развитие на адекватни механизми за контрол срещу рискове от накърняване на обществените интереси - правни, нормативни и други. Или обратно - механизми за стимулиране на полезните инициативи на гражданското общество.

- Обосноваване на подходи, методи, организационни форми и други, чрез които при нужда да се активира информационният обмен по специални теми и проблеми, интересувачи изследователите от различните области на живота.

- Очаква се широкият диапазон и разностранните задачи и насоки на сравнителните изследвания и анализи също да поразжат специфични проблеми. Може само да се предполага, че те ще се окажат далеч по-сложни от и без това сложните проблеми при сравнителните изследвания в традиционните социални емпирични изследвания.

- Проблемът за осигуряване на съпоставимост и сравнимост на данните със сигурност ще се окаже далеч по-сериозен и по-труден за преодоляване. Без съмнение, неговото решаване също ще изисква значителни изследователски усилия. Само като пример ще посоча, че липсата на информация за социодемографските характеристики на част от участниците (или на всички) в информационния обмен на социалните мрежи ще



направи по принцип трудно осъществима идентификацията на съвкупностите от различни групи участници в тях. Труден ще бъде детайлизираният анализ на социодемографската структура, както и на различните виждания, характерни за различни целеви групи в изследваните съвкупности. Вероятно една от плодотворните насоки за търсене на решения на този проблем би била комбинираното използване на двата типа емпирични социални изследвания и тяхното взаимно допълване. Става дума за традиционните емпирични изследвания и за тези, основани на информация от социалните мрежи в интернет.

- Проблемите, засягащи контрола върху рисковете за грешки и тяхното измерване, са не по-малко сериозни и сложни за решаване. Както при статистическите изследвания на НСИ, контролът върху грешките би следвало да включва всички етапи - от проектиране на изследването, през грешките при регистриране на първичните данни, през обработката, анализа и тълкуването на резултатите. Със сигурност сериозни акценти следва да се поставят върху грешките, породени от недостатъци на въпросника при подбора и регистрацията на първичните данни от мрежата.

При пасивната стратегия, отнасяща се до мониторинга на информационния обмен между участниците в спонтанно създаваните мрежи, информацията е вече регистрирана. Следователно грешките на регистрацията са предетерминирани от осъществения вече обмен. Затова на изследвателя не остава много място за превантивен контрол. Но от това не следва, че не може и не трябва да се прилага последващ контрол. Очевидна е и потребността от използване на косвени методи за оценки на грешките (волни или неволни) в регистрирането на информацията.

- За отбелязване е още, че от всички компоненти на грешката най-малък изглежда проблемът с контрола върху стохастичния компонент - когато и доколкото могат да се формират представителни извадки. Преди всичко защото тук възможностите за прилагане на модели на стохастични извадки са значително стеснени<sup>4</sup>. И поради обстоятелството, че методологическите проблеми са относително по-добре осветлени. Налице са и методи и техники не само за тяхното измерване, но и за осигуряване (с оглед целите на изследването) на толерируем размер на грешките.

---

<sup>4</sup> Главно поради факта, че е трудно да се дефинират генерални съвкупности, от които се излъчват представителни извадки.

- По-общо може да се каже, че при изследванията, основани на информация от социалните мрежи в интернет, се нуждаем от осветляване и решаване на проблемите и трудностите при тяхното **проектиране, организация и реализиране** в практиката - една безбрежна вселена от методологически проблеми. Иначе казано, тук изследователските усилия трябва да се насочат към изграждане на теорията и методологията на проектирането, реализирането и управлението на този нов тип емпирични статистически и други социални изследвания.

- При всичко това трябва да си даваме сметка за огромните евристични заряди за търсене на идеи за внедряване на полезни иновации в тази перспективна технология на емпирични социални изследвания. За да търсим по-успешно новите решения.

- Проблемът за развитие и прилагане на механизми за социален контрол върху рисковете, свързани с накърняване на интересите на обществото при свободния информационен обмен между участниците в мрежата. Той е изключително сложен и още по-труден за решаване. Този проблем не е обект на подробно обсъждане тук.

Задачите по развитие на елементите на методологията, отнасяща се до изследването на Groundswell, са представени на фиг. 3.

Фиг. 3. Основни групи проблеми, засягащи методологията на Groundswell



7. Явлението „Groundswell” не се отнася само до принципно новата база за социални емпирични изследвания. Неговото влияние отива далеч отвъд тях. Groundswell има поне още четири други функции (задачи), чието успешно решаване може да оказва осезаемо влияние върху живота на обществото. Накратко, те се отнасят до следното:

7.1. Неговото влияние върху общественото мнение.

7.2. Ролята му в рекламата на стоки и услуги или обратно - за излъчването на негативна реклама.

7.3. Разширяването и взаимното обогатяване на интернет комуникациите.

7.4. Издигане на идеи и активиране на гражданското общество за организиране и провеждане на различни полезни инициативи и дейности и други. За да си представим как става това на практика, ще трябва да се спрем на съществуващите вече стратегии за „слушане” на явлението „Groundswell”. Засега те са главно две и се свеждат до следното:

**Първо**, чрез мониторинг върху информационния обмен в социалните мрежи. Фирмите, предлагащи дадени стоки, могат да следят в интернет реакцията на потребителите, за да се информират как се приемат предлаганите продукти, какво харесват или не харесват клиентите в тях, какви оценки им дават. Дали са склонни да ги препоръчват и на други потребители, или напротив - да подават сигнали за евентуално лошо качество на стоките, услугите, обслужването на гражданите и други. Политическите лидери могат да следят реакциите на хората към провежданите предизборни кампании. Върху тази основа те могат да внасят своевременни промени в политическите си платформи и в борбата за спечелване на избирателите. Управляващите могат да се информират как се приемат и оценяват техните програми за социални въздействия и други решения и действия. Например какво е отношението на хората към правителствената политика по отношение на икономиката, образованието, науката, здравеопазването, социалните грижи и други.

Но описваната стратегия е повече или по-малко пасивна. Тя подбира, анализира, обобщава и използва информацията от социалните мрежи в интернет такава, каквато е - без да прави опити да се намесва и да активира или въздейства върху нейното производство.

**Второ**, чрез формиране на специални групи (мрежи или общества) в интернет. Основната цел на подобни групи е да се дискутират проблеми, въпроси и теми,

интересуващи изследователите. При това се правят опити за целенасочено разширяване и активиране (енергизиране) на съответния информационен обмен. Групите могат да бъдат формирани така, че да съответстват на специфичните изследователски цели и задачи. Например групи от потребители на даден продукт, от представители на професионални, социодемографски, по интереси и други общества.

Както се вижда, това е активна стратегия. Тук изследователите съдействат активно за увеличаване и насочване на информационния обмен, за включването на повече участници, за стимулиране и направляване на разговорите в определена насока. В тези групи разговорите могат да се организират тъкмо около въпросите, които интересуват изследователите, управляващите, политиците и други. За целта се включват и модератори. Разговорите в интернет в този случай по съдържание ще се окажат много близки до фокус-груповите сеанси. При това с по-голяма продължителност във времето, с възможности за по-широк кръг участници в тях и за значително увеличаване на обема и разнообразието на произведената информация. Тъкмо тук Националният статистически институт, а защо не и катедрите по статистика към университетите и изследователските институти, могат да обмислят и решат по какъв начин и с какви средства могат да активират обратната връзка с потребителите на статистически данни, което със сигурност ще донесе ползи и за двете страни - производителите и потребителите на статистически данни.

Резултатното използване на специално формираните групи също предполага развитието на подходи, методи и организационни форми за тяхното функциониране, методи (по-общо системи) за контрол върху тази дейност и други.

Накрая трябва да се отбележи още един важен момент. По своя характер информацията от Groundswell стои по-близо до философските концепции на феноменологията и етнометодологията. Това определя и границите на познавателните ѝ възможности. В бъдеще може да се очаква успешното ѝ съчетаване със стохастичния подход - главно при анализа на информацията. Иначе казано, ефективността при използването на информационния ресурс от социалните мрежи може да се повиши значително, когато се съчетава с т.нар. количествени методи в социалните емпирични изследвания.

Изрично трябва да се подчертае, че при цялото си богатство този ресурс не може в никакъв случай да измести или да отпрати в миналото другите традиционни подходи и

методи, прилагани в социалните емпирични изследвания. Бъдещето им е в тяхното целесъобразно съчетаване.

### **Няколко важни извода**

- Информационният обмен (Groundswell) създава емпирична информация, полезна за много СЕИ. Едновременно с това той се превръща все повече в действителен механизъм за влияние в обществото. Това влияние става с неподозирани бързи темпове и може да бъде както положително, така и отрицателно. Следователно процесите, които се развиват в него, се нуждаят от внимание и в определена степен от управление и социален контрол.

- Емпиричните социални изследвания, базирани на информационния обмен в интернет, формират едно ново научно направление, в което се съдържат нови възможности за развитие на научните анализи.

- Много са обаче неосветлените и нерешените проблеми, свързани със социалните изследвания, основани на информация от Groundswell, които засягат теорията, методологията и организацията им. И са сериозно предизвикателство за изследователите от всички социални области. Те бяха обсъждани подробно в текста. Тук искам да добавя още нещо: на статистиките ще им се наложи да се обърнат и към непредставителните извадки. И с оглед на ограничените възможности за формиране на представителни извадки да изследват целенасочено познавателните им възможности и ограничения.

- Засега към социалните изследвания проявяват засилен интерес главно изследователи и практически дейци от областта на маркетинга и масмедията. Но и интересът към тях в такива области като социология, психология, право, социално управление и др. ще се засилва с ускорени темпове.

- Бързината, с която се развива информационният обмен в интернет и се натрупва информационният ресурс, налагат бързина и интензивност на изследване и решаване на съществуващите проблеми.

## **ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА:**

**Съйкова, Св.** (2011). Емпирични социални изследвания, базирани на информация от социалните мрежи в Интернет. В: Комуникации, информационни технологии и статистика. Актуални проблеми на теорията и практиката. Университетско издателство „Стопанство”, С.

**Съйкова, Св., Ат. Атанасов, Е. Ченгелова** (2014). Социалните емпирични изследвания. Методологически аспекти. Академично издателство „Проф. М. Дринов”, С.

**Ester Macri, Cristiano Tessitore** (2012). The Use of Twitter for Social Research. В: Изследователски методи и технологии в икономическите и социалните науки. Университетско издателство „Паисий Хилендарски”, Пловдив.

**Josh Bernoff, Ted Schadler** (2010). Empowered: unleash your employees, energize your customers, and transform your business. Harvard Business Press, USA.

**Li, Ch., Josh Bernoff** (2008). Groundswell. Arlington, MA, USA.

**Li, Ch., Josh Bernoff** (2009). Marketing in the Groundswell. Harvard Business Press, USA.

**Taleb, N.** (2007). The Black Swan. Random House Publishing Group, N.Y., USA.