

Дигитално грамотни ли са родените в дигиталната епоха деца?

НАЦИОНАЛНО ПРЕДСТАВИТЕЛНО ИЗСЛЕДВАНЕ „ДЕЦАТА НА
БЪЛГАРИЯ ОНЛАЙН“, 2016

ПЕТЪР КЪНЧЕВ

ЕМАНУИЛ ГЕОРГИЕВ, МАРКО ХАЙДИНЯК, ГЕОРГИ АПОСТОЛОВ

Съдържание

Въведение	2	Синтез.....	21
Контекст.....	2	Авторски права	22
Този доклад	2	Програмиране.....	22
Нужда от предпазливост.....	3	Безопасност	23
Достъп до интернет	4	Предпазване на устройства.....	23
Модели за дигитална и медийна		Предпазване на лични данни.....	24
грамотност	5	Здраве и благосъстояние	25
Информационна грамотност	6	Решаване на проблеми	26
Търсене.....	6	Решаване на технически проблеми	26
Оценка.....	8	Идентифициране на технологични нужди	27
Управление	9	Творчество	28
Комуникация и сътрудничество	10	Самооценка на дигитална компетентност	28
Взаимодействие и споделяне	10	Заклучение и препоръки	29
Гражданска активност	12	Пет дигитално-медийни дефицита.....	29
Сътрудничество.....	13	Публичният сектор и бизнеса.....	30
Нетикет	15	Образование и училища	31
Управление на дигитална идентичност	16	Родителите	32
Създаване на дигитално съдържание	19	Приложение 1: Методология	34
Създаване	19	Библиография	36

Въведение

Контекст

През 2001 г. Марк Пенски формулира израза “digital natives” (прев. родени в дигиталната епоха), описвайки новите поколения, които израстват с компютри и интернет от ранна детска възраст и разграничавайки ги от по-старите поколения, или „дигиталните имигранти“ (Pensky, 2001). Този израз слага началото на дълъг дебат по повод на твърденията на Пенски, че поколенията, родени в дигиталната епоха, мислят и преработват информация по различен начин от „дигиталните имигранти“ и че са необходими фундаментални промени в образователната система, за да се отговори на нуждите на новите поколения (Bennet et al., 2008). В този дебат обаче често се пропуска нещо много важно – това, че човек е роден в дигиталната епоха, не го прави автоматично дигитално грамотен.

Независимо дали днешните деца мислят различно или не, факт е, че те са активни интернет потребители още на осемгодишна възраст. (Common Sense Media, 2013). Дейностите, които извършват онлайн, са толкова разнообразни и почти толкова чести колкото дейностите им офлайн, включително социализация, учене и игра. (Livingstone, 2011). Тези дигитални преживявания могат да бъдат и вредни за децата (напр. ранна сексуализация, сексуален тормоз, онлайн тормоз, дискриминационно поведение и др.), но могат да бъдат и полезни (напр. личностно развитие, сътрудничество, дигитално гражданство и др.) (Livingstone, 2011). Въпреки че днешните деца са родени в дигиталната епоха, много от тях не разполагат с необходимите умения да

избягват рисковете и да се възползват от възможностите на интернет (Livingstone, 2011). Следователно е от изключителна важност управлението, бизнесът, училищата и родителите да овластят родените в дигиталната епоха деца, така че те не само да говорят „дигиталния език“, но и да го използват грамотно и критично.

Проектът „Децата на ЕС онлайн“ предприе важна стъпка в тази посока, създавайки международна мрежа за изследване поведението на децата в интернет. (Livingstone, 2011). През 2010 г. мрежата проведе проучване с 25,142 деца между 9 и 17 г. в 25 европейски държави, включително България, с цел изследване на рисковете и възможностите, пред които са изправени европейските деца онлайн (Livingstone, 2011). На база на резултатите бяха отправени следните препоръки към ангажираните страни: 1. Правителствата и бизнесът трябва да си сътрудничат за предоставяне на адекватни мерки за сигурност в интернет и за създаване на позитивно онлайн съдържание; 2. Образователните системи трябва да включват програми за развиване на дигитални умения, умения за безопасно използване на интернет и умения за креативно използване на интернет в учебното съдържание; 3. Родителите трябва да развиват умения за самоконтрол у децата си и открито да разговарят с тях за рисковете и възможностите в интернет (Livingstone, 2011).

Този доклад

Като част от продължителната дейност на „Децата на ЕС онлайн“, българският Център за безопасен интернет, координиран от фондация „Приложни изследвания и комуникация“, проведе национално представително изследване за

поведението на българските деца в интернет през последната четвърт на 2016 г. (методологията на изследването е описана в Приложение 1). Резултатите са представени в три доклада с различен фокус. Два от докладите разглеждат съответно рисковете в интернет и действията от страна на родителите за предпазване на децата. **Целта на настоящия доклад е да анализира дигитално-медийната грамотност на българските деца, като изследва поведението им в интернет и използването на информационни технологии от тях.** Докладът използва резултатите от националното представително изследване от 2016 г. и ги сравнява с данните от 2010 г., където е приложимо.

Дигитално-медийната грамотност е ключова предпоставка за защита правата на децата и за повишаване на гражданската им активност (Committee on the Rights of The Child, 2014; Hobbs, 2010). Комисията „Knight“ и Аспенският институт дават 15 препоръки за ефективно демократично гражданство, една от които е развиването на дигитално-медийна грамотност от ранна детска възраст (Hobbs, 2010). През 2014 г. Комитетът по правата на детето на ООН стигна до решение, че всяка държава членка има отговорност да включи дигиталната грамотност в учебното съдържание (Committee on the Rights of The Child, 2014). Според Комитета дигиталната грамотност не трябва да е „ограничена до техническа компетентност, а трябва да включва осъзнаване на етични принципи и ценности и да учи децата да се държат отговорно, когато си взаимодействат онлайн и да реагират на рисковете в мрежата адекватно

и безопасно (социална грамотност)" (Committee on the Rights of The Child, 2014).

Резултатите и заключенията на този доклад могат да бъдат от помощ за Министерството на образованието и науката за покриване на тези стандарти. До този момент стратегията на министерството основно е фокусирана върху достъпа до технологии в училищата и не толкова върху развиване на необходимите умения за боравене с тези технологии у учениците. Чрез анализ на поведението на българските деца онлайн през призмата на конкретни елементи на дигиталната и медийна грамотност този доклад може да послужи за база за обновяване на учебното съдържание с фокус върху ключови области, в които децата имат нужда от подкрепа и насоки.

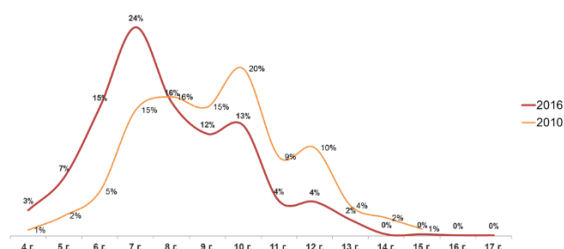
Нужда от предпазливост

Националното представително изследване, проведено през 2016 г., е социологичен проект с основна цел проучване поведението на българските деца в интернет; **дизайнът на изследването не включва диагностициране на дигитално-медийните умения на децата.** Заключенията в този доклад до голяма степен се основават на самооценката на децата за техните дигитални и медийни умения. Тези данни са анализирани паралелно с дейностите на децата онлайн, за да се потърси взаимовръзката между това, което децата казват, че могат да правят, и това, което всъщност правят в интернет. Тези ограничения на анализа трябва да бъдат взети предвид при интерпретиране данните от изследването.

Достъп до интернет

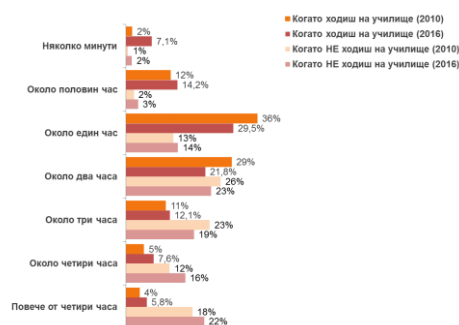
Преди анализа на дигитално-медийната грамотност на българските деца би било полезно да се разгледат тенденциите в достъпа до интернет. **Първо, средната възраст, на която те започват да използват интернет, е паднала от 9 г. през 2010 г. (Livingstone, 2011) на 8 г. през 2016 г.** Както се вижда на Фигура 1, те най-често влизат в онлайн света за пръв път на около **7 години, което е с 3 години по-рано отколкото през 2010 г.**

Фигура 1 На колко години беше, когато за пръв път използва интернет?



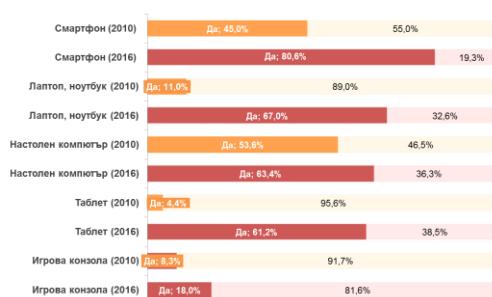
Още една важна тенденция е честотата на използване на интернет от българските деца. **Около 97% от тях са активни интернет потребители, което е голям скок спрямо 81% през 2010 г.** Процентът деца, **използващи интернет всеки ден, е скочил от 83% през 2010 г. на 93% през 2016г.** Освен това българските деца влизат онлайн все по-често както в учебни, така и в неучебни дни (Фигура 2).

Фигура 2 Приблизително колко време използваш Интернет в дните, когато:



Има и драстична промяна във вида на устройствата, чрез които те влизат в интернет. Фигура 2 показва, че **има ръст в използването на всички устройства спрямо 2010 г., но най-значително увеличение се наблюдава при лаптопи (56%), смартфони (35%) и таблети (57%).**

Фигура 3 Влизаш ли онлайн / използваш ли интернет чрез всяко от следните устройства?



Тези тенденции водят до заключението, че българските деца влизат в интернет по-рано от всякога, използват интернет по-често от всякога и са по-мобилни интернет потребители от всякога. Ако твърденията на Пенски за поколенията, родени в дигиталната епоха, са верни, то те са по-валидни за днешните български деца, отколкото когато и да било в историята на дигиталните технологии. Оттук нататък този доклад ще се опита да отговори на въпроса дали това завишено използване на интернет и информационни технологии е достатъчно за развиване на дигитално-медийната грамотност на българските деца.

Модели за дигитална и медийна грамотност

Този доклад използва Рамката за дигитална компетентност ДигКомп на ЕС (DigComp) като отправна точка за анализиране дигиталната грамотност на българските деца (Vourikari et al., 2016). Моделът е описан във Фигура 4. ДигКомп има пет **области на компетентност**: „информационна грамотност“, „комуникация и сътрудничество“, „създаване на дигитално съдържание“, „безопасност“ и „решаване на проблеми“. Всяка област на компетентност съдържа съответни **специфични „подкомпетентности“**, като за целия модел те са общо 21. Моделът ДигКомп беше

съчетан с Модела за дигитална грамотност на Европейската асоциация на зрителите (EAVI – European Commission, 2011). Специфичните компетентности, които съвпадат в двата модела и са валидни както за дигитална, така и за медийна грамотност, са маркирани в жълто на Фигура 4, а компетентностите, които са валидни само за дигитална грамотност, са маркирани в синьо. Това цветово обозначение е използвано в целия доклад. В следващите секции на доклада дигитално-медийната грамотност на българските деца ще бъде анализирана на база на областите на компетентност от ДигКомп.

Фигура 4 Дигиталната грамотност по дефиницията на ДигКомп (Vourikari et al., 2016), съчетана с Модела за дигитална грамотност (EAVI – European Commission, 2011)¹



¹ Връзката между използването на информационни технологии и околна среда е извън обсега на този доклад и съответната тема на компетентност е изключена от анализа.

Информационна грамотност

Може да се каже, че „информационната грамотност“ и „комуникацията и сътрудничеството“ са областите на компетентност, които стоят в основата на ДигКомп. Докато първата област е необходима за успешното използване на данни и информация във всякакъв дигитален контекст, втората област е ключова за конструктивна социална активност в дигитална среда. Областта „информационна грамотност“ включва **търсене, оценка и управление на данни, информация и дигитално съдържание**.

Търсене

Дигитално-медийна грамотност

Информационна грамотност

Търсене

Дефиниция: „**Формулиране на информационни нужди, търсене на данни, информация и съдържание в дигитална среда, достъп до и използване на дигитални среди. Създаване и обновяване на лични стратегии за търсене.**“ (Vourikari et al., 2016)

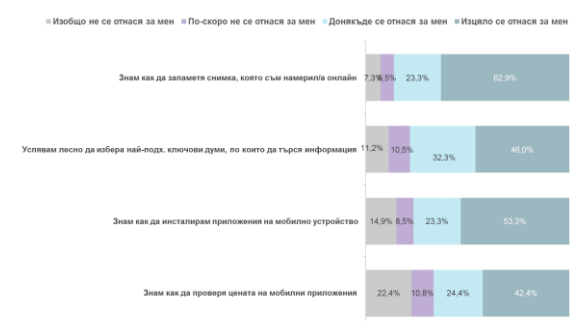
Използвайки горната дефиниция, тази секция ще се опита да отговори на следните два въпроса:

- 1) Могат ли българските деца да формулират информационните си нужди?**
- 2) Имат ли те ефективни стратегии за търсене, които да задоволяват тези нужди?**

Фигура 5 показва самооценката на българските деца за четири техни умения,

свързани с компетентността им да търсят информация в интернет. Почти **80% от българските деца се чувстват сигурни в умението си да използват подходящи ключови думи за търсене на информация**. Повече от 85% от тях твърдят, че могат да запаметят снимка, която са намерили в интернет. Това може да не е най-трудното умение от изброените, но е важна предпоставка за управление на медийно съдържание. Важно е да се отбележи, че българските деца се адаптират добре към мобилните технологии – около 75% от тях твърдят, че могат да инсталират приложения на телефоните си, а повече от 65% казват, че знаят как да проверят цените на мобилни приложения. Последното е от изключителна важност за финансовата им безопасност онлайн.

Фигура 5 Доколко всяко от следните неща се отнася до теб или не?



Както бе посочено във въведението на доклада, самооценката не е най-надеждният метод за диагностициране нива на компетентност. Следователно би било интересно да се види дали поведението на българските деца в интернет може да помогне за анализиране на уменията им да формулират информационните си нужди и да използват ефективни стратегии за търсене. Що се отнася до информационни нужди, само 3.6% от децата не са съгласни, че в интернет има подходящи неща за тяхната възраст. Няма голяма промяна от 4.2% през 2010 г.

(Livingstone, 2011). Фигура 6 показва седемте най-полезни неща онлайн според децата: игри (43.8%), училищна подготовка (22.4%), музика (15.5%), филми (12.9%), информационни сайтове (11.7%), социални мрежи (10.8%) и сайтове за видео съдържание (10.1%).

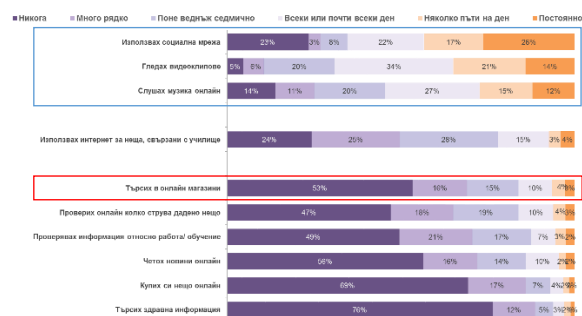
Фигура 6 Какви неща в интернет смяташ, че са подходящи за деца на твоята възраст?



Съвпада ли тази йерархия с дейностите им в интернет? В някои случаи - да. **Когато са онлайн, българските деца най-често използват социални мрежи, гледат клипове, слушат музика и играят на игри** (Фигура 7), което съвпада с информационните им нужди от Фигура 6.

Фигура 7 обаче демонстрира важно разминаване между информационните нужди на децата и дейностите им онлайн. Въпреки че те определят учебните дейности в интернет **като второто най-полезно нещо онлайн за деца на тяхната възраст, всъщност е по-вероятно да се занимават с 11 други дейности в мрежата, отколкото да учат онлайн.** 24% от тях не са използвали интернет за учебни цели през последния месец, а само около половината са го правили **поне веднъж седмично** (Фигура 7). Седмичната им ангажираност с трите най-често извършвани дейности от Фигура 7 е далеч по-висока: влизане в социални мрежи (73%), гледане на видео клипове (89%) и слушане на музика (86%).

Фигура 7 През последния месец колко често си правил(а) всяко от следните неща онлайн?



Дори по притеснителен е фактът, че **през 2010 г. процентът на децата, използвали интернет за училищни цели поне веднъж седмично, е бил 53%** (Livingstone, 2011). Тъй като българските деца ползват интернет от значително по-ранна възраст и значително по-често отколкото преди шест години, този застои в употребата на интернет за учебни цели би трябвало да е червен сигнал за образователната система, особено имайки предвид, че децата по принцип са наясно с полезността на учебните дейности онлайн.

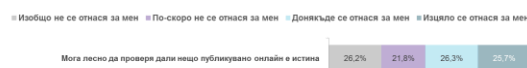
Фигура 7 съдържа допълнителна информация за моделите на търсене в интернет на българските деца. Около половината от тях **никога не са посещавали онлайн магазини** (69% никога не са си купували нещо в интернет), не са сваляли филми или телевизионни сериали или проверявали информация за работа /учене. По-малко от 45% четат онлайн новини, а само 14% (27% за 15-17-годишните) го правят всеки ден. **Не на последно място, 76% не са търсили здравна информация.** Този процент е висок дори при 15-17-годишните (56%), които са уязвими откъм здравословни проблеми, типични за тийнейджърите, като сексуалното здраве, например.

Изглежда, че българските деца умело формулират информационните си

нужди, идентифицирайки разнообразие от възможности в интернет. Въпреки това, за разлика от прекарването на време в социални мрежи, гледането на видео и слушането на музика онлайн, те рядко използват интернет за цели, свързани с образованието, въпреки че ясно осъзнават ползите от това за тяхното развитие. Тези резултати от изследването демонстрират, че завишеното използване на интернет не помага на децата успешно да задоволят информационните си нужди напълно - други източници на мотивация са необходими за тази цел.

запитаните са уверени в способността си да оценяват информация, а малко повече от **25% признават, че изобщо нямат такава способност**. Това е третото най-ниско оценено онлайн умение на българските деца след програмирането и създаването на уебсайт. И така, въпреки че **80% от запитаните са уверени в уменията си да търсят информация (Фигура 5), само 50% могат да оценят истинността ѝ**. Това несъответствие демонстрира сериозен дефицит в критичното мислене на децата.

Фигура 8 Доколко всяко от следните неща се отнася до теб или не?



Оценка

Дигитално-медийна грамотност

Информационна грамотност

Оценка

Дефиниция: „Анализ, сравнение и критична оценка надеждността на информационни източници. Анализ, интерпретация и критична оценка на данни, информация и дигитално съдържание.“ (Vourikari et al., 2016)

Това е може би най-важната компетентност от модела ДигКомп. Дори и стратегиите на търсене на българските деца да са безгрешни, те не биха били ползотворни, ако децата не могат да филтрират ненадеждната информация. Критичната оценка е и предпоставка за усвояване на другите области на компетентност на модела („комуникация и сътрудничество“, „създаване на съдържание“, „безопасност“ и „решаване на проблеми“), тъй като финалните резултати от тези дейности трябва да се основават на прецизна информация, за да бъдат полезни и ефективни.

Фигура 8 показва самооценката на българските деца за тяхното умение да различават вярна от грешна информация онлайн. **Само около половината от**

Едно възможно обяснение за него е рядкото използване на интернет за училищни цели от децата. Образователната система е (или би трябвало да бъде) един от основните източници за развитие у децата на уменията за критична оценка на информация. Ако половината от тях използват интернет за училищни цели веднъж или два пъти месечно, би им било трудно да прилагат това умение в интернет.

Фигура 9 показва много притеснително следствие от този дефицит у децата: **около 70% от тях споделят, че научават нещо ново в интернет всяка седмица, а около 35% научават нещо ново онлайн всеки ден**. Това изключително бързо темпо, с което те попиват нова информация, е още един знак, че имат спешна нужда от подкрепа в развиването на уменията им за оценка на информация.

Фигура 9 През последния месец колко често си правил(а) всяко от следните неща онлайн?



Увереността на българските деца в способността им да оценяват истинността на дигитални източници не е достатъчна за справяне с огромното количество информация, което те намират в интернет. Този дефицит е отличен пример за това, че родените в дигиталната епоха поколения имат нужда от подкрепа за развиването на дигиталната си грамотност. Училището трябва активно да възприеме ролята си на подкрепящ в това начинание, особено ако се отнася до уменията на децата да оценяват критично информация, ако целта му е да изгради успешни граждани на 21-ви век.

Управление

Дигитална грамотност
Информационна грамотност
Управление

Дефиниция: "Организиране, съхраняване и извличане на данни, информация и дигитално съдържание в дигитални среди. Организиране и преработка на данни, информация и дигитално съдържание в структурирана среда." (Vourikari et al., 2016)

За разлика от компетентностите за търсене и оценка на информация, управлението на дигитално съдържание не е част от Модела за медийна грамотност на Европейската асоциация на зрителите (EAVI – European Commission, 2011) и следователно е валидна само за дигиталната грамотност на децата. Въпреки това развиването на организационни умения в дигитална среда би помогнало на децата да се справят с огромното количество дейности и информация, с които се сблъскват онлайн.

Около 70% от българските деца споделят, че имат достъп до своите изображения и приложения от всички устройства, които имат (Фигура 10). Това умение рязко се подобрява с възрастта (50% за 9-11-годишните; 77% за 12-14-годишните

и 86% за 15-17-годишните). Тези данни подсказват висока компетентност на българските деца да организират и управляват изображения и приложения.

Фигура 10 Кои от следните неща знаеш как се правят през смартфон или таблет?



Фигура 11 също съдържа важна информация за уменията на българските деца за управление на данни. **Около 48% от тях споделят, че понякога попадат в сайтове, без да знаят как са стигнали там.** Това означава, че голям процент от децата автоматизират процеса на сърфиране в интернет, което им пречи добре да организират информацията, която намират.

Фигура 11 Доколко всяко от следните неща се отнася до теб или не?



Комуникация и сътрудничество

Областта „комуникация и сътрудничество“ от модела ДигКомп включва **взаимодействие, споделяне, гражданска активност, сътрудничество и нетикет** в дигитална среда и **управление на дигиталната идентичност**, която хората създават чрез активността си в интернет. Със завишеното използване на онлайн търсачки, социални мрежи и интернет платформи за търговия, учене и социален и политически дискурс, тези компетентности стават все по-важни за гражданите на 21-ви век.

Взаимодействие и споделяне

Дигитално-медийна грамотност

Communication and Collaboration

Взаимодействие

Дефиниция: „Взаимодействие чрез разнообразие от дигитални технологии и използване на подходящи начини за комуникация според контекста.“ (Vourikari et al., 2016)

Дигитално-медийна грамотност

Communication and Collaboration

Споделяне

Дефиниция: „Споделяне на данни, информация и дигитално съдържание чрез подходящи дигитални технологии. Влизане в ролята на посредник и зачитане авторските права на източниците.“² (Vourikari et al., 2016)

Тази секция ще комбинира анализа на компетентностите „взаимодействие“ и „споделяне“ на българските деца. Поради функционалностите на модерните онлайн платформи, разумно е да се твърди, че взаимодействието в интернет днес съдържа

в себе си и процеса на споделяне. Вече е трудно да се разграничат приложения за видео разговори като Skype, социални мрежи като Facebook, сайтове за видео споделяне като YouTube и мобилни приложения като Viber, тъй като всички те предлагат услуги за текстово, гласово и видео взаимодействие, като същевременно изискват минимална компетентност за споделяне на текстове, изображения и видео, така че комуникацията чрез тях да бъде ефективна. И така, комбинирайки анализа на компетентностите „взаимодействие“ и „споделяне, тази секция ще опита да изведе следното за българските деца:

- 1) **Техните умения да си взаимодействат и да споделят помежду си чрез разнообразие от дигитални технологии (на база времето, което използват за социална активност онлайн и на база разнообразието от начини, по които го правят).**
- 2) **Тяхното умение да използват подходящи технологии за взаимодействие в дигитални среди и за споделяне на данни, информация и дигитално съдържание.**

Фигура 12 показва времето, което българските деца са прекарвали с приятели онлайн и офлайн. Въпреки че комуникират с връстници на живо по-често, **74% от тях прекарват поне по час на ден с приятели в интернет, а около 50% прекарват поне по два часа на ден с приятели в интернет.** За 15-17-годишните данните са още по-впечатляващи: **93% от тях комуникират с**

² Нивото на зачитане авторски права от българските деца ще бъде анализирано в секцията, посветена на едноименната компетентност от модела ДигКомп.

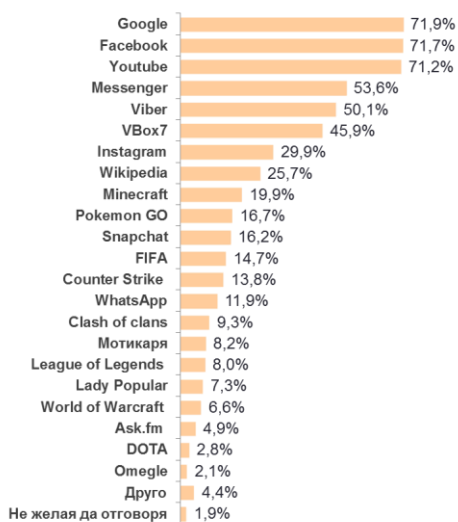
приятели онлайн поне по един час на ден, а 68% комуникират с приятели онлайн поне по два часа на ден. Тези данни водят до заключението, че онлайн комуникацията се е превърнала в ежедневие за българските деца и се случва почти толкова често колкото комуникацията на живо.

Фигура 12 Обикновено колко време на ден прекарваш в правене на следните неща?



Фигура 13 показва най-често използваните сайтове, приложения и онлайн игри от българските деца. Множество отговори бяха позволени за този въпрос, така че да

Фигура 13 Кои сайтове, приложения или игри използваш най-често напоследък?



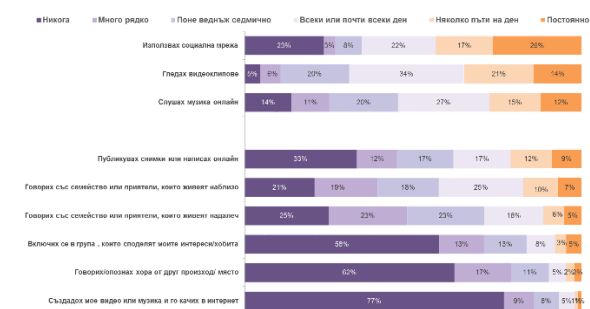
даде яснота относно разнообразието от интернет платформи, които използват децата. **Google, Facebook, и YouTube са трите най-често използвани платформи от повече от 70% от децата.** Facebook и YouTube са пряко свързани с компетентностите, анализирани в тази част от доклада, тъй като са създадени с цел взаимодействие между потребители и споделяне на текст, изображения и видео. VBox7, българският сайт за видео

споделяне, е по-рядко използван от YouTube (46%). **Що се отнася до мобилните приложения, българските деца най-често използват Viber (50%).** Донякъде е изненадващо, че онлайн игрите, като Minecraft (около 20%), Pokemon GO (около 17%), FIFA (около 14%) и Counter Strike (около 14%) са много по-рядко използвани, тъй като според децата игрите са най-полезната дейност в интернет за тяхната възраст (Фигура 6).

Тези данни потвърждават, че българските деца използват разнообразие от платформи за онлайн взаимодействие, но все още не е ясно дали те умеят да използват подходящите канали и методи за комуникация в интернет и за споделяне на дигитално съдържание.

Фигура 14 показва трите дейности, с които българските деца най-често се ангажират в интернет (влизане в социални мрежи, гледане на видео и слушане на музика), в сравнение с дейностите, които демонстрират уменията на децата да използват подходящи методи за онлайн комуникация и споделяне. Първото интересно наблюдение от Фигура 14 е, **че докато 66% от децата използват социални мрежи ежедневно, само 38% споделят изображения и текст всеки ден.** Това означава, че голям процент от децата не използват възможностите за онлайн споделяне, които имат, през по-голямата част от времето, което прекарват в социалните мрежи.

Фигура 14 През последния месец колко често си правил(а) всяко от следните неща онлайн?



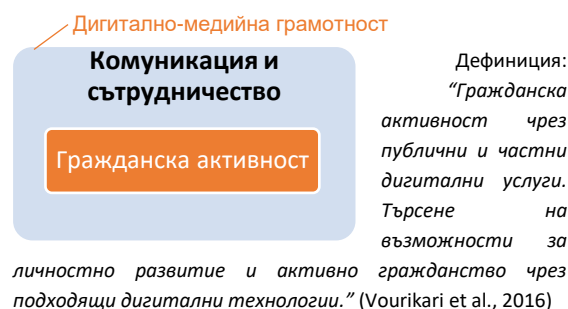
Още по-интересно е, че, докато **95% от българските деца са гледали видео в интернет през последния месец, само 23% са създали и споделили свое собствено видео онлайн (Фигура 14)**. Това не е поради липса на умения, тъй като почти **80% от децата твърдят, че могат да създават и споделят видео онлайн**. Това несъответствие между времето, което децата прекарват в социални мрежи и в сайтове за видео споделяне, и времето, което използват за създаване и споделяне на дигитално съдържание, води до заключението, че те не се възползват достатъчно от възможностите за конструктивна комуникация в интернет и то не защото не могат. Тази интерпретация на данните се подкрепя от факта, че **само 44% от децата са участвали в онлайн група, споделяща техните интереси през последния месец (Фигура 14)**. И така, може да се твърди, че пасивността на българските деца онлайн е бариера за тяхната конструктивна комуникация с връстници, споделящи техните интереси.

Въпреки това, българските деца **активно използват приложения за онлайн разговори доста по-често (Фигура 14)**. Около 80% от тях са разговаряли чрез интернет със семейство и приятели, които живеят наблизо, а 75% са разговаряли чрез интернет със семейство и приятели, които живеят надалеч. Също така около 40% от тях са използвали приложения за онлайн

разговори, за да общуват или да се запознаят с хора от други страни и култури.

Българските деца общуват онлайн ежедневно и все повече с покачване на възрастта. Те използват разнообразие от социални мрежи, сайтове за видео споделяне, мобилни приложения и приложения за онлайн разговори за тази цел. Въпреки това през по-голямата част от времето те са пасивни потребители на тези платформи, което им пречи да участват в онлайн групи, споделящи техните интереси. Все пак активното използване на приложения за онлайн разговори им помага да поддържат връзка със семейство и приятели от разстояние и да комуникират на международно ниво.

Гражданска активност



Дигиталното гражданство е една от дългосрочните ползи от дигитално-медийната грамотност. Прогнозира се, че демократичното общество на 21-ви век ще изисква дигитално-грамотни граждани, така че те ефективно да прилагат свободата на словото и да участват в социалния дискурс в дигитална среда (Committee on the Rights of The Child, 2014; Hobbs, 2010).

Предшната секция на доклада вече разкри пропусканите възможности от българските деца да участват в групи, споделящи техните интереси. От една страна, това е пречка пред личностното

развитие на децата, тъй като по този начин те пропускат източници на знания и умения, които да им помагат да станат по-добри в сферите, които вече ги интересуват. От друга страна, това подсказва липса на мотивация от тяхна страна активно да се включват в социален дискурс онлайн, включително и по теми, свързани с тяхното гражданско участие.

Фигура 15 подкрепя тази хипотеза. Сред всичко, което правят в интернет, българските деца най-рядко се ангажират с дейности, свързани с дигитално гражданство: **само 8% от тях са участвали в онлайн кампания или протест; само 12% са участвали в политически или социални дискусии; само 16% са се включили в благотворителна кауза.** Контрастът с трите неща, които децата най-често правят в интернет, се вижда ясно на Фигура 15.

Фигура 15 През последния месец колко често си правил(а) всяко от следните неща онлайн?



Сътрудничество

Дигитално-медийна грамотност

Комуникация и сътрудничество

Сътрудничество

Дефиниция:
"Използване на дигитални технологии за сътрудничество и за съавторство на дигитално

съдържание и знание." (Vourikari et al., 2016)

Онлайн сътрудничеството е компетентността, която задава посока и цел на комуникацията в интернет. По своята същност сътрудничеството е целево

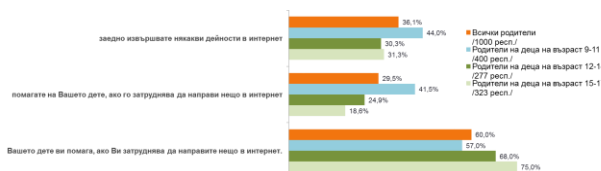
поведение, включващо поне двама участници. От една страна, то **изисква ефективна комуникация**, за да могат участниците да се съгласят за целите, които си поставят и да изберат стъпките за постигането им. От друга страна, сътрудничеството **ражда ефективна комуникация**, защото мотивира участниците да работят заедно за цели, които не биха могли да постигнат сами.

Българските деца изглежда нямат достатъчно мотивация да си сътрудничат онлайн. Пасивността им в социалните мрежи през повече от половината време, което прекарват там, и рядкото им участие в групи, споделящи интересите им (Фигура 14), са доказателство за това. В допълнение, ниският процент български деца, участвали в благотворителни дейности онлайн (16% през последния месец) и онлайн кампании, протести, или петиции (8% през последния месец) (Фигура 15) е достойно за съжаление, тъй като тези дейности са отлични примери за това как големи групи хора могат да постигнат цели, непосилни за отделния индивид.

Това, че децата не развиват уменията си за онлайн сътрудничество самостоятелно, означава, че те имат нужда да бъдат подкрепени от родителите и учителите си. Фигура 16 показва дейностите, изискващи онлайн/дигитално сътрудничество между деца и родители. Първото интересно наблюдение е, че **децата помагат на родителите си да се справят с проблеми, свързани с интернет (66%), много повече отколкото обратното (30%), като тази тенденция се засилва рязко с възрастта на децата.** От една страна, това може да означава, че децата имат по-висока техническа компетентност от родителите си, но от друга страна, може да се интерпретира като желание от страна на

децата (особено по-големите) да прекарват време пред компютъра с родителите си, но и като липса на мотивация от страна на родителите да правят същото с децата си. Както се вижда от Фигура 16, **родителите правят все по-малко неща онлайн с децата си с покачване на възрастта (44% за 9-11-годишните; около 30% за 12+-годишните)**. Независимо от възрастта, ако само **36% от родителите извършват дейности, свързани с интернет с децата си (Фигура 16)**, уменията за онлайн сътрудничество на децата най-вероятно са по-ниски. Тъй като българските деца (особено тийнейджърите) демонстрират желание да използват интернет заедно с родителите си, родителите трябва да се възползват от тази възможност и да подкрепят децата си в развиването на уменията им за онлайн сътрудничество.

Фигура 16 Когато Вашето дете използва интернет, Ви е:



Развиват ли българските училища умения за онлайн сътрудничество у учениците си? Фигура 17 показва трите училищни дейности, свързани с тази компетентност. **Само около 17% от българските деца използват интернет за участие в групови проекти поне веднъж седмично**. Това не е поради липса на възможност, тъй като **повече от 55% от тях чатят със съученици поне веднъж седмично**. Тези данни водят до заключението, че онлайн сътрудничеството не е приоритет за българската образователна система, въпреки че учениците са почти постоянно онлайн и комуникират помежду си.

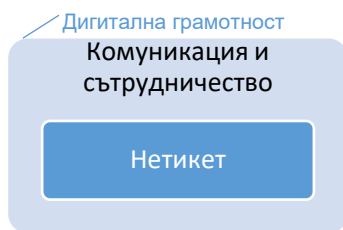
Фигура 17 Колко често използваш интернет за всяко от следните?



Има ли онлайн сътрудничество между ученици и учители? Малко повече от **44% от българските деца никога не са комуникирали в интернет с учители за учебни цели, а само около 15% са го правили поне веднъж седмично (Фигура 17)**. Това неравенство между учениците обаче показва, че все пак има български учители, които искат и могат да използват интернет за постигане на учебните си цели. Писането в училищни блогове също е недостатъчно използван метод, тъй като **само около половината български ученици са имали подобна възможност (Фигура 17)**. Тези резултати от изследването биха могли да стимулират МОН да идентифицира учителите, системно използващи интернет за учебни цели, и да използва техния опит за подготовка и мотивиране останалите педагози.

Българските деца изглежда пропускат една от най-големите възможности на интернет, а именно - да работят заедно за цели, които не биха могли да постигнат сами. Тук идва ролята на родителите и на училището. Фактът, че децата с удоволствие прекарват време пред компютъра с родителите си, е страхотна възможност за родителите да помогнат на децата си да развият умения за онлайн сътрудничество. Българската образователна система също има отлична възможност – да намери „дигиталните учители звезди“ и да стандартизира тяхната експертиза, така че всички български деца да получат достъп до подобни възможности.

Нетикет



Дефиниция:
"Осъзнаване на поведенчески норми при използване на дигитални технологии и при взаимодействие в

дигитални среди. Адаптиране на комуникационни стратегии според публиката и осъзнаване на културното и възрастовото разнообразие в дигиталните среди." (Vourikari et al., 2016)

Нетикетът е задължителна предпоставка за конструктивна комуникация и за ефективно сътрудничество онлайн. Освен това нетикетът е превантивна мярка за някои рискове в мрежата като онлайн тормоза, речта на омразата и дискриминацията, които демотивират децата да си взаимодействат позитивно и да работят в екип в интернет.

Фигура 18 показва процента български деца, които са били обиждани или засегнати онлайн и офлайн през 2016 г., разбити по пол и възраст и според честотата на случаите. **Това се е случило на около 29% от децата**, независимо от пола и възрастта им. Притеснителното е, **че този риск се е покачил спрямо 20% през 2010 г.** (Livingstone, 2011), въздействайки на почти 10% повече от българските деца. **Около 30% от тормозените деца са били обиждани или засегнати поне веднъж месечно, като няма разлика в честотата от 2010 г. насам** (Livingstone, 2011).

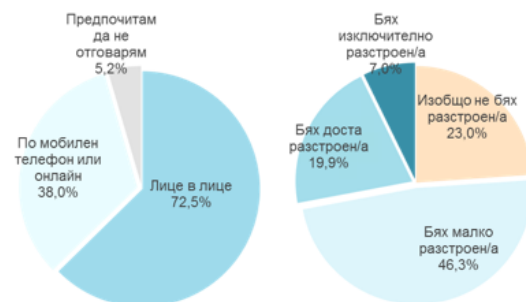
Фигура 18



Фигура 19 показва разбивката на тези негативни преживявания според това дали са се случили онлайн или офлайн, както и степента на тяхното въздействие върху емоционалното състояние на децата. **Около 38% от инцидентите са се случили в интернет, което е рязък скок от 25% през 2010 г.** (Livingstone, 2011). Това демонстрира повишаващата се важност на фактора интернет за емоционалното благосъстояние на децата. **Почти 80% от децата са били поне малко разстроени от тези преживявания**, което подчертава тяхната сериозност.

Фигура 19

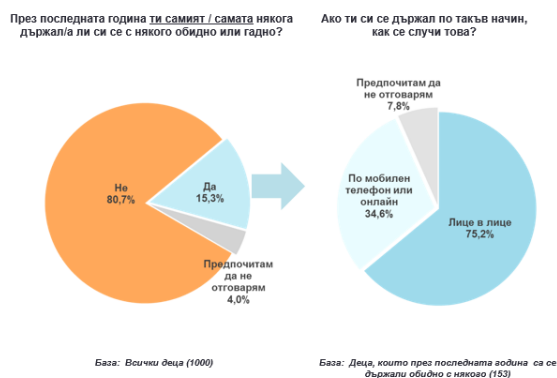
Ако някой се е държал по такъв начин с теб, как се случи това? Последният път, когато се случи това, колко разстроен/а беше?



Около 15% от българските деца си признават, че самите те са обиждали или засягали някого през последната година (Фигура 20). Това означава, че

съотношението между жертви и извършители на тормоз е около две към едно. Според Livingstone (2011) има голяма вероятност жертвите на тормоз да се превръщат в извършители, което донякъде обяснява покачването на тормоза онлайн и офлайн между българските деца между 2010 г. и 2016 г. Притеснителното на тази интерпретация е, че жертвите са потенциални извършители и, при съотношение две към едно между едните и другите, има опасност тормозът между деца да се покачва още повече за в бъдеще. Фигура 20 също показва, че 35% от инцидентите са се случили онлайн, което е близо до 38% от Фигура 19.

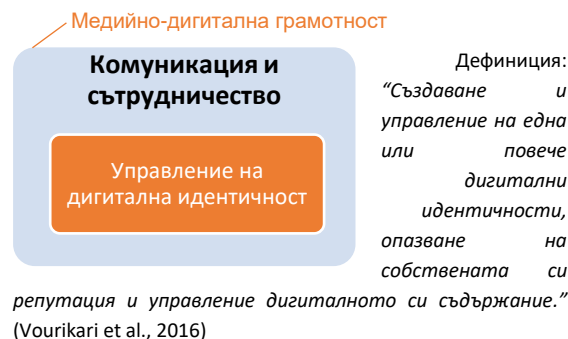
Фигура 20



Данните от националното представително изследване „Деца на България онлайн“ показват, че тормозът между деца нараства както онлайн, така и офлайн. Тези резултати не говорят добре за нетикета на българчетата. Фактът, че почти 80% от тях са били разстроени вследствие тормоз, демонстрира важността на нетикета за конструктивна комуникация и ефективно сътрудничество в интернет. Може да се твърди, че повишаването на онлайн тормоза е донякъде причина за пасивното поведение на децата в интернет. Тъй като има тенденция жертвите на тормоз да се превръщат в извършители, опасността този

риск още повече да се покачва трябва да безпокои всички заинтересовани страни.

Управление на дигитална идентичност



Чрез използване на социални мрежи, игра, гражданска активност, е-търговия и интернет банкиране, гражданите на 21-ви век създават своя дигитална идентичност, дори и да не го осъзнават. Тъй като тези данни са подробни и поверителни, уменията за разбиране, изграждане и опазване на дигиталните идентичности на българските деца са от огромна важност за тяхното присъствие онлайн и тяхната онлайн безопасност.

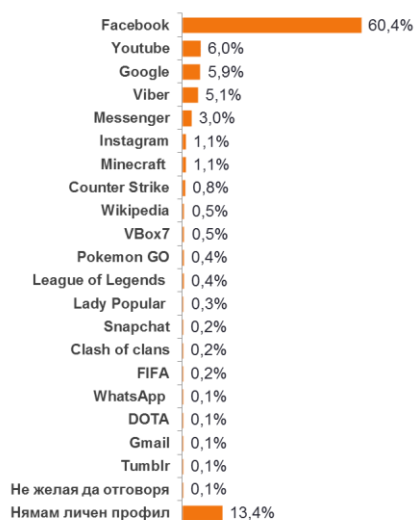
Тази секция ще се опита да отговори на следните въпроси:

- 1) **Как създават и развиват онлайн идентичностите българските деца?**
- 2) **Как опазват онлайн идентичностите си българските деца?**

Анализирането на дейностите на българските деца, свързани със създаване на онлайн профили, ще помогне за отговора на първия въпрос. Фигура 21 показва най-често използваните сайтове, приложения и онлайн игри, където децата имат лични

профили. Само един отговор беше позволен в този въпрос. Около **86% от запитаните деца имат онлайн профили, което е с 32% повече отколкото през 2010 г.** (Livingstone, 2011). Около **60% of българските деца (78% от 15-17-годишните) използват Facebook като основната си социална мрежа.** Нито един уебсайт, приложение, или онлайн игра не се приближава до този процент: YouTube, Google, и Viber са съответно на второ, трето и четвърто място, като само 6% или по-малко от българските деца имат профили в тези платформи и ги използват по-често от Facebook.

Фигура 21 Коя социална мрежа, приложение или игра, в която имаш личен профил, използваш най-често?

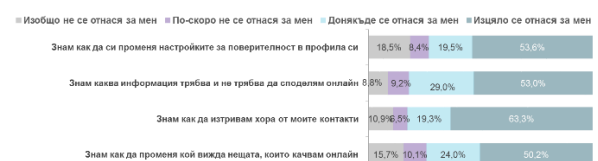


Тук има съществена разлика между Фигура 13, която показва използването на онлайн платформи по принцип и позволява множество отговори, и Фигура 21, която показва онлайн платформите, в които българските деца имат лични профили и позволява само един отговор. Въпреки че децата използват разнообразие от сайтове и приложения (Фигура 13), **Facebook доминира в техните предпочитания за платформа, изискваща личен профил** (Фигура 21). Това означава, че има тенденция българските деца да развият само една своя дигитална идентичност, вместо да поддържат няколко. Докато тази

тенденция им помага по-лесно да предпазват личните си данни, тя също така намалява възможностите им за личностно развитие в различни дигитални среди.

Могат ли българските деца да предпазват своята дигитална идентичност? Фигура 22 показва твърденията на децата за уменията им да опазват личната си информация в интернет. **Около 73% от тях казват, че могат да променят настройките за поверителност на профилите си, което е с 9% повече отколкото през 2010 г.** (Livingstone, 2011). В допълнение към тази позитивна тенденция **82% се чувстват уверени в способността си да преценят каква информация трябва и не трябва да споделят онлайн.** Този резултат говори добре не само за уменията да предпазват личните си данни в интернет, но и за нивото им на осъзнаване как споделянето на такива данни може да въздейства на дигиталната им идентичност. Също така, **повече от 83% от българчетата споделят, че знаят как да изтриват потребители от списъка си с контакти, а 74% казват, че знаят как да изберат с кого да споделят информация и дигитално съдържание.** Тези данни водят към заключението, че мнозинството български деца осъзнават как споделянето на лична информация въздейства на дигиталната им идентичност и умеят да я предпазват ефективно. Тази интерпретация обаче трябва да се приеме с известна доза скептицизъм поради субективността на данните.

Фигура 22 До колко всяко от следните неща се отнася до теб или не?



Повече от 80% от българските деца имат дигитални идентичности, но възможностите за развиването им е ограничено поради предпочитанието на децата да използват само една онлайн платформа за това. Все пак мнозинството от българчетата са уверени в способността си да предпазват личните си данни. Поради субективността на тези резултати обаче секцията „Предпазване на лични данни“ ще провери дали децата наистина внимават как споделят личните си данни чрез анализ на поведението им.

Създаване на дигитално съдържание

Ако уменията за търсене, оценка и управление на информация и уменията за комуникация и сътрудничество в дигитална среда са корените на дигитално-медийната грамотност, то създаването на дигитално съдържание е плодът ѝ. Тази област на компетентности съдържа **създаване и синтез на дигитално съдържание, разбиране на основите на авторските права и използване на езици за програмиране**. Тази секция ще демонстрира, че тези компетентности (с изключение на програмирането) са взаимосвързани или с информационна грамотност, или с уменията за онлайн комуникация и сътрудничество. За тази цел голяма част от вече представените данни ще бъдат анализирани в контекста на областта „Създаване на дигитално съдържание“ от модела ДигКомп.

Създаване

Дигитално-медийна грамотност

Създаване на дигитално съдържание

Създаване

Дефиниция:
„Създаване и редактиране на дигитално съдържание в различни формати, себеизразяване

посредством дигитални канали.“ (Vourikari et al., 2016)

Какво всъщност е създаването на дигитално съдържание? Когато дете направи снимка с телефона си и я качи онлайн, създава ли то дигитално съдържание? Или трябва детето да добави някаква артистична или интелектуална стойност към творбата си? Според какви критерии се определя артистичната и

интелектуална стойност на дигиталното съдържание?

Технологията сякаш се развива по-бързо от способността на обществото да отговори на тези въпроси, тъй като постоянно обновяващите се устройства и дигитални среди не спират да променят начините, по които деца и възрастни използват интернет. По-рано в този доклад бе формулирана тезата, че модерните интернет платформи са обединили процесите на онлайн взаимодействие и споделяне. Тази секция ще обоснове тезата, че **процесите на онлайн взаимодействие и споделяне в модерните дигитални среди изискват дигитално съдържание, създадено от потребителите, за да функционират ефективно**.

Дълго време се предполагаше, че само 1% от интернет потребителите създават дигитално съдържание, но тази парадигма става все по-неприложима с нарастването на възможностите за достъп до и комуникация в интернет. В статия от „The Guardian“ от 2006 г., Arthur (2006) предлага „правилото на 1%“, според което 1% от потребителите на Мрежата създават дигиталното съдържание, докато 10% го споделят, а 89% са пасивни консуматори. В подкрепа на тези твърдения авторът на статията цитира данни за интернет потреблението в YouTube, Wikipedia и Yahoo за 2006 г. (Arthur, 2006). В статия на „Online Community Blog“ от 2011 г. Schneider (2011) оспорва „правилото на 1%“, цитирайки по-съвременни данни, според които създателите на дигитално съдържание са вече поне 10%.

И двете статии разглеждат ограничен спектър дигитално съдържание и разчитат на вече остарели данни за потребление. Днес дигиталните среди по-

често *разчитат* на активно участие от страна на потребителите, за да функционират. Идеалният пример за това е Facebook, който е базиран на взаимодействие между потребителите чрез споделяне на текст, изображения и видео. Според доклад на „GlobalWebIndex“, **през 2015 г. повече от половината потребители на Facebook активно са поствали, коментирали, или споделяли изображения и видео** (Mander, 2015). Тези данни дори са цитирани като негативна тенденция, тъй като **процентът активни потребители във Facebook е бил 70% през 2012 г.** (Mander, 2015). Според доклада този спад в активността е бил най-вече заради възхода на други интерактивни приложения като Tumblr, Snapchat и разнообразието от мобилни приложения, пуснати на пазара между 2010 г. и 2015 г. (Mander, 2015). Следователно може да се твърди, че модерните онлайн платформи и мобилни приложения са променили разбиранията за това какво всъщност е дигиталното съдържание, превръщайки го в средство за комуникация и споделяне в интернет, достъпно за всеки потребител.

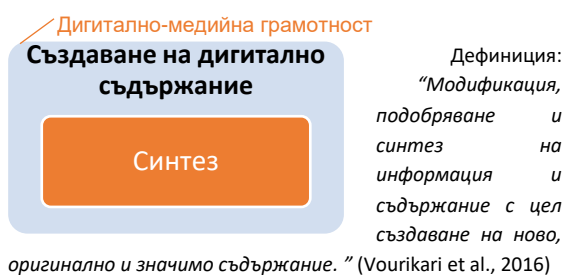
Този доклад вече установи, че българските деца не споделят текст, изображения и видео през повече от половината време, което прекарват в социалните мрежи. Имайки предвид, че онлайн тормозът се е увеличил между 2010 г. и 2016 г., може да се предположи, че през голяма част от времето активните потребители не комуникират конструктивно. Това пасивно и деструктивно поведение в социалните мрежи на българските деца вреди не само на уменията им за комуникация и сътрудничество, но и на творческия им потенциал за създаване на дигитално съдържание.

Още един важен резултат от изследването, който беше представен по-рано, е, че само 23% от българските деца са създали и качили свое собствено видео онлайн през последния месец, въпреки че 80% от тях твърдят, че имат тази компетентност, а 95% са гледали видео в интернет последния месец. Въпреки че днес качването на видео в интернет е възможно с помощта на няколко прости действия, тази липса на мотивация от страна на децата ограничава възможностите им да използват по-напреднала технология за създаване, редактиране, синтез и публикуване на видео в дигитална среда.

Пасивността на българските деца в интернет им пречи да развиват умения за боравене и с други по-напреднали технологии. **Около 44% твърдят, че са способни да създават уебсайтове и страници, но само 13% са го правили през последния месец.** Трудно може да се определи със сигурност дали 44% от децата наистина имат това умение, тъй като далеч по-малко от тях са се ангажирали с подобна дейност през последния месец, а създаването на уебсайт изисква много повече и по-сложни стъпки за изпълнение от създаването и споделянето на текст, изображения и видео.

В заключение може да се каже, че модерните технологии са направили възможността за създаване на дигитално съдържание много по-достъпна и по-необходима отколкото е била преди 10 години. Въпреки това българските деца не се възползват от нея достатъчно, макар че твърдят, че имат необходимите технически умения.

Синтез



Докато създаването на дигитално съдържание е взаимосвързано с компетентностите „комуникация“ и „споделяне“, **синтезът на дигитално съдържание е взаимосвързан с цялата област на компетентности „информационна грамотност“**. Ако се очаква от децата на 21-ви век да синтезират информация с цел обогатяването ѝ и създаване на ново съдържание, те трябва първо да могат да търсят, оценяват и управляват информация ефективно.

По-рано в доклада бяха разкрити два дефицита в информационната грамотност на българските деца. Първо, те рядко използват интернет за образователни цели, въпреки че според самите тях това е една от най-полезните онлайн дейности за тяхното развитие. Второ, въпреки че 70% от тях научават нови неща в интернет всяка седмица, само 50% са уверени в уменията си да оценяват истинността на информацията, която намират онлайн, а 25% споделят, че изобщо нямат това умение. На база на тези дефицити беше изградена хипотезата, че именно недостатъчното използване на интернет за учебни цели е една от основните причини децата трудно да оценяват дали информацията, която намират в интернет, е истина, или не.

Валидността на тази хипотеза може да се провери чрез анализ на наличието и

честотата на задания, изискващи синтез на информация от различни онлайн източници, които българските деца получават в училище. Фигура 23 показва четири училищни дейности, отговарящи на това описание. **Само около 20% of българските деца използват интернет за подготвяне на презентации за училище всяка седмица, а около 30% от тях използват интернет за създаването на текстове всяка седмица.** Вече беше споменато, че 20% използват интернет за групови задания всяка седмица, а малко над 10% пишат за училищни блогове всяка седмица.

Фигура 23 Колко често използваш интернет за всяко от следните?



Честотата на тези дейности е далеч от достатъчна за систематичното развиване на медийно-дигиталните умения, необходими за ефективна оценка и синтез на информацията в интернет, имайки предвид, че около 70% от българските деца научават нещо ново онлайн ежеседмично. Фактът, че голям процент от учениците никога не са получавали подобни задания (около 25% за презентации; 20% за текстове и около 30% за групови работи) е още по-притеснителен. Важно е да се спомене и че данните от изследването не дават представа за критериите на тези училищни задания и за степента на сензитивност към евентуално плагиатство. Следователно, възможно е да се допусне, че част от тези дейности не изискват високо ниво на оценка и синтез на информация.

В заключение, по-малко от една трета от българските деца редовно получават училищни задания, изискващи оценка и синтез на информация в интернет, а около една четвърт никога не са имали подобна възможност. Това е още един пример за бавната адаптивност на българската образователна система към модерните технологични тенденции и към увеличеното използване на интернет от страна на българските деца. В този случай ролята на образованието е още по-важна, тъй като, в сравнение с другите ангажирани страни, училищата са в най-добра позиция за систематично обучение на децата как да търсят, оценяват и синтезират информация с цел създаване на ново съдържание.

Авторски права

Дигитално-медийна грамотност
Създаване на дигитално съдържание

Авторски права

Дефиниция:
 "Разбиране на връзката между авторски права и дигитално съдържание"
 (Vourikari et al., 2016)

Данните от изследването не дават яснота относно сензитивността на българските училища към плагиатството, но съдържат информация за това доколко българските деца разбират принципите, свързани с авторските права. **По-малко от половината българчета се чувстват уверени в уменията си да познаят коя онлайн информация е защитена от авторски права** (Фигура 24). Това вреди на уменията им да синтезират информация ефективно, тъй като им пречи ясно да разграничават своите от чужди идеи.

Фигура 24 Доколко всяко от следните неща се отнася до теб или не?



Програмиране

Дигитална грамотност
Създаване на дигитално съдържание

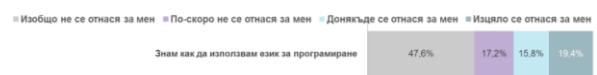
Програмиране

Дефиниция:
 "Планиране и разработване серии от разбираеми инструкции за компютърни системи, които да разрешат даден проблем или да изпълнят конкретна задачаю" (Vourikari et al., 2016)

Въпреки че уменията за програмиране традиционно се свързват с конкретна професия, все повече софтуерни приложения предлагат подобни функционалности. Възможно е програмирането, по подобие на създаването на дигитално съдържание, да се превърне в много по-достъпно и необходимо умение за гражданите на 21-ви век.

Около **35% от българските деца са уверени в уменията си да използват езици за програмиране** (Фигура 25). Имайки предвид, че програмирането все още е не е широко разпространено, този резултат е доста оптимистичен. Въпреки това субективността на тези данни не позволява да се оцени нивото на компетентност на децата и доколко те са способни да разработят алгоритъм, който да разрешава конкретни проблеми самостоятелно.

Фигура 25 Доколко всяко от следните неща се отнася до теб или не?



Безопасност

До този момент в доклада моделът ДигКомп е разглеждан най-вече от гледна точка на възможностите, от които българските деца биха могли да се възползват, развивайки медийно-дигиталната си грамотност. Взаимовръзката между информационна грамотност, комуникация и сътрудничество в дигитална среда и създаване на дигитално съдържание, която бе разгледана в предишните три секции на доклада, създава впечатлението, че колкото повече децата задоволяват информационните си нужди чрез внимателна оценка и управление на информация, колкото повече комуникират и работят в екип с други онлайн потребители и колкото повече създават и споделят дигитално съдържание, толкова повече биха реализирали потенциала си като критично мислещи и социално компетентни граждани на 21-ви век. Без усъвършенстване на уменията им да **предпазват устройствата си, личните си данни и здравето и благосъстоянието си** обаче децата биха били застрашени от рисковете на интернет, което би превърнало парадигмата „колкото повече, толкова по-добре“ в негативен вместо в позитивен фактор за тяхното развитие.

Предпазване на устройства

Дигитална грамотност

Безопасност

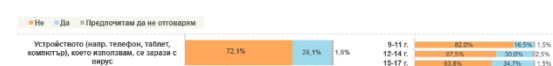
Предпазване на устройства

Дефиниция:
"Предпазване на устройства и на дигитално съдържание и разбиране рисковете в дигиталните среди. Използване мерки за сигурност и разбиране важността на надеждните контакти и поверителността." (Vourikari et al., 2016)

Предпазването на устройствата става все по-важно заради автоматизирането на процесите, събиращи данни от потребителите и заради ръста на онлайн търговията и интернет банкирането. Тъй като всички тези процеси използват личните данни на потребителите, предпазването на устройствата е предпоставка за развиване и на другите компетентности, свързани с безопасността в интернет.

Устройствата на около 26% от българските деца са били заразени от вирус (Фигура 26). Рискът е повлиял много повече от 12-14-годишните (30%) отколкото 9-11-годишните (около 16%). От една страна, това може да се обясни със завишеното използване на интернет от по-големите деца. От друга страна обаче трябва да се спомене следният фактор, който се наблюдава вследствие от всички въпроси на изследването към родители: **родителската подкрепа, контрол и наблюдение рязко спадат при 12-14-годишните деца в сравнение с 9-11-годишните**. Спадът в родителската намеса вече бе споменат в контекста на онлайн сътрудничеството на българските деца, но той е особено значим за разбиране на процесите, чрез които различните възрастови групи развиват уменията си за онлайн безопасност.

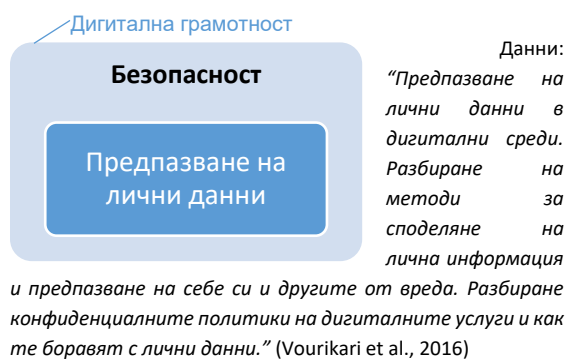
Фигура 26 През последната година случало ли ти се е някое от следните неща в Интернет?



Фигура 26 също показва, че устройствата на 15-17-годишните деца биват най-често заразени от компютърни вируси сред трите възрастови групи (почти 35%). Тези данни водят до заключението, че българчетата не развиват ефективно

необходимите умения за предпазване на устройствата си с покачване на възрастта. Данните също така подкрепят хипотезата, че не трябва да се очаква от родените в дигиталната епоха деца сами да развиват дигитално-медийната си грамотност и разкриват ключовата роля на родителите за тази цел.

Предпазване на лични данни



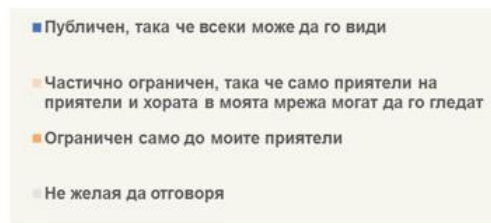
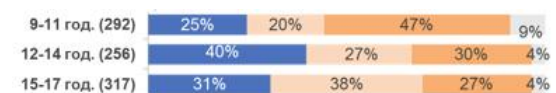
В секцията „Управление на дигитална идентичност“ на доклада беше изтъкнато, че мнозинството от българските деца са уверени в уменията си да предпазват личните си данни. Около 73% тях твърдят, че могат да променят настройките за сигурност на профилите си; 82% твърдят, че знаят коя информация трябва и не трябва да споделят онлайн; повече от 83% казват, че знаят как да изтрият потребители от списъците си с контакти и около 74% споделят, че знаят как да променят хората, с които споделят информация. Тъй като тези данни са изцяло базирани на субективните мнения на запитаните, тази секция ще анализира поведението на българските деца, свързано с предпазването на личните им данни, с цел проверяване валидността им.

Процентът български деца, използващи публични профили в социалните мрежи, не се е променил от 2010 г. (31.7% през 2010 г. и 31.5% през 2016

г.), въпреки че повече деца твърдят, че могат да променят настройките за сигурност на профилите си (около 64% през 2010 г. в сравнение с около 73% през 2016 г.). Тук се вижда разминаване между субективното мнение на децата за уменияето им да предпазват личните си данни и действията им в тази насока.

Фигура 27 показва още по-сериозен проблем, свързан с използването на публични профили от българчетата. Още веднъж се вижда, че рискът за **12-14-годишните (40% от тях имат публични профили)** рязко се покачва в сравнение с **9-11-годишните (25% от тях имат публични профили)**. И тук, както при предпазването на устройствата, данните могат поне отчасти да се обяснят с намаляването на родителската намеса. Въпреки че в този случай 15-17-годишните навакват (31% от тях имат публични профили), изглежда има тенденция 12-14-годишните български деца да не са подготвени за рисковете онлайн.

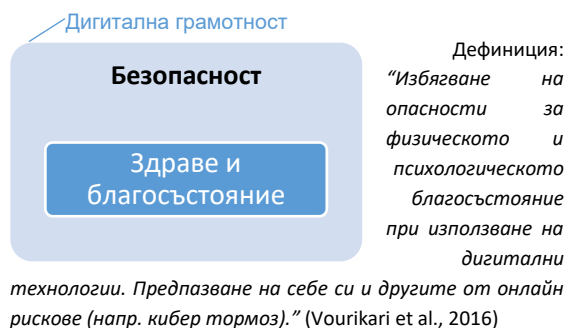
Фигура 27 Профилът ти е...?



В заключение може да се каже, че високата увереност на българските деца за уменията им да предпазват личните си данни не се потвърждава от поведението им онлайн. Въпреки че повече деца твърдят, че могат да променят настройките за сигурност на профилите си в сравнение с 2010 г., процентът публични профили не се е променил. Също така данните водят до

заклучението, че децата не се предпазват по-добре с покачване на възрастта, което донякъде се обяснява с намаляването на намесата на родителите.

Здраве и благосъстояние



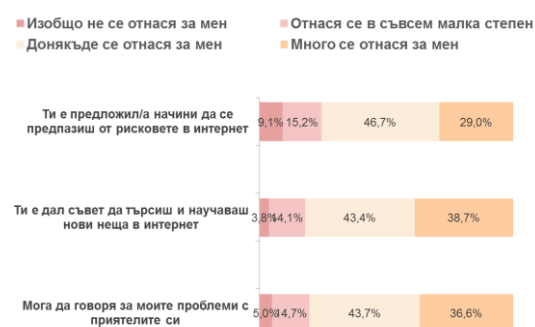
Рисковете, с които българските деца се сблъскват онлайн, са анализирани в специален доклад на тази тема, използващ данните от националното представително изследване от 2016 г. Основните резултати, които докладът разглежда, са, че през последната година: **около 20% от българските деца са се срещнали лице в лице с непознат след комуникация онлайн; около 14% споделят, че са имали негативно онлайн преживяване; 10% са се почувствали зле след попадане на неподходящо съдържание в интернет и около 10% са получили съобщение със сексуално съдържание.** В секцията „Нетикет“ на този доклад бяха представени данните за тормоза между деца в интернет, който се е увеличил от 2010 г. насам. Всички тези рискове се покачват с възрастта поради завишеното използване на интернет и намалената родителска намеса.

Тези данни подкрепят хипотезата, че децата имат нужда от подкрепа, за да се справят с рисковете, пред които са изправени онлайн. Вече беше спомената ролята на родителите, но какво може да се каже за училището? **Около 42% от българските деца са на мнение, че**

безопасността в интернет не се коментира достатъчно в часовете по информационни технологии.

Ролите на родителите и училището за развиване на умения за онлайн безопасност у българските деца са безспорно важни, но изследването разкрива още един ключов партньор за тази цел – връстниците. **Фигура 28 показва, че повече от 75% от българчетата са получили съвет за онлайн безопасност от приятел/приятелка, а повече от 80% са научили нови неща в интернет благодарение на приятел/приятелка.** Освен това около 80% чувстват, че могат да споделят проблем със своите приятели. Тези данни водят до заключението, че връстниците са изключително важен канал както за популяризиране на онлайн безопасността, така и за конструктивно използване на интернет от българските деца.

Фигура 28 Твой/я приятел/приятелка:



С покачване на възрастта на българчетата нарастват и рисковете, пред които са изправени в интернет. За справяне с тях те имат нужда от повече подкрепа от страна на родителите и училището. Данните от изследването показват и че съществува възможност за създаване на програми за обучения между връстници, чрез които те да развиват своите умения за онлайн безопасност.

Решаване на проблеми

Изобилието от рискове в мрежата и съответно необходимостта от развиване на уменията за онлайн безопасност демонстрират, че възползването от възможностите и минимизирането на рисковете в интернет вървят ръка за ръка. Последното парче от пъзела „ДигКомп“ анализира уменията за решаване на проблеми на българските деца, необходими за усъвършенстване в областите на компетентност „Информационна грамотност“, „Комуникация и сътрудничество“, „Създаване на дигитално съдържание“ и „Безопасност“. Както ще стане ясно от дефинициите на компетентностите **решаване на технически проблеми, идентифициране на технологични нужди, творчество и самооценка на дигитална компетентност**, цялата област на компетентности „решаване на проблеми“ разчита на конкретни елементи от другите четири на модела. Поради това тази секция на доклада ще разчита предимно на вече представени данни, но ще ги анализира в контекста на уменията на децата да разрешават проблеми в дигитална среда.

Решаване на технически проблеми

Дигитално-медийна грамотност

Решаване на проблеми

Решаване на технически проблеми

Дефиниция:
„Идентифициране и решаване на технически проблеми при боравене с устройства и дигитални среди ,

and to solve them.” (Vourikari et al., 2016)

В този доклад вече бяха представени три наблюдения, свързани с

уменията на българските деца да решават технически проблеми: 1) Те помагат на родителите си при проблеми с интернет (66% от децата) повече отколкото обратното (30% от родителите) и тази тенденция се увеличава с възрастта на децата; 2) Те са по-уверени в уменията си да променят настройките на профилите си в социални мрежи през 2016 г. (73%) отколкото през 2010 г. (64%), но процентът на публични профили сред тях е същият (31.7% през 2010 г. и 31.5% през 2016 г.) и се увеличава със спада на намеса от страна на родителите и 3) С нарастване на възрастта на децата, нараства и рискът от заразяване на устройствата им с вируси (около 16% от 9-11-годишните; около 30% от 12-14-годишните и около 35% от 15-17-годишните). От една страна, тези данни показват, че българчетата стават по-добри в решаването на технически проблеми с нарастване на възрастта, но въпреки това имат нужда от активна подкрепа от родителите си.

В допълнение към тези три наблюдения, тази секция ще разгледа уменията на българските деца да решават технически проблеми в контекста на тенденцията те рязко да се превръщат в мобилни потребители на интернет. В началото на доклада беше показано, че използването на интернет от децата най-вече се е повишило за лаптопи (67% през 2016 г. и 11% през 2010 г.), смартфони (около 80% през 2016 и 45% през 2010 г.) и таблети (около 61% през 2016 г. и около 4% през 2010 г.).

Вече беше споменато, че 75% от тях твърдят, че могат да инсталират приложения на телефоните си, а повече от 65% казват, че знаят как да проверяват цените на приложения. Фигура 29 показва още няколко релевантни технически

умения на българските деца. Около 85% от тях твърдят, че знаят как да се свържат с безжична мрежа; около 76% казват, че могат да заключат устройствата си и около 64% споделят, че могат да изключат функцията за местонахождението си. Блокирането на нотификации (44% от тях) и на реклами (около 40% от тях) изглежда са по-трудни за тях. Всички тези компетентности се подобряват с покачване на възрастта.

Фигура 29 Кои от следните неща знаеш как се правят през смартфон или таблет?



Идентифициране на технологични нужди

Дигитално-медийна грамотност

Решаване на проблеми

Идентифициране на технологични нужди

Дефиниция: "Идентифициране на нужди и избиране на подходящи технологични решения за тях.

Модифициране на дигитални среди според лични нужди." (Vourikari et al., 2016)

В този доклад вече бяха анализирани уменията на българските деца да задоволяват своите нужди с подходящи технологични решения. Беше установено, че те могат да идентифицират разнообразни възможности в интернет и да ги класифицират според ползата им за деца на тяхната възраст (игри (43.8%), училищна подготовка (22.4%), музика (15.5%), филми (12.9%), информационни сайтове (11.7%), социални мрежи (10.8%) и сайтове за видео споделяне (10.1%)). Дейностите на българчетата в интернет задоволяват най-вече нуждите, свързани със забавление, но за съжаление те не прекарват достатъчно

време в интернет за училищна подготовка, въпреки че ясно разбират ползата от това. Това несъответствие може да се интерпретира или като липса на умение, или като липса на мотивация от страна на децата. Имайки предвид множеството пропуснати възможности от страна на българската образователна система да ангажира учениците с онлайн дейности, втората интерпретация има голяма тежест.

Фигура 30 показва още един резултат от изследването, свързан с умението на българчета да задоволяват технологичните си нужди. **Точно половината от запитаните деца твърдят, че знаят как да сравнят сходни мобилни приложения, за да изберат по-доброто от тях.** Този процент не изглежда задоволителен, тъй като 75% от децата казват, че могат да инсталират приложения на устройствата си, но все пак умението им да сравняват приложения се покачва с възрастта (28% за 9-11-годишните; 58% за 12-14-годишните и 70% за 15-17-годишните).

Фигура 30 Кои от следните неща знаеш как се правят през смартфон или таблет?



В заключение можем да кажем, че изглежда българските деца умеят да идентифицират, оценяват и задоволяват технологичните си нужди, стига да са мотивирани да го правят. МОН може да се възползва от тази предпоставка и да разработи стратегия за подкрепа на училищата и учителите с цел да стимулират учениците да намират и използват подходящи технологични решения за образователните си нужди.

Творчество

Дигитално-медийна грамотност

Решаване на проблеми

Творчество

Дефиниция:
"Използване на дигитални технологии за създаване на съдържание. Индивидуално и групово решаване на концептуални проблеми в дигитални среди." (Vourikari et al., 2016)

Според тази дефиниция компетентността „Творчество“ изглежда е базирана на вече разгледаните компетентности „Сътрудничество“, „Създаване на дигитално съдържание“ и „Синтез“. В доклада вече бе установено, че пасивността на българските деца в интернет и нарастването на онлайн тормоза им пречи да развият творческия си потенциал и потенциала си на ефективни участници в екипна работа. Родителите и училището бяха идентифицирани като ключови източници на подкрепа за преодоляване на тези предизвикателства. С тяхна помощ българчетата биха могли да станат по-ефективни в създаването на дигитално съдържание и в сътрудничеството в дигитална среда, което би помогнало за развиване на умения за решаване на по-обхватни и концептуални проблеми, свързани с дигиталния свят.

Самооценка на дигитална компетентност

Дигитална грамотност

Решаване на проблеми

Самооценка на дигитална компетентност

Дефиниция:
"Идентифициране на области за подобрене на дигитална си компетентност и подкрепа на други за тази цел. Търсене на възможности за развитие и следене тенденциите на дигиталната революция (Vourikari et al., 2016)

Би могло да се каже, че българските деца имат реална самооценка на дигиталните си компетентности, ако мнението им за нивото на дигиталните им умения съвпада с поведението им в интернет. В този доклад вече бяха представени няколко разминавания между тези два индикатора. Въпреки че 80% твърдят, че могат да създадат и качат видео онлайн, само 23% са го правили през последния месец. Също така, въпреки че 44% от децата твърдят, че могат да създават уебстраници, само 13% са го правили през последния месец. Не на последно място, въпреки че по-голям процент от тях твърдят, че могат да променят настройките за сигурност на профилите си (64% през 2010 г. и 73% през 2016 г.), процентът от тях с публични профили не се е променил (31.7% през 2010 г. и 31.5% през 2016 г.). Тези данни не са доказателство за липса на компетентност, но демонстрират пасивност на българчетата в интернет, което може да се интерпретира или като прекалена увереност в дигиталните им умения, или като липса на мотивация да развият и прилагат дигиталните си умения.

От друга страна, българските деца показват високо желание и умение да помагат на други хора да развият дигиталните си компетентности. Доказателство за това са 66-те процента от родителите, които са получили подкрепа от децата си при проблем в интернет. Също така, повече от 75% от българчетата са били посъветвани от приятели при проблем с онлайн сигурността им, а повече от 80% от тях са били посъветвани как да се възползват от възможности за учене в интернет.

Заклучение и препоръки

Този доклад използва модела ДигКомп, за да анализира дигитално-медийната компетентност на българските деца между 9 и 17 г. на база на тяхното поведение в интернет. Българчетата използват интернет по-рано, по-често и по по-мобилен начин от всякога, което им е помогнало да развият техническите си умения. Те лесно могат да идентифицират информационните си нужди и да задоволяват повечето от тях, използвайки разнообразни технологии и онлайн платформи. Повечето от тях имат дигитални идентичности и твърдят, че умеят да ги предпазват. Също така българските деца демонстрират мотивация и готовност да помагат на приятелите и родителите си да развият техните дигитални компетентности. Изненадващо голям процент от децата дори твърдят, че използват езици за програмиране. Въпреки това резултатите от изследването разкриха няколко дефицита в дигитално-медийните умения на българските деца. Следва анализ на тези дефицити и препоръки за преодоляването им.

Пет дигитално-медийни дефицита

1. **Ниска мотивация за задоволяване на образователни нужди чрез интернет.** Въпреки че българските деца оценяват използването на интернет за училищна подготовка като 2-рата най-полезна онлайн дейност, тя се нарежда чак на 12-о място по честота на използване. Седмичната ангажираност на българчетата с учебни дейности онлайн не се е променила от 2010 г.

2. **Недостатъчни умения за оценка на онлайн информация.** Цели 70% от българските деца научават нещо ново в интернет всяка седмица, но само 50% са уверени в умението си да преценят дали информацията, която са открили онлайн, е истина или не. Също така по-малко от половината българчетата казват, че могат да познаят коя информация в интернет е защитена от авторски права. Това означава, че те по-трудно биха направили разлика между използването на чужди идеи и създаването на оригинално съдържание.
3. **Пасивност при взаимодействието в интернет, която води до пасивност при създаването и споделянето на информация и онлайн съдържание.** Комуникацията в интернет в днешни дни до голяма степен се основава на създаването и споделянето на текст, изображения и видео. През по-голямата част от времето, прекарано в интерактивна дигитална среда, българчетата са пасивни: 66% от тях използват социални мрежи ежедневно, но само 38% споделят текст и изображения ежедневно; 95% са гледали видео през последния месец, но само 23% са създали и споделили свое видео през последния месец, въпреки че 80% от тях твърдят, че имат това умение; 44% казват, че могат да създават уебстраници, но само 13% са го направили през последния месец. Тази пасивност пречи на децата да развият своите умения за онлайн комуникация и сътрудничество и дигитално творчество.

4. **Пропуснати възможности за онлайн сътрудничество и гражданска активност.**

Използването на онлайн общности за справяне с предизвикателства, с които отделният човек не би могъл да се справи, е може би най-силната страна на интернет. За съжаление обаче само 44% от българските деца са участвали в онлайн група, отговаряща на техните интереси. Също така сред 26-те онлайн дейности, с които се ангажират българчетата, участието в онлайн кампании, политически и социални дискусии и благотворителни каузи са сред най-рядко използваните от тях възможности през последния месец.

5. **Недостатъчни умения за осигуряване на онлайн безопасност сред по-големите деца.** Колкото по-големи стават децата, толкова по-вероятно е устройствата им да се заразят с вирус (16% от 9-11-годишните; 30% от 12-14-годишните; 35% от 15-17-годишните). Също така, въпреки че повече деца твърдят, че могат да променят настройките за сигурност на профилите си през 2016 г. (64%) отколкото през 2010 г. (73%), процентът на деца с публични профили не се е променил за 6 години (31.7% през 2010 г. и 31.5% през 2016 г.). Този процент е особено висок за 12-14-годишните (40%). Нарастването на риска от сблъскване с онлайн опасности с покачване на възрастта може да се отдаде донякъде на завишеното използване на интернет, но други два ключови фактора са намалена

намеса от страна на родителите и недостатъчното обучение за онлайн сигурност в училище.

Тези пет дефицита са доказателство, че раждането в дигиталната епоха и завишеното използване на интернет не прави децата дигитално и медийно грамотни от само себе си. Следващите секции съдържат конкретни препоръки съответно към всяка от отговорните страни за справяне с петте дефицита.

Публичният сектор и бизнеса

Правителствените институции и бизнесът имат потенциала да предприемат мащабни действия за преодоляване на дигитално-медийните дефицити на българските деца. Ето две препоръки:

- **Сътрудничество за създаване на позитивно онлайн съдържание.** Livingstone (2011) съветва публичният сектор и бизнесът да си сътрудничат за създаване на позитивно онлайн съдържание. Подобна инициатива би била още по-полезна сега, когато се наблюдава ръст в онлайн тормоза и негативното онлайн съдържание, което допринася за пасивността на българчетата при онлайн комуникация, сътрудничество и гражданска активност. Създаването на стимули за малкия и среден бизнес да влезе на пазара с онлайн платформи за деца съвпада с една от основните стратегически цели на България, а именно - да повиши конкурентоспособността и иновативния потенциал на икономиката си. Тези инициативи трябва да са насочени към интерактивно онлайн съдържание,

стимулиращо и подкрепящо онлайн сътрудничеството и създаването на дигитално съдържание от децата.

- **Създаване на национални програми за обучение между връстници.** Повече от 75% от българските деца са били посъветвани как да се предпазват онлайн от приятели, а повече от 80% са били посъветвани за възможности за учене в интернет от приятели. Тези резултати подсказват за наличието на огромен потенциал за програми за обучение между връстници. Националният център за безопасен интернет, с подкрепата на Теленор България и ГДБОП, координира програмата „Киберскаут“, която подготвя 11-12-годишни деца да обучават връстници как да се справят с рисковете в интернет. Предприемането на други подобни инициативи би изиграло ключова роля за преодоляване на дигитално-медийните дефицити на българските деца.

Образование и училища

Училищата са институцията в най-подходяща позиция за развиване уменията за онлайн безопасност, критично мислене, социални учения и творческо решаване на проблеми у българските деца по структуриран начин. Ето няколко конкретни предложения на ниво образователна система и на ниво училище:

- **Увеличаване честотата на обучения за безопасно ползване на интернет.** С увеличаването на онлайн и офлайн тормоза между българските деца и с нарастването на рисковете

в интернет преподаването на основни насоки за онлайн безопасност е по-важно от всякога. Около 42% от българчетата споделят, че няма достатъчно такива обучения в часовете по информационни технологии. Увеличаването на честотата и адекватността на такива обучения би помогнало на учениците да се справят успешно с нарастващите рискове в интернет.

- **Интегриране на дигитално-медийната грамотност в учебните програми и съдържание.** Уменията за критична оценка на информация, сътрудничество и синтез трябва да бъдат също толкова важни учебни предмети колкото български език, история, литература, философия, химия и биология. Фактът, че само около една трета от българските деца използват интернет за подготвянето на текстове и презентации и за участие в групови проекти ежеседмично или по-често, демонстрира, че потенциалът на останалите да развият и усъвършенстват тези умения не се използва адекватно. Актуализирането на учебното съдържание, така че да включва елементи на дигитално-медийна грамотност във всички предмети, ще увеличи честотата на тези учебни дейности и ще подобри уменията на учениците да оценяват информация критично и да комуникират и работят в екип ефективно.
- **Идентифициране на „дигитални учители звезди“ и стандартизиране на експертизата им.** Актуализирането на учебното

съдържание няма да е достатъчно за преодоляване на дигитално-медийните дефицити на българските деца, ако няма критична маса от обучени и мотивирани учители, желаещи да покрият новите стандарти в класната стая. Фактът, че само 55% от българчетата са комуникирали с учител онлайн за учебни цели, демонстрира или липса на компетентност, или липса на мотивация от страна на българските учители да използват интернет в практиката си. Въпреки това в България съществува малцинство от „дигитални учители звезди“, тъй като 15% от учениците споделят, че работят онлайн заедно със своите преподаватели ежеседмично или по-често. Това е отлична възможност за МОН да идентифицира тези учители, да изследва причините за техните успехи и да стандартизира експертизата им на ниво образователна система.

Родителите

Ролята на родителите в дигиталния живот на българските деца и конкретни препоръки към тях са представени и анализирани в специален доклад на тази тема, използващ данните от националното представително изследване от 2016 г. Все пак, на база анализа на този доклад, могат да се извлекат следните препоръки:

- **Търсене на съвети от експерти.** Поради популярността на хипотезата, че днешните деца са „дигитално поколение“, родителите не се чувстват достатъчно компетентни да подкрепят децата в

развиването на дигитално-медийните им умения. В този доклад обаче стана ясно, че онлайн рисковете нарастват с покачването на възрастта на децата. Ако родителите не се чувстват достатъчно компетентни, могат да се обърнат към експерти и организации като Националния център за безопасен интернет. Също така те могат да се възползват от възможностите за ефективна намеса, предлагани от модерните онлайн платформи, като „Портала за родители“ на Facebook, който е наличен и на български език.

- **Развиване на умения за самоконтрол.** Вместо директно да се намесват в дигиталния живот на по-големите деца, родителите могат да ги мотивират сами да се образуват за рисковете и възможностите в интернет.
- **Ангажиране с децата онлайн.** Децата с удоволствие помагат на родителите си при проблеми с интернет и то все повече с покачване на възрастта. Родителите могат да се възползват от това и да правят повече неща в интернет заедно с децата си с цел да се превърнат в доверени лица, що се отнася до онлайн проблемите им и да развият уменията им за онлайн сътрудничество.

Този доклад обърна внимание на важно за информационното общество разграничение: това, че човек е роден в дигиталната епоха не го прави дигитално грамотен. Днешните български деца, които използват интернет по-рано и по-често от всякога, имат спешна нужда от подкрепа и

насоки за развиване на уменията им за критична оценка, конструктивна онлайн комуникация и сътрудничество и създаване на дигитално съдържание, необходими за успешното гражданство през 21 век. С общите усилия на публичния сектор, бизнеса, училищата, учителите и родителите, тези цели могат и трябва да бъдат постигнати.

Приложение 1:

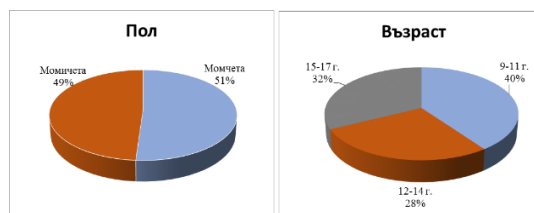
Методология

През септември 2016 г. Фондация „Приложни изследвания и комуникации“, координатор на Националния център за безопасен интернет, в сътрудничество с агенцията Маркет Линкс проведе национално представително изследване, озаглавено „Онлайн поведението на децата в България“. То представлява част от по-голямо изследване, провеждано в европейски мащаб през 2016-2017 г. от изследователската мрежа „Децата на света онлайн“ (Global Kids Online), посветено на темата как децата и младежите са включили интернет и дигиталните технологии във всекидневния си живот. В националното представително изследване от 2016 г. бяха интервюирани общо 1000 български деца, както и 1000 родители от цяла страна. Изследователите посетиха семействата по домовете им и проведоха по две преки (лични) интервюта – едно с дете и едно с родител. Продължителността на интервютата на децата бе около 45-60 мин., а на тези с родителите – около 15-20 минути.

Дизайнът на извадката е многостепенна гнездова случайна извадка, стратифицирана по регион и местоживееие (столица, голям град, средно голям град и малък град), съчетана с квота по етнос. Тя съдържа информация за употребата на интернет както от децата, така и от техните родители.

В изследването децата са разделени на три възрастови категории на основата на различията в обичайната употреба на интернет и дигиталните умения при различните възрасти: деца на възраст от 9 до 11 години, деца на 12-14 год. и такива на възраст 15-17 г. Демографските данни за децата са представени на Фигура 1.

Фигура 31 Демографски данни за децата (брой на интервюирани деца: 1000)



Тъй като възрастните са интервюирани в качеството им на родители, те също са разделени на категории според възрастта на децата им. Базата на изследването включва родители на деца на възраст 9-11 год. (400), такива на деца на възраст 12-14 г. (277) и родители на деца на 15-17 г. (323). При съставянето на анкетите са използвани въпросниците, разработени първоначално от изследователската мрежа „Децата на ЕС онлайн“ (EU Kids Online), впоследствие прераснала в „Децата по света онлайн“ (Global Kids Online). Родителите бяха интервюирани както относно тяхната употреба на интернет, така и за поведението на децата им онлайн. От 1000 интервюирани родители 79.4% са жени (72% са майки), а 20.6% са мъже (18.2% бащи). В допълнение, в 130 семейства, в които има деца под 9 години, бяха зададени въпроси и относно тези деца, за да може да се събере информация за това какво родителите им позволяват да правят онлайн.

Изследването покрива няколко основни теми: достъпа на децата до интернет и техните онлайн практики, дигиталните им умения и способности, тяхната дигитална среда, родителския контрол и подкрепа, проблемите на безопасността и рисковете, пред които децата се изправят онлайн. То включва също и различни демографски данни за семействата и тяхната среда. Националният център за безопасен интернет представя три тематични доклада, опиращи се на резултатите от изследването. Първият доклад се фокусира върху рисковете, пред които са изправени децата в дигиталната среда. Вторият покрива темите, свързани с родителската намеса. Фокусът на третия доклад е върху дигитално-медийните умения на децата.

В тези доклади, когато е възможно и когато е необходимо сравнение на данните, резултатите от изследването от 2016 г. биват съпоставени с тези от предходно изследване, проведено от изследователската мрежа „Европейските деца онлайн“ (EU Kids Online) през пролетта и лятото на 2010 г. в 25 европейски държави, включително и в България.

Библиография

Arthur, C. *What is the 1% rule?* The Guardian. <https://www.theguardian.com/technology/2006/jul/20/guardianweeklytechnologysection2>

Bennet, S., Maton, K., Kervin, L. (2008). *The "Digital Natives" Debate: A Critical Review of The Evidence*. British Journal of Educational Technology, vol. 39, Issue 5, pp. 775-786.

Committee on the Rights of the Child (2014). *Digital Media and Children's Rights*. http://www.ohchr.org/Documents/HRBodies/CRC/Discussions/2014/DGD_report.pdf

Common Sense Media (2013). *Zero to Eight: Children's Media Use in America*. <https://www.commonsensemedia.org/research/zero-to-eight-childrens-media-use-in-america-2013>

European Commission (2011). *Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe, Final Report*

Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. The Aspen Institute

Livingstone, S. (2011). *EU Kids Online: Enhancing Knowledge Regarding European Children's Use, Risk and Safety Online, 2010*. [data collection]. UK Data Service. SN: 6885, <http://dx.doi.org/10.5255/UKDA-SN-6885-1>

Mander, J. (2015). *GWI Social Q4 2014 : the Latest Social Networking Trends*. Globalwebindex <https://www.globalwebindex.net/blog/gwi-social-q4-2014-the-latest-social-networking-trends>

Prensky, M. (2001). *Digital natives, digital immigrants*.

<http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyDigitalNatives,DigitalImmigrants-Part1.pdf>

Schneider, P. (2011). *Is the 90-9-1 Rule for Online Community Engagement Dead ? [Data]*. Online Community Blog.

<http://blog.socious.com/bid/40350/Is-the-90-9-1-Rule-for-Online-Community-Engagement-Dead-Data>

Vuorikari, R., Punie, Y., Carretero Gomez S., Van den Brande, G. (2016). *DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens. Update Phase 1: The Conceptual Reference Model*. Luxembourg Publication Office of the European Union. EUR 27948 EN. doi:10.2791/11517