

Европейската младееж в дигиталната трансформация

Как образованието за демократично гражданство и младеежката работа допринасят за дигиталното обучение и овластяване

<YOUTH_WORK target=_blank?>

dare
Democracy and
Human Rights Education
in Europe

Как да цитирате: Zimmermann, N. & Pirker, G. (ред.) (2025). Европейската младеж в дигиталната трансформация. Приносът на образованието за демократично гражданство и на младежката работа към педагогиките на дигиталността и към дигиталното овластяване. Анализ и заключения от проекта DIYW-ROAD. Дигитална младежка работа – чувствителна към правата, отворена, достъпна, демократична. Democracy and Human Rights Education in Europe vzw (DARE Network), Брюксел.

Редактори: Нилс-Айк Цимерман, Георг Пиркер (Arbeitskreis deutscher Bildungsstätten AdB)

Автори: Елиза Рапети (DARE Network), Паула Алвира Росенде (Fundación CIVES), Филипа Фернандес (Dinamo), Маркус Пласенсия (Sozialprofil), Даниела Коларова (Фондация „Партньори – България“), Анета Качева (Фондация „Партньори – България“).

Издател: DARE – Democracy and Human Rights Education in Europe vzw, Брюксел, 2025

Изтегляне: <https://dare-network.eu/digital-youth-work/>

Партньори по проекта: Arbeitskreis deutscher Bildungsstätten e. V. (AdB) (Берлин/Германия), Sozialprofil – Verein zur Förderung individueller, institutioneller und gesellschaftlicher Entwicklung (Грац/Австрия), Dinamo (Синтра/Португалия), Fundación CIVES (Мадрид/Испания), Фондация „Партньори – България“ (София/България), Democracy and Human Rights Education in Europe (DARE).



Изразените мнения и позиции принадлежат единствено на автора(ите) и не отразяват непременно тези на Европейския съюз или на Европейската изпълнителна агенция за образование и култура (EACEA). Нито Европейският съюз, нито EACEA носят отговорност за тях.

Ако под статия или елемент не е отбелязано друго, съдържанието на това издание е публикувано под лиценз Creative Commons Attribution Share Alike 4.0 International.



Co-funded by
the European Union

Въведение

Младите хора преживяват дигитализацията като реалност, а не като „нова“. Това ги отличава от други поколения, които са свидетели на прехода или са преживели няколко вълни на дигитализация в различни сфери на живота (работа, личен живот, социална среда). В този смисъл не може да се обвиняват младите в неосведоменост или в определени практики/навици, а трябва да се вземе предвид тяхната перспектива за дигиталността като първа нормалност в живота им.

Дигиталната младежка работа¹ може да бъде разглеждана като резултат от младежката работа, която обхваща различните социално-политически и икономически развития на дигиталната трансформация по процесуален и ориентиран към младежта начин. Целта е да се съпътстват младите хора през различните аспекти на дигитализацията, с които се срещат в своето ежедневие. Този анализ се опитва да идентифицира ключови елементи на процесите на трансформация в областта на младежта, особено там, където отражението върху властта и еманципацията са от значение.

От гледна точка на неформалното учене като еманципираща и критична към властта педагогическа практика, анализът описва и потенциала на образованието за демократично гражданство и обучението по права на човека (EDC/HRE) за взаимно запълване на тези пространства и защо EDC/HRE е необходима перспектива в дискусиите за дигитална младежка работа, дигитална

¹Спецификите на дигиталната младежка работа се различават значително в различните държави поради културните, социалните и технологичните контексти. Всяка страна адаптира дигиталните инструменти и платформи спрямо собствената си образователна система, младежки политики и налични ресурси. Начинът, по който се прилага дигиталната младежка работа, зависи също от нивото на достъп до технологии, интернет инфраструктурата и дигиталните умения както на младежките работници, така и на самите млади хора. Разбирането на тези национални специфики е ключово за създаването на ефективни и контекстуално релевантни програми за дигитална младежка работа.

компетентност, образование за дигитално гражданство, медийна педагогика и информационна педагогика.

КАК ДА ЧЕТЕТЕ АНАЛИЗА?

Този анализ се основава на практики, събрани от партньорите по проекта **DIYW ROAD**, с фокус върху ЕС и националните контексти на партньорските държави.

Той не представлява изчерпателно или всеобхватно изследване на всички разнообразни практики, свързани с дигиталността в младежкото образование.

По-скоро това е изследователски анализ, насочен към идентифициране на въпроси, които все още не са били систематично или цялостно разглеждани. Той има за цел да постави под въпрос често приеманото за даденост и да изследва как дигиталната трансформация се пресича с демокрацията, гражданството и правата в сферата на младежката работа.

Анализът е разделен на три основни глави:

Околна среда и дигиталност: превръщането на околната среда ключова тема на дигиталната трансформация. Това измерение е важно, тъй като свързва двете паралелни трансформации (дигиталност и климат), пред които са изправени нашите общества.

Идентичност и дигиталност: признаване на дигиталността/онлайн като ключово определящо условие в юношеството на младеж, който израства при условията на дигитално съ-определен живот, където ключовите дигитални трансформации вече не предстоят, а вече са настъпили.

Управление на дигитализацията: въпроси за овластяване, активно участие и достъп до вземане на решения относно управлението на технологиите, които засягат социално-политическото измерение на дигитализацията и младежта. До каква степен младите хора – като демографска група в Европа, която

демократично е изключена – са подкрепени да участват във вземането на решения относно технологиите.

Всяка от главите предлага преглед на налични данни и изследвания, концепции и образователни подходи в областта.

На второ място, главите формулират **заключения**, отразяващи оценката на съществуващи практики и разговори с младежки работници по темите. Във всяка секция със заключения също така се предлагат въпроси за идентифициране и критично обсъждане на **„празни пространства“ в младежката работа**. Перспективата тук е да се постави въпросът за отговорността на младежката работа във връзка със съдържанието на главите – акцентирайки върху аспекти, които са значими за демокрацията. Празните пространства могат да се четат и като индикация за потенциала на EDC/HRE.

ЗА ТЕРМИНОЛОГИЯТА НА ДИГИТАЛНАТА МЛАДЕЖКА РАБОТА

В Европа има няколко отправни точки относно терминологията. В областта на младежта основно се използва терминът **„дигитална младежка работа“**, който свързва практиката на младежката работа с дефиницията, разработена от експертна група на ЕС. Дигитализацията е и сред основните хоризонтални тематични приоритети на Европейската младежка програма „Еразъм+“. Въпреки това трябва да се има предвид, че терминът все още не е навлязъл в концептуалните и професионалните дискурси на всяка страна.

От образователна перспектива тук трябва да се спомене преди всичко подходът на **Съвета на Европа за образованието за дигитално гражданство** (Council of Europe CM/Rec(2019)10), както и множеството и разнообразни практики в областта, които свързват медийната педагогика и дигиталността (в последно време с фокус върху изкуствения интелект и подобни явления). Важна е и рамката на ЕС за дигитална компетентност **DigComp** (Vuorikari и др., 2022), както и материалите, които я допълват или произлизат от нея. DigComp предлага хоризонт, към който да се ориентира развитието на дигиталните умения.

Освен това съществуват различни национални или секторно специфични подходи, които събират широки опити за овладяване на възприеманите като сложни области на дигиталните трансформации: кампании за повишаване на осведомеността за данни, инициативи по конкретни феномени, програми за развитие на специфични умения – често без ясен образователен фокус.

Терминът **„дигитална младежка работа“** произхожда от Финландия през лятото на 2012 г., когато европейски организации за младежка работа се събират, за да обсъдят въздействието на дигитализацията върху младежката работа и нейните практики (Kiviniemi & Touvimen, 2017). „Дигитална младежка работа“ е терминът, възприет в Европа (Harvey, 2016; Kiviniemi & Touvimen, 2017), и се разглежда като жизненоважна част от практиките за ангажиране на младежта, определен като:

Област на младежката работа, която прилага дигитални технологии за подобряване на резултатите от инициативи, ориентирани към младите хора (Harvey, 2017).

През 2017 г. експертната група на Европейската комисия по въпросите на рисковете, възможностите и последиците от дигитализацията за младежта, младежката работа и младежките политики, създадена в рамките на Работния план на Европейския съюз за младежта 2016–2018 г., разработи следната дефиниция:

„Дигиталната младежка работа означава проактивно използване или адресиране на дигитални медии и технологии в младежката работа. Дигиталната младежка работа не е метод на младежката работа – тя може да бъде включена във всякакви контексти на младежката работа (отворена младежка работа, младежка информация и консултиране, младежки клубове, улична младежка работа...). Дигиталната младежка работа има същите цели като младежката работа като цяло, а използването на дигитални медии и технологии винаги трябва да подкрепя тези цели. Дигиталната младежка работа може да се осъществява както в присъствени ситуации, така и в онлайн среди – или в комбинация от

двете. Дигиталните медии и технологии могат да се използват като инструмент, дейност или съдържание в младежката работа. Дигиталната младежка работа се основава на същата етика, ценности и принципи като младежката работа. Под „младежки работници“ тук се разбират както платени, така и доброволни младежки работници“ (Европейска комисия, 2017).

И двете дефиниции са адаптации – те хвърлят светлина върху водещите идеи на младежката работа и се свързват основно с въпросите как самите дигитални технологии се прилагат, усвояват и формират/влият върху младежката работа.

Образованието за дигитално гражданство (DCE), разработено от Съвета на Европа в областта на образованието, се дефинира като:

„Овластяване на учащи се от всички възрасти чрез образование или придобиване на компетентности за учене и активно участие в дигиталното общество, за да упражняват и защитават своите демократични права и отговорности онлайн, както и да насърчават и защитават правата на човека, демокрацията и върховенството на закона в киберпространството.“

(Съвет на Европа CM/Rec(2019)10)

DCE разглежда дигитализацията като технически процес и като основа за демократична култура, която гражданите трябва да умеят да навигират. Въпреки това, аспектите, свързани с управлението и критичната към властта рефлексия върху самите технологии, остават на заден план (с изключение на етичното управление на изкуствения интелект).

Бърз поглед върху младежката работа в различни европейски контексти обаче хвърля светлина върху ограниченията на самия термин „младежка работа“: структурата и организационното ѝ изграждане в отделните европейски държави варира значително – младежки организации, независими структури за младежка работа в сектора на гражданското общество, социална работа и др. Често дори остава неясно кой сектор е политически отговорен за младежката работа. От

образователна гледна точка може да се заключи, че „младежка работа се случва там, където са младите хора“ – като най-малък общ знаменател.

Къде обаче се случва дигиталната младежка работа и какво представлява тя?

Къде младите хора превръщат дигитализацията в своя тема? Къде младите хора развиват умения за дигитални технологии? Къде се случва разсъждението и концептуалното осмисляне на дигитализацията? И в кои области се осъществява присвояването/усвояването на дигитализацията сред младите хора (неформално, информално, формално образование)?

ПОЛИТИЧЕСКОТО ИЗМЕРЕНИЕ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА

Колкото повече дигитализацията се превръща в силна политическа сфера за европейските държави, Съвета на Европа или Европейския съюз, толкова по-осезаема става липсата на политически въпроси, свързани с дигитализацията. От тази по-широка перспектива стават видими някои основни аспекти на дигитализацията, всеки от които има не само техническо, но и социално-културно-икономическо въздействие:

ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЯ: СОЦИАЛНА, КУЛТУРНА ИЛИ ИКОНОМИЧЕСКА РЕОРГАНИЗАЦИЯ НА КОМУНИКАЦИИТЕ, ИНФРАСТРУКТУРИТЕ ИЛИ УСЛУГИТЕ, ИКОНОМИЧЕСКИТЕ ИЛИ КУЛТУРНИТЕ ПРАКТИКИ И НА ДЪРЖАВАТА – ВЪЗМОЖНО БЛАГОДАРЕНИЕ НА ИНФОРМАЦИОННИТЕ И КОМУНИКАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ.

ДАТИФИКАЦИЯ: КОМПЮТРИТЕ (ОТ НАСТОЛНИ ДО „УМНИ“ КРУШКИ) И УСЛУГИТЕ, КЪМ КОИТО СА СВЪРЗАНИ, СТАВАТ ПОВСЕМЕСТНИ В ЕЖЕДНЕВИЕТО НИ. ДИГИТАЛНОТО „АЗ“ ВЪЗНИКВА ОТВЪД ПРОСТОТО ОТРАЗЯВАНЕ НА НАШИТЕ АНАЛОГОВИ ИДЕНТИЧНОСТИ.

ПЛАТФОРМИЗАЦИЯ: СЪТРУДНИЧЕСТВОТО, ОБМЕНЪТ, КУЛТУРАТА ИЛИ ТРУДЪТ СЕ МЕДИИРАТ ЧРЕЗ ДИГИТАЛНИ ИНФРАСТРУКТУРИ (ПЛАТФОРМИ). УЧАСТИЕТО В ПЛАТФОРМИ СТАВА НЕОБХОДИМО В МНОГО СФЕРИ НА ЖИВОТА. ОПРЕДЕЛЕН МОДЕЛ НА ДИГИТАЛНА ИКОНОМИКА, БАЗИРАН НА ПЛАТФОРМИ, СЕ СТРЕМИ ДА НАДДЕЛЕЕ ЧРЕЗ ДОМИНАЦИЯ НА ПАЗАРА.

Глобализация: Компютърният хардуер става достъпен и потребителски продукт в Европа. Веригите на стойността и производството се интернационализират.

Разширяване на мрежите: Необходимостта от мрежови структури и ресурсите, нужни за тяхното поддържане и разширяване, постоянно нарастват.

ЕНЕРГИЯ И РЕСУРСИ: ДЕЛЪТ НА ПРАКТИКИТЕ, СВЪРЗАНИ С ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА, В ПОТРЕБЛЕНИЕТО НА ЧОВЕШКИ РЕСУРСИ ТРАЙНО СЕ УВЕЛИЧАВА.

Източник: Competendo <https://competendo.net/en/Digitalisation>

Вследствие на това ученето трябва да се съсредоточи повече върху въздействието и последствията от дигитализацията върху обществото, както и върху усилията, които полагаме в нашите съвременни демокрации, за да насочваме и управляваме дигиталната трансформация. За ЕС политическата програма „**За дигиталното десетилетие**“ формулира целите на дигиталната политика (ЕС 2022/2481).

ПРОГРАМА „ДИГИТАЛНО ДЕСЕТИЛЕТИЕ 2030“

„Насърчаване на ориентирана към човека, основана на основните права, приобщаваща, прозрачна и отворена дигитална среда, в която сигурните и съвместими дигитални технологии и услуги спазват и укрепват принципите, правата и ценностите на Съюза и са достъпни за всички, навсякъде в Съюза.“
Европейски съюз (L 323/4 2022)

Централен елемент е интензивното използване на данни. **Европейската стратегия за данни** (ЕС COM 2020/66 final) постановява, че делът на ЕС в световната икономика на данните в бъдеще трябва поне да съответства на неговата икономическа сила. В стратегията данните се разглеждат като решаващо „гориво“ („Стойността на данните е в тяхното използване и преизползване“; ЕС COM 2020/66 final), а ЕС се стреми (най-скоро чрез **Акта за данните**; ЕС 2023/2854) да балансира желанието на дигиталната икономика за данни с основните права.

Това може да бъде илюстрирано с **Европейското пространство за здравни данни**: от една страна, трябва да се ускори използването на здравни данни за бизнес и научни изследвания, а от друга – на отделните граждани трябва (също) да се даде контрол върху собствените им данни.

ЕВРОПЕЙСКА СТРАТЕГИЯ ЗА ДАННИТЕ

„Гражданите трябва да бъдат овластени да вземат по-добри решения, основани на знания, извлечени от неперсонални данни. А тези данни трябва да бъдат достъпни за всички – независимо дали публични или частни, големи или малки, стартъпи или гиганти. Това ще помогне на обществото да извлече най-голяма полза от иновациите и конкуренцията и ще гарантира, че всеки се възползва от дигиталните дивиденди. Тази дигитална Европа трябва да отразява най-доброто от Европа – открита, справедлива, разнообразна, демократична и уверена.“
Европейска комисия (COM 2020/66 final)

С показателите **ROAM-X за универсалността на интернет**, ЮНЕСКО предоставя инструмент, чрез който правителствата и други заинтересовани страни (включително младежката работа и неформалното образование) могат да оценяват националната си интернет среда и да дават препоръки за подобрения.

ИНДИКАТОРИ НА ЮНЕСКО ЗА УНИВЕРСАЛНОСТТА НА ИНТЕРНЕТА

R – че интернет се основава на *правата на човека*

O – че е *отворен*

A – че трябва да бъде *достъпен за всички*

M – че се развива чрез *многостранно участие*

Тези ключови принципи се допълват от **X-пресичащи индикатори**, свързани с хоризонтални теми като равенство между половете и правата и нуждите на децата, устойчиво развитие, въздействие върху околната среда, доверие и сигурност, както и напреднали технологии.

Източник: *Internet Universality* (UNESCO, 2024a)

ПОСТДИГИТАЛНАТА ПЕРСПЕКТИВА

Развитието и високите амбиции на ЕС ни показват и дългата история на мрежовата и дигиталната политика и на техническото развитие. Младите хора учат другите поколения да оставят настрана възприемането на дигитализацията като разрушително и ново явление и вместо това да я възприемат като еволюционна и нормална трансформация. С други думи: поглед върху процеса от постдигитална перспектива (Jandrić и др., 2022).

Вместо да се набляга на дихотомията „аналогово–дигитално“, по-реалистично е да се приеме, че двете са взаимозависими и имат обща история и настояще:

„Отдавна живеем в ‘ново’ общество и сега можем по-добре да разберем какво са имали предвид ранните теоретици като Мануел Кастелс (‘мрежовото общество описва характерната социална структура на информационната ера’), Никълъс Негропonte (‘като въздуха и питейната вода, дигиталното ще се забелязва само чрез отсъствието си, а не чрез присъствието си’) или Марк Уайзър (обяснявайки визията за ‘повсеместни изчисления’)“(Цимерман, 2025, с. 351).



Илюстрацията на предишната страница показва: когато дигитализацията се превръща в интегрална част от цялото общество, тя вече не може да бъде

разглеждана като отделен феномен от аналоговото. Кибертормозът е свързан с физически заплахи за млад човек. Дигиталната идентичност – с външността на реални хора. Качеството на електронното управление има отражение върху „реалното“ управление. Да овладееш „дигиталното“ означава в този смисъл да интегрираш разсъжденията за дигитализацията във всички социално-политически дискурси, вместо да ги оставяш само на дигиталните експерти или на „дигиталната политика“.

Освен това постдигиталното мислене предполага, че трябва да се „отучим“ да бъдем смаяни. Вместо това трябва да развиваме любопитство и критично мислене и преди всичко – да се съсредоточим върху социално-политическите цели на „дигиталното“.

Независимо дали човек се смята за апологет на дигитализацията или критик на някои от нейните основи и проявления, тази перспектива приема, че дигиталността е ключова характеристика на съвременното общество и култура. Някои разбират термина „дигиталност“ особено в културен смисъл: съответно терминът описва как културата и социалните отношения се (пред)оформят от дигитализацията и как се развиват в нея.

Скептични сме към нормативното разбиране за дигиталност – не става дума за „наваксване с дигиталността“, за „още повече дигиталност“ на всяка цена. От гледна точка на **EDC/HRE** целта е хората да се реализират в една демократична култура – която е и демократична култура в дигиталния свят – да допринасят за нея и да я развиват по-нататък.

Тъй като няма алтернатива на „дигиталното“, още по-важно е, когато мислим за бъдещето на нашите демократични общества, да разглеждаме алтернативите, които възникват от самото дигитално. Това учене за „дигиталното“ е по-малко приповдигнато, но включва „отчетност на дигиталното“ – да погледнем отвъд обещанията за инструментална ефективност, не за да изискваме край на дигиталното, а за да изградим критично мислене за реалното въздействие на

тези технологии, които все повече проникват в социалния живот“ (Jandrić и др., 2018, с. 895).

Постдигиталните перспективи показват на младежката работа и неформалното образование, че понякога не е добра идея да се тича след новите тенденции с прекомерна нервност или да се действа водени от усещането, че трябва да положиш усилие, защото не смогваш. Доверието, че влакът няма да замине без теб, защото вече си в него, позволява на постдигиталната младежка работа да гледа и наляво, и надясно от релсите: накъде може да тръгне пътуването, какви технологии ни трябва за това? Как да гарантираме, че влаковете се движат безопасно и са достъпни?

ГЛАСЪТ НА МЛАДЕЖТА

Проучването **RAY-MON** оценява проекти по „Еразъм+“. Констатациите относно степента на възприеманата дигиталност на европейските младежки проекти позволяват балансирана перспектива. Дигитализацията изглежда е смесена част от повечето дейности, макар и с различна интензивност.

КОЛКО ДИГИТАЛЕН Е ПРОЕКТЪТ ВИ?

УЧАСТНИЦИ, ЧЛЕНОВЕ НА ЕКИПИ И МЛАДЕЖКИ РАБОТНИЦИ В ПРОЕКТИ „ЕРАЗЪМ+ МЛАДЕЖ“

20



ИЗТОЧНИК: HORTA HERRANZ ET AL. 2024, СТР. 19; RAY TRANSNATIONAL DATASET МЛАДЕЖИ N=7.567, МЛАДЕЖКИ РАБОТНИЦИ N=5.296, ЧЛЕНОВЕ НА ЕКИПА N=3.845

Дигиталното съ-определяне на обществото е факт. Младежката работа и концепцията за неформалното учене като образование, което насърчава еманципацията на младите хора и тяхното самостоятелно развитие в процеса на

„присвояване на света“, трябва да се пренесат и в дигиталната сфера. Разбирайки младежката работа като еманципираща, овластяваща, антидискриминационна, критична към властта, участническа и демократична практика, може да се приеме критичен поглед към технологиите, които оказват влияние върху младите хора. Това включва критично разглеждане на дигиталните медии и технологии като автентични теми на младежката работа. Трябва също да се зададе въпросът как младите хора могат ефективно да упражняват своите права и възможности за контрол, които имат последици за бъдещето.

Има ли диалог с гражданите и особено с младите хора относно пътищата на дигитализацията и как изглежда един специфичен европейски път? Голямата картина рядко играе роля. Затова е още по-важно **EDC/HRE** да взема предвид по-широкия политически контекст. Фокусът на този анализ е върху пространствата, условията и подходите, които подпомагат развитието на капацитет у младите хора да станат уверени и критични навигатори в света на дигиталните технологии.

ОБОБЩЕНО

ОТ НАШИЯ АНАЛИЗ СЕ ОЧЕРТАВА СЛЕДНАТА КАРТИНА:

МЛАДИТЕ ХОРА СЕ СРЕЩАТ С ДИГИТАЛНОСТТА В РАЗЛИЧНИ ОБЛАСТИ НА МЛАДЕЖКАТА РАБОТА И ОБРАЗОВАНИЕТО. В МНОГО ЕВРОПЕЙСКИ СТРАНИ УЧИЛИЩНОТО (ФОРМАЛНОТО ОБРАЗОВАНИЕ) И ИЗВЪНУЧИЛИЩНОТО (НЕФОРМАЛНОТО) ОБРАЗОВАНИЕ СА КЛЮЧОВИ. СПОРЕД ПРИНЦИПИТЕ И ВОДЕЩИТЕ ИДЕИ НА ТЕЗИ СЕКТОРИ СЕ СВЪРЗВАТ РАЗЛИЧНИ ЦЕЛИ ЗА УЧЕНЕ В ДИГИТАЛНОСТТА.

СЪЩЕСТВУВА РАЗПРОСТРАНЕН ФОКУС ВЪРХУ СВЕЖДАНЕТО НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА ДО ДИГИТАЛНО УЧЕНЕ И ДИГИТАЛНО ПОДПОМАГАНО И ПОДОБРЕНО УЧЕНЕ – ФОКУС, КОЙТО СЕ ПРОМЕНЯ МНОГО БАВНО.

МЛАДЕЖКАТА РАБОТА ПОСТАВЯ ТВЪРДЕ ТЕСЕН АКЦЕНТ ВЪРХУ КОНКРЕТНИ ФЕНОМЕНИ КАТО МОДНИ ПРИЛОЖЕНИЯ, СОЦИАЛНИ МЕДИИ, ОМРАЗА, ФАЛШИВИ НОВИНИ И ДЕЗИНФОРМАЦИЯ, ВРЕДИ ИЛИ АСПЕКТИ, СВЪРЗАНИ С БЛАГОСЪСТОЯНИЕТО/ПСИХИЧНОТО ЗДРАВЕ. ДОКАТО ОТДЕЛНИ ЯВЛЕНИЯ СЕ РАЗГЛЕЖДАТ ЯСНО, „ГОЛЯМАТА КАРТИНА“ ОСТАВА МЪГЛЯВА. СЪЩЕСТВУВАТ ОГРОМНИ „АРХИПЕЛАЗИ“ ОТ ПОДОБНИ ПРОЕКТИ.

ДВА ПОДХОДА МОГАТ ДА СЕ ХАРАКТЕРИЗИРАТ КАТО ВОДЕЩИ:

РАЗВИТИЕ НА УМЕНИЯ И ГРАМОТНОСТ ЗА РАЗБИРАНЕ И ИЗПОЛЗВАНЕ НА ДОМИНИРАЩИ ДИГИТАЛНИ ТЕХНОЛОГИИ. РАЗВИТИЕТО НА УМЕНИЯ ЧЕСТО СЕ ОПИСВА КАТО РАЗВИТИЕ НА ДИГИТАЛНИ КОМПЕТЕНТНОСТИ – НО ВЪВ ВСЯКАКВИ КОНТЕКСТИ САМО БЕГЛО СВЪРЗАНО С ЕВРОПЕЙСКИТЕ РАМКИ ИЛИ ПОЛИТИКИ ЗА ДИГИТАЛНИ КОМПЕТЕНЦИИ.

ВЪЗПРИЕМАНЕ НА ДИГИТАЛНОСТТА ТАКА, КАКТО МЛАДИТЕ ХОРА Я СРЕЩАТ В СВОИТЕ ЖИТЕЙСКИ РЕАЛНОСТИ – КОЕТО ЧЕСТО ОЗНАЧАВА МЕДИЕН ПЕДАГОГИЧЕСКИ ФОКУС ВЪРХУ ТЕНДЕНЦИИ И НОВОВЪЗНИКВАЩИ ЯВЛЕНИЯ.

ДИСКУСИИТЕ ЗА МЛАДЕЖКАТА РАБОТА НА ЕВРОПЕЙСКО НИВО СЕ СЛУЧВАТ В МАЛЪК „БАЛОН“ ОТ НЯКОЛКО ОРГАНИЗАЦИИ СЪС СПЕЦИФИЧНА ЕКСПЕРТИЗА, ЗНАНИЯ И КОНЦЕПТУАЛНИ ИДЕИ, КОИТО „МОГАТ ДА ИЗВЪРВЯТ ДОПЪЛНИТЕЛНАТА МИЛЯ“.

МЕЖДУДИСЦИПЛИНАРНИЯТ И МЕЖДУОТРАСЛОВИЯТ ОБМЕН МЕЖДУ ОБРАЗОВАНИЕ, ТЕХНОЛОГИИ И ПОЛИТИКА Е СИЛНО ОГРАНИЧЕН.

ЛИПСВАТ КРИТИЧНИ КЪМ ВЛАСТТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗА ПРЕХОДИТЕ: ЧЕСТО СРЕЩАНИЯТ АРГУМЕНТ СРЕЩУ ПОДОБНИ УСИЛИЯ Е САМАТА СЛОЖНОСТ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА.

ЛИПСВАТ И ПОДХОДИ, КОИТО ДА АДРЕСИРАТ ИЗМЕРЕНИЯТА НА УПРАВЛЕНИЕТО И ПРАВАТА – ОСОБЕНО ВАЖНИ ЗА ПОДКРЕПАТА НА МЛАДЕЖКИТЕ ГЛАСОВЕ ВЪВ ВЗЕМАНЕТО НА РЕШЕНИЯ ОТНОСНО ПЪТИЩА НА ПРЕХОД, КОИТО ЗАСЯГАТ В ГОЛЯМ МАЩАБ ТЯХНОТО БЪДЕЩЕ.

1. Околна среда и

ДИГИТАЛНОСТ

Околната среда и дигитализацията са мета-развития. Тяхното въздействие се простира отвъд отделния човек, домакинства или региони. Освен въпроса как индивидите се отнасят към тях, гражданите и държавите трябва да разбират тяхната системна значимост: Какви мерки допринасят съществено за положителна промяна в страните и света, допълват ли се те по положителен начин? Какви цели и регулации трябва да насочват тези процеси политически и социално?

В този анализ сме идентифицирали три области:

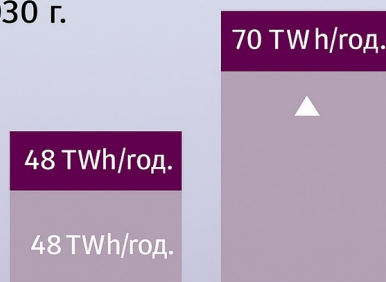
- **Първо**, материалната страна на дигитализацията и това как тя (недостатъчно) допринася за устойчивост и кръгова икономика.
- **Второ**, политиката и бизнесът широко приемат, че дигитализацията допринася за борбата с климатичните промени и трябва да бъде насърчавана. Този подход обаче се превръща във въпрос за политиката и младежката работа, свързана с демокрацията.
- **Трето**, дигитализацията е създала култура на използване на услуги и устройства, в която екологичната ориентация е или трябва да бъде вградена в дигиталния свят. Житейски ориентираната младежка работа приема – или трябва да приеме – околната среда като релевантен критерий и ценност в своята дейност: **дигитален начин на живот**.

1.1. Материалните аспекти на дигитализацията

Материалната страна включва, от една страна, суровините, които трябва да бъдат използвани за производството на устройства, и от друга – енергията, необходима за поддържане на интернет, платформите и използването на услуги. Това потребление на суровини и произтичащите материални следи (като последици от добива на суровини, производството на хардуер и др.) влизат в напрежение с представата за интернет като безкраен и нематериален. „Облакът“ в крайна сметка съществува в много големи, много горещи и много енергийни сървърни ферми, а потреблението на енергия нараства още повече с масовото навлизане на изкуствения интелект по света.

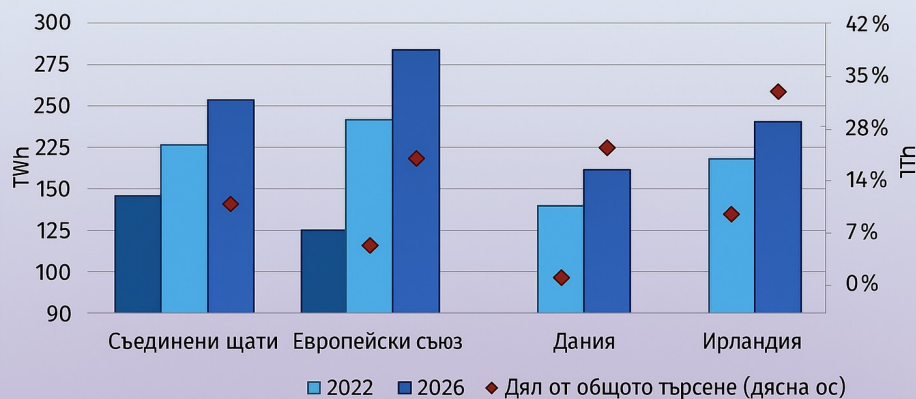
ДАТАЦЕНТРОВЕ: ЕНЕРГИЙНО ПОТРЕБЛЕНИЕ В ЕС

През 2020 г. сървърите и устройствата за съхранение на данни са изразходвали 48 TWh/год. електроенергия в ЕС. Без мерки се прогнозира увеличение с **45%** (до 70 TWh/год.) през 2030 г.



► Източник: Европейски съюз, 2024а

ГЛОБАЛНО ПОТРЕБЛЕНИЕ НА ЕЛЕКТРОЕНЕРГИЯ ОТ ДАТА ЦЕНТРОВЕ 2022 – 2026



► Източник: IEA 2024, Международна агенция по енергетика (IEA), 2024, с. 33

Институтът „Водафон“ и Институтът във Вупертал приемат, че най-големият потенциал за ефективност е в по-дългата употреба на хардуера. Също така Институтът „Еко“ предполага висок потенциал за по-голяма ефективност чрез намаляване на производството и удължаване на използването (Gröger и др., 2021).

ВЪГЛЕРОДЕН ОТПЕЧАТЪК НА IPHONE 14



► Източник: Reinhard et al. 2024, с. 10.

За да се намали екологичният отпечатък, трябва да се адресира проблемът с **остаряването**:

ОБЕКТИВНО ОСТАРЯВАНЕ:	ФУНКЦИОНАЛНО ОСТАРЯВАНЕ:	СУБЕКТИВНО ОСТАРЯВАНЕ:
НЕ МОЖЕ ДА СЕ ПОПРАВИ, НЕ МОЖЕ ДА СЕ ИЗПОЛЗВА (НАПР. НЕСЪВМЕСТИМОСТ НА СОФТУЕРА)	ПО-МАЛКО УДОБНО ЗА ИЗПОЛЗВАНЕ.	ИЗГЛЕЖДА ОСТАРЯЛО ИЛИ „СТАРОМОДНО“.

Освен потреблението на суровини за производство на енергия и хардуер, електрониката също генерира отпадъци. Тези **електронни отпадъци (е-отпадъци)** непрекъснато се увеличават. Тъй като голяма част от тях се изнасят за по-бедни държави, където рециклирането се извършва при социално и екологично силно съмнителни условия, това се превръща и в глобален проблем.

Е-отпадъците са най-бързо нарастващият поток от отпадъци в света; между **50 и 60 милиона тона** се произвеждат всяка година. Според **Global E-waste Monitor 2024** на ООН и ITU следните държави произвеждат най-много е-отпадъци на глава от населението в Европа:

ТОП 5 ГЛОБАЛНИ ПРОИЗВОДИТЕЛИ НА Е-ОТПАДЪЦИ

НОРВЕГИЯ – 27 КГ

ОБЕДИНЕНО КРАЛСТВО – 25 КГ

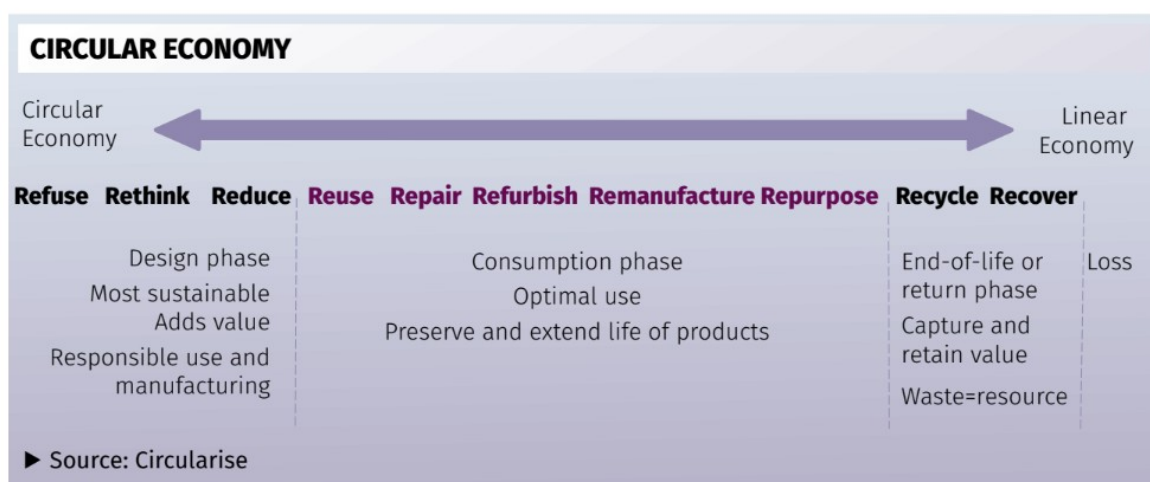
ШВЕЙЦАРИЯ – 23 КГ

ФРАНЦИЯ | ИСЛАНДИЯ | БЕЛГИЯ | НИДЕРЛАНДИЯ | ДАНИЯ – 22 КГ

ГЕРМАНИЯ | ИРЛАНДИЯ | ЛЮКСЕМБУРГ | САЩ – 21 КГ

Световна средна стойност: 7,8 кг на човек

Голямо очакване към дигитализацията е и това, че тя ще допринесе за **кръговата икономика** (илюстрация по-долу), например чрез „интелигентни“ цикли. В същото време графиката показва, че стратегическата цел не е само да се рециклират суровини колкото е възможно повече (повече от дясната страна на спектъра), но и продуктите да се **преизползват или продължат да се използват** в състояние на висококачествена обработка (съвсем в лявата страна на спектъра):



Освен това кръговата икономика засяга и самия **дигитален начин на живот**, тъй като все повече потребяваните продукти са дигитални/електрически. През 2024 г. беше въведено **правото на поправка в ЕС**, което се фокусира върху електрониката/хардуера (**Инициатива за кръгова електроника, EUC COM(2020) 98 final; Директива на ЕС 2024/1799**). Регулациите на ЕС относно стандартни кабели и връзки представляват високопрофилен подход за ефективно намаляване на отпадъците с ползи за гражданите.

Въпреки това, по-големите политически цели се възпрепятстват от тактиките на производителите да предотвратяват по-дълги цикли на употреба. Например: като не доставят оригинални резервни части на сервизни центрове, като възпрепятстват ремонтите с други части или чрез претоварване на стар хардуер с актуализации на софтуера.

Етикети и бази данни, които отчитат екологични (като **EPEAT**) или социални стандарти, понякога се вземат предвид при закупуване на хардуер в компании и администрации. Те обаче често не включват потребителски устройства. Като цяло това разделение на бизнес и потребителски устройства показва, че потребителите биват насърчавани да консумират хардуер в по-бързи цикли.

Някои предприятия се опитват да изследват полето на използваните ИКТ и вероятно запълват ниша чрез продажба на **рефурбишнати устройства**. **Repair cafés**, онлайн ръководства и групи за хардуерни ремонти подпомагат потребителите в процеса на поправка и също така им помагат да разберат как всъщност работи тяхното устройство.

1.1 ЗАКЛЮЧЕНИЯ – МАТЕРИАЛНАТА СТРАНА НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА

Е-ОТПАДЪЦИ

Темата за е-отпадъците изглежда се засяга от време на време, особено в сферата на глобалното учене.

Материали: Е-отпадъци

Global e-waste. Образователен материал за ИТ и електроника със силен фокус върху глобалното учене, създаден от **EPIZ e. V. Center for Global Learning** в Берлин → [LINK](#)

Power critical educational resources on digitalisation. От **F3_kollektiv: digital_global** → [LINK](#)

Smartphone Raw Material Suitcase: Образователен материал, първоначално разработен от **Природонаучния музей във Виена** и разпространяван в Германия от **IASS Potsdam – Institute for Advanced Sustainability Studies** → [LINK](#)

Симулационна игра: „Минно дело в дъждовната гора?“ – игра за предизвикателствата и възможностите при добива на суровини, създадена от **Germanwatch** (на немски) → [LINK](#)

КРЪГОВОСТ

Някои свързват осъзнаването за околната среда с идеята за кръговост, която включва и дигиталната сфера. Това се отнася не само до съзнателното използване на хардуер и избягване на е-отпадъци, но и до използването на **алтернативен софтуер** (като свободен и отворен софтуер).

Като пионери на по-устойчива и алтернативна дигитална култура, досега изглежда именно тези организации – заедно с някои по-малки участници, които се определят като дигитално гражданско общество или хакери – преследват този тип повишаване на осведомеността в по-широкия смисъл на образованието.

РЕМОНТ И ХАКВАНЕ

Ученето как да се поправят, ремонтират или преизползват устройства, или как да се излезе от **проприетарна софтуерна среда** с ограничен живот, е предимно самоинициирано и „направи си сам“. Днес това е много по-достъпно благодарение на **онлайн уроци и сайтове като Ifixit**, или работилници за самопомощ, предлагани от дигиталното гражданско общество, хакери или **repair cafés**. Младежката работа изглежда все още не е развила мащабни образователни програми или работилници по тази тема.

ЕКОЛОГИЧНО ОБРАЗОВАНИЕ С ДИГИТАЛНИ ИНСТРУМЕНТИ ≠ ОБРАЗОВАНИЕ ЗА ДИГИТАЛНОТО И ОКОЛНАТА СРЕДА

Съществува много практика в дигитална форма и предлагане на инструменти за учене за екологични проблеми. Един пример е испанският проект **„Reciclando con Inteligencia Artificial“** ([LINK](#)), който използва машинно и автоматично обучение.

В подглавата за „данните“ също се споменават проекти, които събират екологични данни, например в **гражданската наука**. Други проекти правят достъпни онлайн материали за екологично образование.

В нашия анализ искаме да подчертаем, че формата на дигитален инструмент или формат не прави автоматично проекта място за учене на „дигиталното“. От гледна точка на **образованието за демократично гражданство**, често липсва **рефлексивният компонент върху дигитализацията**: фокусиране върху

въздействието на дигитализацията и социалните последици, свързани с нея, като тема/култура/структурен принцип в обществото – например влиянието на **AI върху околната среда или производството на отпадъци**.

„ПРАЗНИ ПРОСТРАНСТВА“

Младежката работа може да се възползва от перспективата и опита на организации, които са направили дигиталната устойчивост своя цел и част от своята култура. Това не е само въпрос на е-отпадъци и рециклиране, но и на развиване на **по-устойчиви практики**, включително в образованието: алтернативни операционни системи, платформи за сътрудничество и споделяне, щадящи личните данни, **отворени образователни ресурси (OER)** или **Creative Commons**.

Това изгражда мост между вниманието към отпадъците и размисъла върху дигиталния начин на живот, което е част от третата част на тази глава.

Генерирането на енергия, за да се задоволи растящото глобално търсене на енергия – включително за центровете за данни – обикновено се възприема като един от най-належащите проблеми, но все още не е навлязло в младежката работа.

ЕС вече е показал, че има голям потенциал да задава стимули отвъд своите граници за намаляване на екологичния отпечатък на дигитализацията. Най-скоро това се случи със стандартизацията на кабелите за свързване и налагането на **правото на поправка**. Въпреки това, регулациите на ЕС в тази област не се отразяват в младежката работа.

От една страна, младежката работа може да съпътства текущите развития и проекти и така да допринесе за по-европейска публична сфера. От друга – може да разглежда критично съществуващите регулации и тяхното функциониране. Това откритие важи за почти всяка политическа област, но особено за дейности, попадащи в обхвата на вътрешния пазар (като устойчивата икономика), където може да има особено силно въздействие.

Въпреки че правото на поправка, ремонтпригодността на хардуера и проблемите с остаряването отдавна са признати като **законодателен проблем**, проектите или педагогическите материали, които да ги адресират, изглеждат редки.

Утвърдените концепции за екологично ориентирано образование и младежка работа все още подценяват дигитализацията. Например, **ЮНЕСКО**: макар че индикаторите **ROAM-X** включват екологичното измерение (2024a), това не се

пренася в образованието, което организацията насърчава. **„Образование за устойчиво развитие“**, **„Образование за климатични промени“** или **„Greening Education“** са до голяма степен **дигитално слепи**. А ръководството на ЮНЕСКО за „Преподаване и учене за климатични действия“ насърчава положителен образ на дигитализацията, базиран по-скоро на надеждата, че **умните градове** намаляват екологичното въздействие на жителите (UNESCO 2024b). Не би ли трябвало да поставим под въпрос това предположение и вместо това да улесним дискусия за това **как и при какви условия AI и дигитализацията могат да имат положително въздействие върху управлението на мрежата и отвъд?**

Европейската рамка за дигитални компетенции (DigComp) включва екологична защита като един аспект на сигурността („да се защитава околната среда от въздействието на дигиталните технологии и тяхното използване“, Vuorikari и др., 2022). „Зелената“ рамка за компетенции напомня едва в последните си изречения (които не са част от дескрипторите), че преподавателите „трябва да вземат предвид въздействието на дигиталните технологии върху устойчивостта“ (EC JRC, 2022).

Глобалното учене за дигиталността е важно. Но суровините са само един аспект. Други неравномерно разпределени глобални екологични тежести, свързани с производството на хардуер, също са важни за разбирането на екологичния отпечатък на дигитализацията: **замърсяването на околната среда от производствени съоръжения**, често **неустойчивото производство на енергия**, необходимо за производството, както и в по-широк смисъл – **проблематичните социални условия**.

1.2 ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА ВЪРХУ КЛИМАТИЧНИТЕ ПРОМЕНИ

Според **Евробарометър**, младите хора възприемат темата като важна. През пролетта на 2024 г. младежите на възраст 18–24 години в ЕС посочват **„климат и околна среда“** като най-важна средносрочна политическа област за следващите пет години (34 %), следвана от **сигурност и отбрана** (27 %) и **икономика** (26 %) (Европейски съюз, 2024c, QB3). Така младите хора приоритизират темата по-високо от възрастните.

Въпреки това, ако европейците бъдат попитани за най-важните проблеми в тяхната страна към момента, **цените** или **международната ситуация** се нареждат по-важни (Европейски съюз, 2024d, QA3).

Ако пък младежите бъдат попитани за краткосрочни приоритети, най-отпред излизат:

осигуряване на мир и сигурност (40 %),

възможности за работа (34 %),

качествено образование (31 %).

Това е по-високо от **развитието на възобновяема енергия** (20 %), което е единственият зададен екологичен краткосрочен политически аспект. По-възрастните поколения оценяват този аспект дори по-високо (средно: 22 %) (Европейски съюз, 2024с, QB11ab).

Краткосрочните и по-общите цели изглежда донякъде се разминават.

Организацията **Higher Education for Good** попита младежи по целия свят за техните тревоги за бъдещето. В Европа отговорите, свързани с **„екологични проблеми“**, бяха посочени от **11 %** – след **„финансова ситуация“** (25 %), **„провал“** (16 %), **„кариера и професионално развитие“** (16 %) и **„здраве и благополучие“** (13 %) (Foundation Higher Education for Good, 2023, с. 86).

Околната среда беше единствената **социополитическа тема** сред основните притеснения на младежите в Европа и Централна Азия.

МНОЗИНСТВОТО ИСКА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА ДА БОРИ КЛИМАТИЧНИТЕ ПРОМЕНИ

32 % казват: много важно

42 %: доста важно

15 %: не много важно

8 %: изобщо не важно

Източник: Special Eurobarometer 551, QC 1.2; n=26.346; европейци над 15 години

Също така, проучване на Евробарометър от 2024 г. потвърждава, че темата, разбираана като политическа област, все още има значима важност за европейската младеж:

ВОДЕЩИ ТЕМИ ЗА ПОЛИТИКИТЕ НА ЕС ОТ ПЕРСПЕКТИВАТА НА МЛАДИТЕ ХОРА

Повишаващи се цени, разходи за живот – 40 %

Околна среда и климатични промени – 33 %

Икономическа ситуация и създаване на работни места – 31 %

Социална защита, благосъстояние и достъп до здравеопазване – 29 %

Източник: European Union (2024b) Q2 | n=25.863, граждани на ЕС, възрастова група: 16–30

Основното предположение, че дигитализацията може и трябва да допринесе за по-голяма устойчивост, е много стабилно. **„Над половината от респондентите (54 %) вярват, че дигиталните технологии могат да играят основна роля в решаването на проблемите, породени от климатичните промени“** (Vodafone Institute, 2020, с. 4).

14 % са скептични и смятат, че дигитализацията влошава ситуацията. Дори ако скептиците са малка група, тези 14 % имат основателни причини да не се доверяват на обещанията. **Ефектите на рикошет и индукция** винаги изглежда отменят или обръщат по-високата енергийна ефективност. Освен това масовото използване на **изкуствен интелект** значително ще увеличи енергийните потребности.

Трудността при прогнозите и сценариите е, че те не могат да предвидят нови технически разработки и променени стратегии.

МНОЗИНСТВОТО ВЯРВА, ЧЕ ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА ПОМАГА В БОРБАТА С КЛИМАТИЧНИТЕ ПРОМЕНИ

54 % – ДИГИТАЛНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ МОГАТ ДА ИГРАЯТ ГОЛЯМА РОЛЯ ЗА РЕШАВАНЕТО НА ПРОБЛЕМИТЕ С КЛИМАТИЧНИТЕ ПРОМЕНИ

(НАЙ-ВИСОКА ПОДКРЕПА: ПОРТУГАЛИЯ: 68 % | ИТАЛИЯ: 65 % | ПОЛША И УНГАРИЯ: 64 %)

14 % – ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА Е ЕДНА ОТ ПРИЧИНИТЕ ЗА ТЯХ

(НАЙ-ВИСОКА ПОДКРЕПА: ФРАНЦИЯ: 33 % | ПОЛША: 18 % | ГЕРМАНИЯ: 17 %)

32 % – НИТО ЕДНОТО/НИТО ДРУГОТО

(НАЙ-ВИСОКА ПОДКРЕПА: НИДЕРЛАНДИЯ: 47 % | ФРАНЦИЯ: 44 % | ГЕРМАНИЯ: 43 %)

ИЗТОЧНИК: VODAFONE INSTITUTE, 2020, С. 8; N=1.000 В 13 ДЪРЖАВИ ОТ ЕС

През 2017 г. **Greenpeace** смяташе, че големите платформи с техните амбициозни екологични цели са чистите ролеви модели, но основният проблем бяха останалите, които не ги следват:

„Докато броят на компаниите, ангажирани със 100 % възобновяемо бъдеще, продължава да расте, много от ангажиментите за 100 % ВЕ се реализират по път, който е много повече статус кво, отколкото трансформационен“ (Greenpeace, 2017).

През 2024 г., поради широкото използване на **AI в големи езикови модели**, става ясно, че целите не могат да бъдат постигнати. Вместо това доставчиците на AI се опитват да заменят устойчивата възобновяема енергия с **ядрена енергия** (Sokolov, D. AJ, 17/10/2024).

Два ефекта описват как досега печалбите от ефективност чрез дигитализация са били **относителни или дори обърнати**.

ЕФЕКТ НА РИКОШЕТА

Несъответствие между спестяванията, постигнати чрез повишаване на ефективността, и реалното енергийно потребление.

Директен: Спестяванията в центъра за данни се инвестират в повече изчислителна мощ.

Индиректен: Спестяванията в центъра за данни се изразходват другаде.

ЕФЕКТ НА ИНДУКЦИЯТА

Новите практики на потребление се позволяват и улесняват от технологиите.

Пример: повече пътувания чрез по-лесни онлайн резервации, повече трафик на пратки чрез онлайн търговия.

Ако се погледне къде конкретно се идентифицират потенциали за спестяване, то преди всичко е в управлението на инфраструктура. **Умните мрежи** и **умните градове** предполагат, че ресурси като пътища, енергия, градска зеленина, вода и други могат да бъдат управлявани особено ефективно чрез дигитализация. Испанската асоциация за дигитализация (**DigitalES**) формулира тази технологично-икономическа надежда така:

„Технологиите за изкуствен интелект и анализ на данни имат потенциала да ускорят анализа на големи обеми данни, позволявайки по-добро разбиране на екологичните предизвикателства и предоставяне на решения за тях. Това ще осигури механизми за подобро екологично планиране, вземане на решения и наблюдение на екологични заплахи. Конкретно. AI може да помогне за намаляване на потреблението на

енергия и ресурси, насърчаване на декарбонизацията и стимулиране на кръговата икономика“ (DigitalES, 2022).

Потенциалът на **AI** се крие в минимизирането на енергопотреблението („зелени AI“) и намирането на устойчиви решения на екологични проблеми (**въздействие чрез AI**). Въпреки това, разходите за дигитализация и вече споменатите ефекти на **рикошет** и **индукция** поставят под въпрос печалбите от ефективността. Но и други ефекти са свързани с дигитализацията на инфраструктурата:

УМНИ МРЕЖИ И СПОДЕЛЯНЕ НА ДАННИ

Датификацията на обществени мрежи като енергия, вода, пътища и отопление се очаква да доведе до по-ефективно управление и реални спестявания, както обикновено описва **ЮНЕСКО** в своите образователни материали:

„Дигитализацията и изкуственият интелект (AI) играят ключова роля за това транспортът да стане по-ефективен и по-малко замърсяващ, чрез автоматизирана мобилност и интелигентни системи за управление на трафика“ (UNESCO, 2024b).

Предпоставка за това е мониторингът на потреблението и използването в реално време. Това води до **дилема между неприкосновеността на личния живот и ползите от спестяванията**. Особено трябва да се обсъждат условията, при които личната информация за потребление и използване се споделя и изтрива. От гледна точка на **EDC/HRE**, интелигентната защита на околната среда не може да противоречи на защитата на данните и личната неприкосновеност.

ПРЕОСМИСЛЯНЕ НА УМНИЯ ГРАД. ДЕМОКРАТИЗИРАНЕ НА ГРАДСКИТЕ ТЕХНОЛОГИИ

От **Евгени Морозов** и **Франческа Бриа**. Авторите се смятат за важни гласове в критиката към корпоративно движената датификация на града. Те развиват алтернативни идеи за „ненеолиберални умни градове“. → LINK: chrome-extension://efaidnbnmnnibpcajpcglclefindmkaj/https://linx.rosalux.de/fileadmin/linx/pdfs/Digitalisierter_Kapitalismus-1.pdf

Интелигентната инфраструктура в демократичните общества трябва да отчита разнообразните ѝ последици върху хората от гледна точка на образованието, свързано с демокрацията, а не просто да разглежда потенциални решения в отделни сфери на действие. Ако гражданите носят смарт часовници, от това не може да се заключи, че те също са готови да споделят здравните си данни с частни компании. Ако гражданите позволят тяхното енергийно потребление да

бъде наблюдавано, от това не следва, че ще се съгласят и с безпроблемното и деанонимизирано проследяване на пътуванията им в обществения транспорт или на автомобилите им.

Затова ефективността на самите дигитални инфраструктури, както и социалното въздействие на дигитализацията на екологично значими инфраструктури, трябва да бъдат част от всяко образование за умните градове. За тази цел могат да се използват и резултатите от много изследователски проекти за внедряване на умни градове, които споделят диференциран поглед върху датификацията на градската инфраструктура.

ГОТОВНОСТ ЗА СПОДЕЛЯНЕ НА ДАННИ

БИХТЕ ЛИ БИЛИ ГОТОВИ ДА СПОДЕЛЯТЕ ДАННИТЕ СИ С ДЪРЖАВАТА В ПОЛЗА НА ОКОЛНАТА СРЕДА?

53 % – ДА, НО САМО ПРИ СТРОГИ УСЛОВИЯ (НАПР. ГАРАНТИРАНЕ НА АНОНИМНОСТ, ПРОЗРАЧНОСТ ПРИ ИЗПОЛЗВАНЕТО НА ДАННИ)
НАЙ-ВИСОКИ СТОЙНОСТИ: ГЪРЦИЯ: 64 % | УНГАРИЯ: 62 % | ЕСТОНИЯ: 61 %

22 % – ДА, СЪС СИГУРНОСТ
НАЙ-ВИСОКИ СТОЙНОСТИ: ИТАЛИЯ: 30 % | ПОРТУГАЛИЯ И ИСПАНИЯ: 28 %

15 % – НЕ
НАЙ-ВИСОКИ СТОЙНОСТИ: ЕСТОНИЯ И ГЕРМАНИЯ: 20 % | ФРАНЦИЯ: 19 %

ИЗТОЧНИК: VODAFONE INSTITUTE, 2020, С. 11; N=1.000 В 13 ДЪРЖАВИ ОТ ЕС

В общата картина възниква въпросът доколко именно **поведението на отделния гражданин** има значимо влияние върху обществения CO₂ отпечатък, или пък решенията на компании и политици. Наред с личната (културна) промяна, решаващо значение придобиват и **системните промени**.

Най-големите спестявания вероятно ще бъдат постигнати в областите с **най-голямо замърсяване**:

СЕКТОРИ С НАЙ-ГОЛЕМИТЕ ЕМИСИИ НА ПАРНИКОВИ ГАЗОВЕ В ЕВРОПА

ЕЛЕКТРИЧЕСТВО, ГАЗ, ПАРА И КЛИМАТИЗАЦИЯ – 643.863.779.000 ТОНА (22 %)

ПРОИЗВОДСТВО – 507.753.976.000 ТОНА (18 %)

СЕЛСКО СТОПАНСТВО, ГОРСКО СТОПАНСТВО И РИБАРСТВО – 376.420.539.000 ТОНА (13 %)

ТРАНСПОРТ И СКЛАДИРАНЕ – 247.785.105.000 ТОНА (9 %)

ВОДА И ОТПАДЪЦИ – 117.020.432.000 ТОНА (4 %)

СТРОИТЕЛСТВО – 52.388.960.000 ТОНА (2 %)

ДОМАКИНСТВА – 713.678.175.000 ТОНА (25 %)

ИЗТОЧНИК: EUROSTAT ENV_AC_GHGFP; 2022, ЕС 27, 100 % = 2.888.804.439.000 Т

Първата област (**електричество, газ, пара**) включва и въглеродния отпечатък на **центровете за данни** и **енергийната консумация на дигитализацията**. Очаква се той да нараства с масовото навлизане на **изкуствения интелект (AI)**.

1.2 ЗАКЛЮЧЕНИЯ – ВЪЗДЕЙСТВИЕ ВЪРХУ КЛИМАТИЧНИТЕ ПРОМЕНИ

РЕАЛИСТИЧНА КАРТИНА НА ДИГИТАЛНАТА УСТОЙЧИВОСТ

Прегледът на образователните практики с млади хора до голяма степен потвърждава уверената и оптимистична представа за способностите на дигитализацията да бъде част от решението и двигател на „умния растеж“. Тези практики често акцентират само върху потенциала, докато до голяма степен игнорират данни или реалистични сценарии. Основно педагози от сферата на екологичното образование се опитват да улеснят изграждането на по-комплексна картина за дигиталната устойчивост, както показват представените по-долу примери:

Материали: Околна среда

Digitalisation & Sustainability. Образователен материал за различни нива на училищното образование, създаден от **Greenpeace Германия**. Насочен е към критичната рефлексия на учениците и интегрира екологични аспекти, но също така разглежда основополагащи аспекти на дигиталния живот и икономика. →

LINK: <https://www.greenpeace.de/ueber-uns/umweltbildung/digitalisierung-nachhaltigkeit>

EGreen project. Образователен материал за дигитализация и околна среда с фокус върху професионалното образование и обучение (Ирландия, Франция, Италия и Естония). → LINK: <https://adice.asso.fr/en/projects/egreen/>

Save the world digitally!? Наръчник за екологично, дигитално и равно бъдеще, създаден от **BUND (Германия)**. → LINK: <https://www.bund.net/service/publikationen/detail/publication/digital-die-welt-retten-handbuch-fuer-eine-oekologische-digitale-gerechte-zukunft/>

ТЕХНО-ОПТИМИСТИЧНО ОБУЧЕНИЕ ЗА AI ИЛИ УМНИ ГРАДОВЕ

Много шаблони и материали за умни градове са създадени от комуникационни агенции и консултантски компании. Те са склонни да игнорират екологичния отпечатък на дигитализацията (макар понякога да използват темата за околната среда като силна илюстрация), както и социалните и политическите ѝ последици.

По този начин материалите в мнозинството си представят **приятелска към компаниите гледна точка за платформизацията** и изключват релевантни аспекти на дигиталната трансформация, ориентирана към човека – като демократично управление, алтернативи на наблюдението, отворени данни и др.

Тези материали са важни, тъй като отразяват доминиращата позиция в публичния дискурс и могат да бъдат релевантен източник за тематични дебати. Въпреки това трябва да се избягва едностранчивост – необходимо е да се вземат предвид всички съществени аспекти и интереси.

Поради **неравномерното разпределение на ресурсите** за производство на материали, е нужно да се търсят по-интензивно алтернативи и да се насърчава използването им – например чрез сътрудничество с екологични организации или дигитални НПО на местно ниво.

ФОКУС ВЪРХУ УЧИЛИЩНОТО ОБРАЗОВАНИЕ

Екологичните НПО, които разработват педагогически материали, много често се фокусират върху училищата. Техните подходи са по-малко пригодени за неформалното образование и по-слабо насочени към обсъждането на нужди, дилеми и осъзнати възможности. Някои се концентрират предимно върху

личното поведение – важен аспект, но такъв, който трябва да бъде придружен и от **системна перспектива**, тъй като само **25 % от емисиите** се причиняват от дейности на домакинствата.

„ПРАЗНИ ПРОСТРАНСТВА“

Въпросът доколко климатичните промени могат да бъдат овладени чрез дигитализация често **не се задава**, а се приема за даденост. Въпреки това, за компетентна и конструктивна дискусия по подходите и решенията, нужни в бъдеще, е необходимо **обучение, базирано на доказателства, идеално с реални и реалистични данни**.

Обучението относно въздействието на дигитализацията върху климатичните промени трябва да включва опознаване и критичен преглед на **действащи политики и индустриални мерки**, особено в европейски контекст – стратегии, инвестиции и самоналожени ангажименти на държавите членки на ЕС.

Разгръщането на **AI** доведе до значителен ръст на използването му от младите хора. В екологично отношение това доведе до по-високо **енергийно потребление** за трениране на моделите и за сървърите, които ги хостват. Същото важи и за други технологии. Ако има увеличаваща се спекулация с **криптовалути**, това води до повече „копаене“ и поддържане на блокчейна, което покачва енергийните изисквания. **Стрийминг услугите** също увеличиха енергийното потребление на интернет.

Особено там, където енергопотреблението е свързано с **младежки практики**, екологичните ефекти от консумацията и младежката активност трябва да станат релевантни аспекти на дигиталната младежка работа. Както и другите възрастови групи, младите хора също се държат противоречиво по този въпрос. **Осъзнаването и действията не винаги съвпадат**.

Предлагането на програми, които назовават тези противоречия и помагат на младите хора поне частично да ги разрешат за себе си, би било важен елемент на **устойчива дигитална младежка работа**. Работата с дилеми и напрежения е част от ядрото на **EDC/HRE** и трябва да се прилага именно тук – без обвинения, а чрез **визуализиране на опциите и последиците**.

„Докато технологиите продължават да се развиват, новите дигитални възможности постоянно отключват нови вълни на ентузиазъм, а старите обещания за прогрес биват забравени. Това се улеснява от факта, че е трудно да се измерят екологичните разходи на едно единствено дигитално приложение, защото дигиталната инфраструктура обхваща сложна мрежа от

различни платформи и приложения. Въпреки това, провалът на дематериализацията е осезаем: градовете все още са пълни с коли, потреблението и производството са по-скоро увеличени, отколкото намалени от новите платформи за поръчки, а енергийното потребление на интернет рязко е нараснало с увеличената употреба на дигитални медии.“

Източник: Konzeptwerk Neue Ökonomie, 2022, с. 63

1.3 ДИГИТАЛЕН НАЧИН НА ЖИВОТ

Въглеродният отпечатък на дигиталния начин на живот се разбира като въздействие върху климата от ежедневната употреба на технологии, включително енергийното потребление, свързано с тяхното производство и експлоатация.

Въпреки че често се предполага, че екологичните въпроси са особено близки до младите хора, по-голямо количествено желание за промяна на конкретни културни навици в краткосрочен план не се потвърждава – макар мотивациите да могат да се различават (например по-дългогодишна употреба при по-възрастните групи от населението).

Изследвания и педагози твърдят, че интересът на младите към околната среда като цяло намалява. Въпреки това, както показахме в раздел 1.2, това все още е една от по-значимите политически области, на които младите хора обръщат особено внимание.

Тази подглава разглежда как осъзнаването на екологичните аспекти на дигитализацията се отразява върху нашето поведение.

ВЪГЛЕРОДЕН ОТПЕЧАТЪК НА ДИГИТАЛНИЯ НАЧИН НА ЖИВОТ

Институтът Öko е изследвал въглеродния отпечатък на дигиталния начин на живот за Германия, но по принцип могат да се приемат сходни данни и за други европейски държави. Както се вижда от примера с iPhone 14 (в раздел 1.1), основният потенциал, върху който потребителите могат да влияят пряко за намаляване на въглеродния си отпечатък, е по-дългата употреба на ИКТ устройствата.

Другите важни фактори – енергийното потребление и стриймингът – зависят само частично от потребителите, но основно от тези, които предоставят съдържанието (тук „енергия“ означава енергията, необходима на платформите, а не тази за самия хардуер).

В обобщение: производството може да стане по-малко ресурсно интензивно или устройствата да бъдат използвани по-дълго време.

МЛАДЕЖКИ СРЕДИ В ГЕРМАНИЯ (ПО ОТНОШЕНИЕ НА ЕКОЛОГИЯ, ПОЛИТИКА, КОНСУМАЦИЯ)

ДИСТАНЦИРАНИ – 15 %

ЖЕНИ: 56 % | МЪЖЕ: 44 %

ФОКУСИРАНИ ВЪРХУ ИКОНОМИКАТА – 30 %

ЖЕНИ: 57 % | МЪЖЕ: 43 %

ПРАГМАТИЧНИ – 19 %

ЖЕНИ: < 50 % | МЪЖЕ: > 50 %

ИДЕАЛИСТИ – 36 %

ЖЕНИ: 57 % | МЪЖЕ: 43 %

ИЗТОЧНИК: VMUV, 2024, С. 11, N=1.150 ЛИЦА, 14–22 ГОДИНИ, ЖИВЕЕЩИ В ГЕРМАНИЯ

ТИПИЧНИ ПОТРЕБИТЕЛИ/КЛИЕНТСКИ ГРУПИ НА СМАРТФОНИ

ЧУВСТВИТЕЛНИ КЪМ ПРОИЗВОДИТЕЛНОСТТА ЕСТЕТИ – 20–25 % (ПО-МАЛКО ЧУВСТВИТЕЛНИ)

ТЕХНОЛОГИЧНИ ЕНТУСИАСТИ – 15 %

ПРАГМАТИЦИ – 25–30 %

ЕНТУСИАСТИ ПО УСТОЙЧИВОСТТА – 10–15 %

ЧУВСТВИТЕЛНИ КЪМ ЦЕНИТЕ – 15 %

ДЪЛГОСРОЧНИ ПОТРЕБИТЕЛИ – 10–15 % (ПО-ЧУВСТВИТЕЛНИ)

ИЗТОЧНИК: REINHARD ET AL., 2024, С. 19

Ако „младежта“ не се разбира като единна възрастова група, а по-скоро като представители на различни социални среди, логично е образованието да бъде насочено към разнообразните нужди и интереси – например чрез предлагане на различни тематични изходни точки.

На този етап се намесва и културен аспект. Както подсказва понятието „субективно остаряване“, устойчивостта зависи от готовността устройствата да се използват по-дълго време. Ако новите устройства се възприемат като елементи на социално участие и интеграция, то съзнателната употреба на по-стара техника може да бъде разчетена като стъпка в противоположната посока (което не се отнася само за младите хора).

Образованието в този смисъл има смислено свързване с нуждите, субективната и обективната зависимост и индивидуалните пътища към по-устойчива консумация. Съответно, тази култура в момента се развива по-силно в младежките среди, които по принцип ценят устойчивостта, интересуват се от втора употреба или са постматериалистични.

Метатрендът на повсеместните изчисления – т.е. извеждането на устройствата първо от сървърните зали, а после и от бюрата, и превръщането им в ежедневни спътници – засили дигитализацията през последните десетилетия.

В същото време миниатюризацията доведе до загубата на модулността, която някога беше типична. Устройствата станаха по-малки и по-интуитивни, но не и по-разбираеми, поправими и персонализируеми. Това се компенсира чрез ниски цени, но допринася за екологичния отпечатък на ИТ индустрията.

В определени ниши положителният опит от миналото с модулност и стандартни части се опитва да бъде приложен към настоящите нужди. Производители като Fairphone и Shiftphone залагат на модулен дизайн и (сравнително) дългосрочна поддръжка с актуализации. Някои проекти и доставчици са посветени и на модулни лаптопи.

ОТВОРЕН ХАРДУЕР

„Докато търсенето на **„право на ремонт“** вече е достигнало до много хора, насърчаването на **хардуер с отворен код** все още се развива. При отворения хардуер трансферът на знания не се ограничава само до ремонт или поддръжка, а е значително по-обхватен. Отвореният код следователно включва и **възможност за ремонт.**“

Open Knowledge Foundation Deutschland

Източник: Voigt & Wessolek, 2023, с. 51

Алтернативният софтуер (особено **свободният и с отворен код – FOSS**) позволява **по-дългосрочна употреба и персонализация**, както и **защита на личните данни** и контрол върху дигиталната сянка.

Дигиталната устойчивост е фундаментално свързана с разпространението и укрепването на отворения и свободен софтуер. Ако той трябва да играе по-голяма роля във формирането на дигиталната култура на бъдещето, **младежката работа** трябва да предприеме стъпки за повишаване на неговата публичност и за създаване на приемственост към алтернативи на интересите на дигиталните индустрии, които доминират пазарите.

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА УКРЕПВАНЕ НА СВОБОДНИЯ И СОФТУЕРА С ОТВОРЕН КОД

- Свободни операционни системи (като Linux), алтернативни магазини за приложения (като F-Droid)
- Използване на доказани качествени програми (като LibreOffice, Firefox или Thunderbird)
- Премахване на софтуерни ограничения след приключване на поддръжката
- Определяне на стандарти от публични органи, включително образователни институции
- Съфинансиране на по-нататъшното развитие на свободен софтуер от държавата (според идеята „публични средства – публичен код“) или от младежки организации

1.3 ИЗВОДИ – ДИГИТАЛЕН НАЧИН НА ЖИВОТ

РЕМОНТ, DIY & ХАКВАНЕ

Докато през предишните десетилетия идеята за „хакване“ и поправка беше силно свързана с дигиталната младежка култура, днес тези термини сякаш обозначават други самоорганизирани дейности.

Множество **мейкърспейсове и лаборатории (fab labs)** в Европа (предлагани от различни организации, особено младежки центрове, библиотеки и НПО) дават на младите хора пространство да изпробват уменията си и да следват своите дигитално-практически интереси.

За да се заобиколи **субективното и функционалното остаряване** на продуктите – например чрез **препрограмиране, ъпгрейд, модификации** – и като се работи за по-широко социално приемане на употребата на „стара“ техника, младежката работа би могла да засили и насърчи аспектите на **хардуерен и софтуерен DIY**. Освен екологичния аспект, това би било и иновация – допълване на когнитивното учене за дигитализация с **практически опит**, като например ремонт.

БЛИЗО ДО ЖИВОТА

Много дейности в областта на медийната педагогика или дигиталната културна младежка работа се свързват с ежедневния опит на младите хора. Въпреки това, **аспектът на устойчивостта** в ежедневния дигитален живот често остава пренебрегнат.

Различни практики твърдят, че свързват околната среда или устойчивостта с дигиталната педагогика, но това често може да бъде поставено под въпрос при по-внимателен поглед: често образователни материали по екологични теми просто се предлагат на дигитални платформи или се твърди, че екологичният аспект се състои в предоставянето им в **непечатен формат**.

Материали и данни за суровини и ресурси често **нямат връзка с дигитализацията**.

Примери: Лични калкулатори за CO₂

The CO₂web Observatory – Чайр по екологична етика, Университет в Алкала (испански и английски) → [LINK](#)

Internet's CO₂ Emissions Calculator – EcoTree, Дания (английски, немски, френски, холандски) → [LINK](#)

Climate Lifestyle Check – Joanneum Research, Австрия → [LINK](#)

Climate Calculator – WWF Великобритания (английски) → [LINK](#)

My Ecologic Backpack – Институт за екологични изследвания Вупертал (немски и английски) → [LINK](#)

„ПРАЗНИ ПРОСТРАНСТВА“

Използването на дигитални устройства е важно за младите хора в много измерения: като **средство за комуникация, развлечение, инструмент** за различни дейности. Тъй като зависят от функционалността, устройствата са и **статус символ**. Това влиза в противоречие с екологичната цел за по-дълга употреба или ремонт.

Тук екологичното образование се преплита с аспекти на **културното участие и ценности**. Когато продължителността на употреба се определя от тенденции, начин на живот или културни очаквания, образованието може да разкрие бариерите и мотивациите за ремонт, повторна употреба и рециклиране. Въпросът е: **как младите хора искат да разрешат това напрежение?**

Освен това, дигиталната младежка работа може да постави акцент върху **ремонта и адаптирането на хардуер и софтуер** и като (практическа) компетентност, в сътрудничество със самопомощни организации, лаборатории или дигитални хактивисти.

Аналитично погледнато, дигиталните практики могат по-добре да отчитат екологичната перспектива и да включват разсъждения за **алтернативни опции** на предизвикателни или дори проблематични дигитални практики – като алтернативи на **стрийминг**, енергоемък **AI**, проприетарни системи, големи платформи и др.

2. Идентичност и

ДИГИТАЛНОСТ

Юношеството е етап, в който младите хора се сблъскват с **несигурности и ролеви обърквания**. Наред с въпросите „кой съм аз?“ и „кой бих могъл да бъда?“, идентичността се формира чрез изследване на себе си в различни измерения – етническо, социално, сексуално, физическо, полово, политическо, начин на живот, взаимоотношения, лични нагласи, самооценка, ценности, култура, социална класа и други.

Идентичността – като съвкупност от характеристики, нагласи и принадлежности, които описват, отличават и свързват човек с другите – често бива поставяна под въпрос, предоговаряна или изграждана наново в нелинеен и понякога хаотичен процес. **Ролевите модели, връстниците и социалните връзки** стават все по-важни.

В реалностите, съвместно определяни от дигиталното, става ясно, че **офлайн и онлайн идентичността не могат да бъдат отделени**. Дигиталната идентичност вече е **неразделна част от личната идентичност**. В заключение – дигиталността като съществено и определящо измерение на формирането на идентичността се превръща в **ключов фактор за младежката работа и образованието**.

Днешната доминираща форма на дигитализация е базирана на **използването и експлоатацията на данни**, които са особено важни или значими за собствената идентичност. Дигиталните устройства ни съпътстват ежедневно.

Тази глава разглежда следните аспекти:

- **Видимост и самосъздаване на дигиталния образ**
- **Азът като суровина на дигиталната икономика**
- **Здраве, благополучие и физическо тяло**
- **Идентификация и предсказуемост**
- **Активни потребители**

Ако идентичността включва видимост и (само)възприятие, то **профилите и платформите** днес влияят върху това как младите хора се представят или как са възприемани. Ако тя включва и разграничаване от другите и отнасяне към групи, тогава е важно да се отчете, че платформите влагат много усилия в **категоризирането и класифицирането** на младите хора.

Истината е, че начинът, по който човек класифицира себе си и се определя социално, никога не е бил изцяло под негов собствен контрол. Но днес именно **платформите и брокерите на данни**, както и моделите, които те използват за анализ и класификация (например **психометрично профилиране**), имат значително влияние върху това.

Ако **данните са горивото на дигиталната икономика** (ролята, която петрола имаше в преддигиталната икономика – като суровина и като стока за печалба), тогава проблемите с **личните данни, неразрешеното им използване или безгрижното им споделяне** не са изключения, а **фундаментални явления**.

В социални среди, съвместно оформяни от дигиталното, **собственият образ** е в напрежение с образа, който (частни и публични) услуги и компании извеждат от данните на човека и също споделят с трети страни. Технологиата сама се превръща в **социален актьор** чрез миниатюризацията и повсеместното си присъствие в ежедневието. Хората все повече работят **интуитивно с машини**, устройствата улесняват живота ни; комуникацията с другите все по-често се осъществява чрез устройства и услуги. Тази връзка оказва влияние и върху

нашето физическо възприятие, физическите ни способности и психичното ни благополучие.

Дигиталното е – преди всичко – **огромен пазар**. Платформи, програмисти, услуги и производители на устройства искат да печелят пари и тъй като дигитализацията е направила потреблението като цяло по-лесно, **младежката работа трябва да се интересува повече от ролята на младите хора като дигитални потребители.**

2.1 ВИДИМОСТ И САМОСЪЗДАВАНЕ НА ДИГИТАЛНИЯ ОБРАЗ

От горното може да се заключи, че **прегледът и контролът** са различни за потребителите и за платформите. Най-предизвикателните аспекти са онези, които **не са видими или достъпни** за отделния човек. Младежите и всички учащи се се нуждаят от **подкрепа и права за достъп до информация**, както и от възможности да упражняват контрол – например чрез **правото на просто запитване за информация** съгласно **Общия регламент на ЕС за защита на данните (GDPR)**.

ПРОЗОРЕЦ НА ДЖОХАРИ

	ИЗВЕСТНО НА МЕН	НЕИЗВЕСТНО ЗА МЕН
ИЗВЕСТНО НА ДРУГИТЕ	ПОЗНАТО „АЗ“	МОЕТО „СЛЯПО ПЕТНО“
НЕИЗВЕСТНО НА ДРУГИТЕ	СКРИТО „АЗ“	НЕПОЗНАТО „АЗ“

Лъфт, Дж.; Ингам, Х. (1955). „Прозорецът на Джохари“, графичен модел на междуличностното осъзнаване

Платформите извличат **лична информация от метаданни** (напр. времето, когато е споделен пост, откъде, с каква камера е направена снимка) и от **потребителското взаимодействие** (например: човек харесва няколко публикации на лице X, но рядко на лице Y, четете статии по определена тема, търси конкретна ключова дума, бил е в определен град или на много различни места). Тези данни могат да се **комбинират с други данни** – публично достъпни лични данни, потребителски данни, данни, продавани от т.нар. **брокери на данни**.

В резултат платформите/доставчиците създават **образ за това кой изглежда човекът да е** – и този образ може да е далеч по-подробен, отколкото самият човек предполага: неговото „**сляпо петно**“ става по-голямо (не задължително достъпно за цялата публика, а само за някои, и не винаги свързано с истинско име, но въпреки това идентифицируемо).

Също така делът на „**непознатото Аз**“ може да се свие, тъй като някои елементи, непознати за когото и да било, могат да бъдат **предсказани** въз основа на данни от други потребители или чрез изчисляване на вероятности.

Например: човек, който харесва тема „X“ и статия „V“ късно вечер, купува книга със заглавие „Z“ и има приятел като „Y“, **се държи подобно на човек от тип „W“**.

Дигитален отпечатък

Следите и личните данни, които са достъпни и могат да бъдат събирани от други. Особено видими, когато други хора търсят информация за вас. Цел на дигиталната компетентност е да подпомогне учащите се да овладеят (или „курурат“) този отпечатък.

Активен дигитален отпечатък

Следите, които умишлено оставяме онлайн, когато вземаме съзнателни решения в интернет.

Дигитална сянка

Информацията, която неволно оставяме онлайн при сърфиране, понякога дори без да знаем (= пасивен дигитален отпечатък).

Според изследването на **Института Вайценбаум** от 2021 г. „*Hue и AI*“ (въпреки многобройните опити да се насърчи по-широкото използване на платформите), **младите хора смятат, че техните интереси не са достатъчно представени от компаниите, които създават и прилагат системите и платформите.**

КАКВО МИСЛИТЕ, ЧЕ КОМПАНИИТЕ ЗНАЯТ ЗА ВАС?

50 % раса/етническа принадлежност

49 % сексуална ориентация

43 % политически убеждения

32 % религия

ИЗТОЧНИК: GAGRČIN ET AL. 2021, СТР. 33 | N=2.889 (ГЕРМАНИЯ, ФРАНЦИЯ, ГЪРЦИЯ, ИТАЛИЯ, ПОЛША, ШВЕЦИЯ), 18–30 ГОДИНИ

Тези отговори показват, че младите хора не са наивни. В същото време техните предпазни мерки за защита на личното пространство изглеждат по-ниски от собствената им самооценка: онези, които рядко четат дребния шрифт, не могат едновременно да твърдят, че са информирани и разбират общите условия. Стъпката от разбирането към способността да се откаже предоставянето на данни изглежда е допълнително предизвикателство за почти 50 %.

КАКВО ХОРАТА ИЗПОЛЗВАТ, ЗА ДА ЗАЩИТЯТ ЛИЧНИТЕ СИ ДАННИ

78 % НАСТРОЙКИ ЗА ПОВЕРИТЕЛНОСТ В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ

73 % ИЗКЛЮЧВАНЕ НА ПРОСЛЕДЯВАНЕ НА МЕСТОПОЛОЖЕНИЕТО

70 % СМЯНА НА ПОТРЕБИТЕЛСКО ИМЕ/ПАРОЛА ИЛИ ИЗТРИВАНЕ НА СТАРИ АКАУНТИ

65 % ЧАСТЕН РЕЖИМ В БРАУЗЪРА

59 % СОФТУЕР ЗА БЛОКИРАНЕ НА РЕКЛАМИ

35 % ИНСТРУМЕНТИ ПРОТИВ ПРОСЛЕДЯВАНЕ

11 % НИТО ЕДНО ОТ ГОРНИТЕ

ИЗТОЧНИК: EUROPEAN DIGITAL LEARNING NETWORK, 2020

РАЗБИРАНЕ НА ОБЩИТЕ УСЛОВИЯ ЗА ИЗПОЛЗВАНЕ НА ЛИЧНИ ДАННИ

ДА: 77 %

ИЗТОЧНИК: FRA FUNDAMENTAL RIGHTS SURVEY 2020, ЕВРОПЕЙЦИ, N=4.195, ВЪЗРАСТ: 16–29

ЧЕЛИ ЛИ СТЕ ПОЛИТИКАТА ЗА ПОВЕРИТЕЛНОСТ ПРЕДИ ДА СЕ СЪГЛАСИТЕ?

80 % НЕ

14 % ДА, ПОНЯКОГА

6 % ВИНАГИ

ИЗТОЧНИК: EUROPEAN DIGITAL LEARNING NETWORK, 2020, СТР. 12

СПОСОБНОСТ ДА СЕ ОТКАЖЕ ИЗПОЛЗВАНЕТО НА ЛИЧНИ ДАННИ В УСЛУГИ, САЙТОВЕ И ПРИЛОЖЕНИЯ

ДА: 53 %

НЕ: 46 %

ИЗТОЧНИК: FRA FUNDAMENTAL RIGHTS SURVEY 2020, ЕВРОПЕЙЦИ, N=4.195, ВЪЗРАСТ: 16–29

Дали това е доверие в способността на държавата и ЕС да регулират? Или е съмнение, че общите условия и другите мерки са ефективни? Някои младежки работници подозират, че това е проявление на **непроизнесен социален договор на дигиталната епоха**: *Не чети, съгласявай се и най-важното – нещата да работят.*

ПОСТДИГИТАЛНО, НО НЕ „ПОСТ-ПОВЕРИТЕЛНОСТ“

66 % ОТ АНКЕТИРАНИТЕ НЕ ОДОБРЯВАТ ИНТЕРНЕТ ДОСТАВЧИЦИТЕ ДА НАБЛЮДАВАТ ТЯХНАТА ДИГИТАЛНА КОМУНИКАЦИЯ ЗА „ПОДОЗРИТЕЛНО СЪДЪРЖАНИЕ“.

67 % РАЗЧИТАТ НА КРИПТИРАНИ ПРИЛОЖЕНИЯ ЗА КОМУНИКАЦИЯ КАТО WHATSAPP ИЛИ SIGNAL.

56 % СМЯТАТ, ЧЕ ТЯХНАТА АНОНИМНОСТ Е ОТ РЕШАВАЩО ЗНАЧЕНИЕ ЗА АКТИВИЗМА ИМ И ЗА ОРГАНИЗИРАНЕ С ВРЪСТНИЦИ ПО ПОЛИТИЧЕСКИ ТЕМИ.

ИЗТОЧНИК: EDRI (7/3/2023), N=8.000 МЛАДИ ЕВРОПЕЙЦИ

2.1 ИЗВОДИ – СЪЗДАВАНЕ НА ДИГИТАЛНИЯ ОБРАЗ

Данните показват необходимостта от повече усилия за **насърчаване на защитата** като цяло, но и за подпомагане на учащите да предприемат активни стъпки – да разбират какви възможности имат и да прилагат различни мерки. Няколко практики с фокус върху превенцията са насочени към минимизиране на риска, т.е. настройки, съвместими с поверителността, и минимизиране на споделянето на данни или правилно поведение като потребител.

Образованието и овластяването не могат да се ограничат само до превантивни съвети към младите хора как да избегнат неблагоприятен дигитален отпечатък или как по-добре да контролират и управляват репутацията си.

Малко инициативи полагат усилия да обяснят **какво правят платформите и какво стои зад настройките**, с които се съгласяваме, в допълнение към практическите съвети. Младежката работа и образованието могат и трябва да направят видимо как дигиталното „онлайн присъствие“ – във всяка житейска ситуация – допринася за изграждане на профил и за предсказване или оценка на поведението. Това би подпомогнало по-комплексното разбиране на събирането на данни в рамките на образованието за поверителност.

Материали: Самоопазване

Peerbox.at – инструментариум на ЕСПАТ Австрия за защита на правата на децата от сексуална експлоатация (на немски) → [LINK](#)

Youth Voice in Online Safety Toolkit – ресурси за работа с млади хора 3–18 г. за започване на разговори за различни онлайн рискове (Childnet) → [LINK](#)

Data Detox Kit – информация за изкуствен интелект, дигитална поверителност, сигурност, благополучие, дезинформация, здравни данни, технологии и околна среда (43 езика, Tactical Tech Collective) → [LINK](#)

Net Alert – нови изследвания за поверителност и сигурност, преведени за „обикновени“ потребители (Citizen Lab, Канада) → [LINK](#)

ЗАПОЗНАВАНЕ С ПОГЛЕДА НА ПЛАТФОРМИТЕ ВЪРХУ СЕБЕ СИ

Погледът върху категориите, които платформите използват за таргетиране на реклами, или как Meta в Instagram автоматично разпознава изображения и категоризира акаунти (пример: Our Data Mirror), е изключително полезен –

показва с реални данни това, което иначе би било описано абстрактно. Тези подходи обаче не са широко разпространени.

Примери: Датафикация и алгоритмичен анализ

Our Data Mirror – обучение за механизмите на събиране на данни и социалното им въздействие. [LINK](#)

How Normal am I? – Tijmen Scher показва как AI прави изводи само по лице: красотата, възраст, продължителност на живот, ИТМ, емоционално състояние (част от проекта Sherpa). [LINK](#)

БИОМЕТРИЧНО НАБЛЮДЕНИЕ

Вдъхновението как да се обърка биометричното наблюдение или как да се избяга (или не) от повсеместното публично наблюдение идва основно от арт-активистката сцена.

Примери: Биометрично наблюдение

Workshop: Drag vs. AI – уъркшоп за разпознаване на лица, изследващ идентичност, полова презентация, алгоритмични вреди (Algorithm Justice League). → [LINK](#)

ДОСТЪП И „РОДЕНИ В ДИГИТАЛНОТО“

Категорията „дигитална натуралност“ на младите хора трябва да бъде поставена под въпрос. Те възприемат дигитализацията като реалност, а не като „нова“. За разлика от по-старите поколения, които са свидетели на прехода или на няколко вълни на дигитализация, за младите дигиталността е **първата нормалност**.

Това не означава задължително умения в програмирането или технологиите, а приемане на технологиите като даденост. Понякога младите хора дори не осъзнават, че самият смартфон е дигитален инструмент. Достъпът често е ограничен до телефонен номер или никнейм в социална мрежа.

Младежката работа често е заета да предоставя тези базови знания: *Какво е интернет? Как съм свързан към него? Какъв е моят вход?*

ПРАВА, ПРАВНИ РАМКИ И ЕВРОПЕЙСКО РАЗВИТИЕ

Правата не са възникнали случайно, а като резултат от **политически дебат**. Знанието за конкретните права е съществено: **само ако знам правата си, мога да ги изисквам**. Само ако знам за алтернативи, мога да ги използвам.

Задача на младежката работа е да бъде информирана за **правните рамки** (и конкуриращите се глобално) и да обучава младите хора.

Примери за значими регулации:

AI Act – забрана на манипулативни техники, експлоатация на уязвимости, социално оценяване, биометрична идентификация в реално време.

Digital Services Act (DSA) – забрана на таргетираните реклами към непълнолетни и забрана на реклами, таргетиращи по чувствителни данни.

Следователно, **европейската правна рамка и политическото развитие** трябва да бъдат част от всяко образование, свързано с дигиталността.

2.2 „АЗЪТ“ – СУРОВИНА НА ДИГИТАЛНАТА ИКОНОМИКА

Тенденциите да се въвеждат компютърни устройства в ежедневието и да се **датифицират** и технически наблюдават ежедневните ситуации не са нито случайни, нито технологично неизбежни. Те са резултат от **технологични и научни решения**, политики и изследвания.

Терминът „**smart**“ (**умен**), разбран в първоначалния му смисъл като *умен* или *интелигентен*, в дигиталния контекст се използва, за да **маркетинга дигитализация**, която разчита на тясната връзка между човека и машината, дигиталната и физическата идентичност. Тъй като това оказва влияние върху хората и има огромно въздействие върху усещането ни за **автономия** и върху **способността ни да контролираме собствената си идентичност**, тази мета перспектива трябва да бъде централен елемент в обучението, насочено към дигиталността.

„Умните“ системи трябва да могат да **събират лични и идентификационни данни**, тъй като това е предпоставка за тяхната интелигентност. Но наблюдението влиза в конфликт с личния интерес към **поверителност и автономия**, независимо от социално предвидената цел. Това основно напрежение не може да бъде премахнато, а само смекчено чрез различни механизми (прозрачност, защита на данните, право да бъдеш забравен и др.).

Майер-Шонбергер описва как подходът с **големи данни (big data)** е съпроводен с изместване на влиянието към компаниите, които имат **директен достъп до лични данни**:

„В бъдеще по-малко власт ще бъде дадена на тези, които само анализират данни, и повече на тези, които имат достъп до самите данни. Тази тенденция ще засили фактическото безпокойство на много хора спрямо организации и компании, които събират и оценяват все по-големи количества данни“ (Mayer-Schöneberger, 2015).

Все повече **лични данни се натрупват** и тяхната стойност нараства. Това е особено важно за всяка педагогика, свързана с **дигиталната идентичност**: целенасоченото събиране и използване на лични данни е едната страна. Но по-сложните системи се насочват и към **по-фундаментални аспекти на личността**. Крайната цел вече не е само да се научи нещо за хората, а чрез обработката и анализа на данните да се **влие или предсказва личното поведение** – с цел придобиване на собственост върху данните и тяхната монетизация.

Целенасочена реклама. Ако една платформа анализира какъв тип съдържание чете даден човек, начина, по който се изразява (емоционално, рационално...), доколко е свързан и активен (самотен вълк, интроверт, експресивен, в центъра на мрежа, публикува снимки със или без хора), колко устойчиво използва платформата (редовно, интензивно, случайно...), това може да помогне за **насочване на реклами, пригодени специално за него.**

ЦЕЛЕНАСОЧЕНАТА РЕКЛАМА ОЗНАЧАВА РАЗЛИЧНИ РЕКЛАМИ ЗА РАЗЛИЧНИ ХОРА.

Въпреки че **Актът за цифровите услуги (DSA)** на ЕС забранява таргетираната реклама към непълнолетни и профилирането на потребители според категории лични данни (като етническа принадлежност, политически възгледи, сексуална ориентация), тази забрана **не се отнася за пълнолетните**.

Моделите за анализ работят не само за **целенасочена реклама**, но и за други цели – например: за измерване на **кредитоспособност** (застрахователни компании, банки), за оценка на риска от извършване на престъпления (правоприлагащи органи), за филтриране на **кандидати за работа** въз основа на профил (работодатели), за идентифициране на **мотиви за гласуване** (политически партии), за измерване на риска от заболяване (здравноосигурителни дружества).

„Данните за поведението на тела, умове и предмети заемат място в универсален динамичен индекс в реално време на умни обекти в рамките на безкраен глобален домейн от свързани неща. Това ново явление създава възможност за модифициране на поведението на хора и предмети за печалба и контрол“ (Zuboff, 2015, с. 85).

Зубоф нарича това „**big other**“ – развитие на **капитализма на данните**, с алюзия към Оруеловия „Big Brother“, но подчертавайки, че тук **не (авторитарните) държави** движат технологиите, а инвеститорите:

„Това е повсеместен институционален режим, основан на мрежи, който записва, модифицира и комодифицира ежедневния опит – от тостери до тела, от комуникация до мисли – всичко с цел изграждане на нови пътища за монетизация и печалба“ (Zuboff, 2015, с. 81).

Тя нарича този режим „**надзорен капитализъм**“, което е и заглавието на нейната последна книга (Zuboff, 2019). Надзорният капитализъм подчертава **екстрактивисткия аспект на платформения капитализъм** – извличане на лични данни от потребителски взаимодействия с цел трансформирането им в парична стойност.

Платформизация и **платформен капитализъм** са понятия, които описват по-широкия политико-икономически контекст.

Платформен капитализъм (Srnicsek, 2016) или, според някои, неофеодално надграждане на капитализма (други отхвърлят термина „технофеодализъм“ като прекалено смел и пренебрегващ трансформационния потенциал на капитализма), обяснява растежа на големите метаплатформи с тяхната способност да монетизират всъщност по-малко оскъдни ресурси като **данните**, като стават **собственици на пазари** и създават собствени пазари.

Термините **платформен капитализъм** и **дигитален капитализъм** (Staab, 2019) описват по-нататъшно развитие на капитализма, свързаните културно-социални промени и възхода на нови влиятелни играчи (срв. Gilbert, 2024).

Въпреки че пазарът в този контекст е основен двигател, **НПО, държавата и гражданите (включително младите хора)** също са активна част. Следователно съществува **споделена отговорност** коя разновидност на дигитализацията ще надделее в фундаментално разнообразната дигитална екосистема.

ПЛАТФОРМИ

Дигитални инфраструктури, които улесняват и оформят персонализирани взаимодействия между крайни потребители и допълващи участници, организирани чрез систематично **събиране, алгоритмична обработка, монетизация и циркулация на данни**.

ИЗТОЧНИК: POELL ET AL., 2019, СТР. 3

СИЛА НА ПЛАТФОРМИТЕ

Възможността на собствениците на платформи **едностранно да определят правилата** за взаимодействие между потребителите или да **влият върху поведението** им по време на това взаимодействие. Това включва **наблюдение на дейността на потребителите и извличане на данни**.

Ако промяната в капитализма е по-широкият социално-икономически и политически контекст, в който младите хора се движат като участници на пазара и в който техните данни се генерират, използват и търгуват, то **големите данни и изкуственият интелект** са техническият контекст, който прави това възможно. От гледна точка на **дигиталната идентичност** възникват въпроси не само за целите и мотивите зад тях, но и за самия подход.

Гойтер (2024, с. 82) отбелязва **намаляването на разнообразието** в генеративните AI модели: „И така, ChatGPT създава предимно дигитален мейнстрийм: доминиращо бяло, доминиращо западно, доминиращо английско. Защото именно тези данни доминират интернет и дигиталните бази данни, с които системата е обучена.“

Точно както AI системите улавят **фрагменти от реалността и от аза** или ги съшиват като статистически интерпретиран образ, така и **персонализацията предлага на хората ограничена картина на реалността и нейните възможности**. По-точно би било да се говори за „**предварителен подбор**“ или „**индивидуално ограничаване**“ – договори, съдържание, цени, лични мрежи. Неспособността да се влияе върху тези параметри на персонализация или да се променят в интерес на потребителя демонстрира **властта на платформата**.

Освен това именно приложната психология прави възможно потребителите да приемат, че техните данни ще бъдат предавани нататък, и да преместват все по-интензивно комуникацията си към платформите. Това не се дължи само на „умността“, а и на **праговащи механизми и стимули** (геймификация, тъмни модели на дизайн, алгоритми за подреждане, насочени към по-дълбоко ангажиране на потребителите...).

Става ясно, че **погледът към идентичността** от гледна точка на аза и от гледна точка на платформата са много различни – но дигиталният аз не може да бъде разбран, ако тези две перспективи не бъдат наложени една върху друга.

Очевидно е, че в контекст, белязан от власт, хората – и особено младите – се намират в **асиметрична позиция**.

НАПРЕЖЕНИЕ МЕЖДУ ПРЕДСКАЗУЕМОСТ И СЛУЧАЙНОСТ

„АМИ АКО АНАЛИЗЪТ НА ГОЛЕМИ ДАННИ МОЖЕ ДА ПРЕДСКАЖЕ ДАЛИ НЯКОЙ ЩЕ БЪДЕ ДОБЪР ШОФЬОР ОЩЕ ПРЕДИ ДА Е ИЗДЪРЖАЛ ШОФЬОРСКИЯ ИЗПИТ? ТОГАВА БИХМЕ ЛИ ОТКАЗАЛИ ШОФЬОРСКА КНИЖКА НА ТЕЗИ ПРЕДСКАЗАНИ „ЛОШИ ШОФЬОРИ“, ДОРИ АКО УСПЕШНО ПРЕМИНАТ ИЗПИТА? И БИХА ЛИ ИМ ПРЕДЛОЖИЛИ ЗАСТРАХОВКА ЗА КОЛА ЗАСТРАХОВАТЕЛНИТЕ КОМПАНИИ, АКО РИСКЪТ Е ПРЕДВИДЕН КАТО ПО-ВИСОК? ПРИ КАКВИ УСЛОВИЯ?

Всички тези случаи ни изправят като общество пред избора между **сигурност и предсказуемост** от една страна и **свобода и риск** от друга.“

Тези случаи са също резултат от **злоупотребата с корелации в големите данни** за каузални цели – разпределянето на индивидуална отговорност. Но именно този необходим отговор на въпроса „**защо**“ анализът на „**какво**“ не може да даде. Да се продължи въпреки това означава ни повече, ни по-малко от **предаване на диктатурата на данните** и приписване на по-голяма проницателност на анализа на големи данни, отколкото той реално съдържа.

Източник: Mayer-Schöneberger (2015) [Competendo – What is Big Data?](#)

Парадигмална промяна в хода на дигиталната трансформация беше, че **границите между потребител/ползвател и производител/създател се размиха**. Това засяга икономиката и начина, по който се предлагат услугите.

Културната индустрия, медиите, социалните медии и платформите насърчават **двусмислена култура на споделяне**, често свързана с объркване, че преговаряните неща имат и **правно измерение** (собственост, поверителност, отговорност и др.).

Споделянето и достъпът до съдържание, създадено от други, и особено от връстници, е много важно за младите хора. През 2019 г. протестът срещу **регулацията на ЕС за авторското право (филтрите за качване)** показва – за изненада на мнозина – **чувствителността на младите хора към тяхната представа за културата на споделяне в дигиталния свят**.

За да отговорим на този интерес, е необходимо да разберем точно **в кои платформи младите хора са особено активни и как те реално функционират.**

През 2025 г. това са:

НАЙ-ИЗПОЛЗВАНИ ПЛАТФОРМИ ЗА СОЦИАЛНИ МЕДИИ ОТ МЛАДЕЖИТЕ ПРЕЗ 2025 Г.

			МЪЖЕ	ЖЕНИ	
WHATSAPP	87 %	(+11 %)	84 %	91 %	
YOUTUBE	80 %	(+10 %)	84 %	76 %	
SNAPCHAT	74 %	(+13 %)	67 %	81 %	
INSTAGRAM	73 %	(+2 %)		74 %	73 %
TIKTOK	72 %	(+7 %)	72 %	72 %	
TEAMS	35 %				

Източник: Saferinternet.at (2025), *Youth Internet Monitor 2025*. Младежи в Австрия, n=405.

Според изследователите на **Saferinternet.at** половите различия са видими, но намаляват. През 2025 г. **ChatGPT** също придобива влияние като **информационна медия за младежите**, докато големите платформи продължават да имат най-голям дял.

СЪДЪРЖАНИЕ, МНЕНИЯ И УБЕЖДЕНИЯ

НЕ САМО СПОДЕЛЯНЕТО НА ЛИЧНИ ДАННИ, НО И СПОДЕЛЯНЕТО НА СЪДЪРЖАНИЕ, МНЕНИЯ И НАГЛАСИ Е СЪЩЕСТВЕН ЕЛЕМЕНТ ОТ ДАТИФИКАЦИЯТА.

Явления като информационно объркване, влияние или нови кариерни пътища като YouTuber или TikToker не могат да бъдат разбрани изолирано от разбирането за данни капитализъм и организацията на платформите. Проблемите не могат да бъдат решени без намеса в структурните настройки на платформите, техническите дизайни или законодателството.

2.2 ЗАКЛЮЧЕНИЯ – АЗЪТ

ОСНОВИ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА

Тези описания рисуват изцяло **амбивалентна картина** на културата на (наложеното) споделяне на данни. Дигитализацията във варианта на големите платформи има едновременно **овластяващо** и **екстрактивно** измерение – страна, която прави правата видими, но и страна, която ги нарушава.

Ако **обработването на дигитална идентичност** е сърцевината на дигиталния пазар, защото личните данни са важен суров материал, тогава е невъзможно за индивидите да избягат от **датификацията** или **надзора**, или чрез индивидуална осъзнатост да променят културата на данни в платформения капитализъм.

Това би било отправна точка за една **по-политическа, но и реалистична дигитална образователна практика**. Политическа, защото правата и промените в законодателството по дефиниция са политически. Реалистична, защото досега младите хора са били разглеждани предимно като **потребители**, а не като **граждани** или **правни субекти**.

Що се отнася до темата за идентичността, това би означавало образователни предложения, които да улесняват базовото знание за фундаменталните аспекти на технологиите, приложени към човешките идентичности: например **датификация, персонализация, данни капитализъм, платформизация, алгоритмизация** и **изкуствен интелект**.

МАТЕРИАЛ: ПЛАТФОРМИЗИРАНО ОБЩЕСТВО

Наръчник: *Shaping the economy democratically: Digital Capitalism*. Материал за глобални въпроси, социално-екологични въздействия и алтернативни пътища на дигитализация. От attac, Фондация „Роза Люксембург“ и Konzeptwerk neue Ökonomie (на немски). → [LINK](#)

Наръчник: *Learning the Digital*. Дигиталната трансформация от практиката на Образование за демократично гражданство и Образование за правата на човека. Наръчник за фасилитатори от Democracy and Human Rights Education in Europe. → [LINK](#)

Брошура: *The Internet, Big Data & Platform*. Част от серията: *Smart City, Smart Teaching: Understanding Digital Transformation in Teaching and Learning*. DIGIT-AL – Digital Transformation in Adult Learning for Active Citizenship → [LINK](#)

Free My Internet. Графично пътешествие от инфраструктура до блокирания →
LINK: [LINK](#)

НАСЪРЧАВАНЕ НА КРИТИЧЕН ПОДХОД КЪМ ВЛАСТТА

По аналогия с медийната грамотност за езика на омразата и фалшивите новини, която също трябваше да отчита **рамковите условия на медийната среда**, образованието за дигиталното „аз“ също трябва да предприеме тази стъпка – да тематизира рамковите условия на дигиталната трансформация.

В полето на властта на дигитализацията, което се оформя от **няколко изключително силни играчи**, е ясно, че индивидите **не могат да постигнат много единствено чрез етично и отговорно поведение**, за да повлияят на средата на платформите: в среда на омраза и поляризация **обмислените и човешки гласове се заглушават**, ако нямат възможност да се свържат ефективно.

Тук образованието, ориентирано към субекта – което силно вярва в укрепването на **автономията и способността за действие на индивида** като централен подход за социална промяна – достига своите **граници**.

Дигитализацията ни напомня колко силно възприятията за себе си и за другите са **съформяни от технологии и платформи**, колко зависими са индивидите от възможността да бъдат идентифицирани или анонимизирани от дигитални услуги, да контролират кои аспекти на тяхната идентичност стават видими и каква информация за света достига до тях.

ПРАЗНО ПРОСТРАНСТВО

Събирането на данни е **ядрото**, а не подпроблем. Въпросът се измества от „Какво мога да направя индивидуално, за да предотвратя най-лошото?“ към:

„А какво ще стане, ако просто не позволим това да се случва?“

„Какво отношение към данните като суровина искаме да възприемем?“

„Кои политически и граждански актьори са на наша страна?“

До момента много в младежката работа и училищата са възприемали **феноменологичен подход** към дигитализацията – разглеждали са дигиталните развития от гледна точка на потребителя, или казано иначе, от гледна точка на засегнатия. Дигиталната трансформация често се възприема **детерминистично** („такова е, каквото е“).

Но основата на **критичното и конструктивно дигитално образование** е придобиването и преподаването на уменията да се гледа на събитията **рефлексивно**, да се възприема **мета-перспектива**, да се разбират и оценяват теории и стратегии.

В крайна сметка целта е една: **да се даде възможност на хората да виждат възможностите за промяна** и да се съхрани възможността за **себеефикасност в дигиталния живот**.

Това може да се разбира и като **педагогическо движение за независимост** от разказите на дигиталната индустрия – поставяне под въпрос на ролята, която се отрежда на индивидите, както и на образите на дигиталното, които се внушават (синьо, мъжко, киборг, чисто, техническо, матрично, „интелигентно“...).

От специално значение за младежката работа е да осигури и обучава младите за **по-малко инвазивни алтернативи** – технически (като инструменти и платформи), но също така концептуално, от гледна точка на достъп, управление и публичност.

ДОБРА ПРАКТИКА: КОЛЕКЦИЯТА НА FRAMASOFT

Под слогана „**De-google-ify Internet**“ Framasoft предоставя етични дигитални инструменти в областите: „сздаване на полезни инструменти“, „обмен с другите“, „забавление“, „организиране заедно“, „сътрудничество“, „развитие“

→ [LINK](#)

2.3 ЗДРАВЕ, БЛАГОСЪСТОЯНИЕ И ФИЗИЧЕСКО ТЯЛО

Въпросът дали компютрите и съвременните медии са **полезни или вредни** за развитието и благосъстоянието на младите хора се задава от десетилетия и винаги получава различни отговори. Дигитализацията обаче постави и нови въпроси:

- **Въздействие на датафикацията:** постоянната свързаност, наблюдението и намесата. Чувството за контрол – и за загубата му.
- **Влияние на информационното претоварване и дезинформацията** – както чрез медийно съдържание, така и чрез данни за самия себе си.
- **Промяна на тялото и физическите способности**, включително представянето на физичността и новите перспективи върху тялото.

ЗДРАВЕ

„Състояние на пълно физическо, психическо и социално благополучие, а не просто отсъствие на болест или недъг.“

(СЗО)

ПСИХИЧЕСКО ЗДРАВЕ

„Състояние на психическо благополучие, което позволява на хората да се справят със стреса в живота, да реализират способностите си, да учат и работят добре и да допринасят за своите общности.“

(СЗО, 2022)

Дигитално здраве

В постдигиталния свят здравето и благосъстоянието трябва да се разбират по-широко. Не става дума само за **отсъствие на проследяване или ограничаване на времето онлайн**, а за това как да се постигне добро състояние при наличието на **технологии, свързани със здравето и тялото**. От демократична гледна точка въпросът е:

- Как изглежда една **подкрепяща правна и институционална рамка**?
- Какво означава благополучие в **плуралистично и демократично общество**?

Биометрични данни

Здравните данни са особено чувствителни и ценни. Най-уникалните данни за идентификация са **свързани с тялото**.

В Европа, съгласно Акта за изкуствения интелект (AI Act, Annex III), биометричните технологии се считат за високорискови, особено когато се използват за:

- дистанционна биометрична идентификация извън потвърждаване на личността;

- категоризация според защитени характеристики (етнос, религия и др.);
- разпознаване на емоции.

Сензори в устройства (смартчасовници, фитнес тракери) измерват:

ВЪЗДУШНО НАЛЯГАНЕ, УСКОРЕНИЕ, ГЕОПОЗИЦИЯ, ПУЛС, СВЕТЛИНА, СЪРДЕЧНА ЧЕСТОТА, ЗВУК/ГЛАС, КРЪВНО НАЛЯГАНЕ, ТЕМПЕРАТУРА, ИРИС, ОТПЕЧАТЪК, ЛИЦЕ.

Други биометрични данни: ДНК, ухо, подпис, походка, тембър на гласа, вени, движение на очите, активност на клавиатурата.

Парасоциалност

Все по-често **връзките се изграждат и поддържат чрез технологии** – например приложения за запознанства.

„Парасоциалност“ описва едностранните отношения, създадени чрез медии – напр. към знаменитости.

- При момчетата тийнейджъри – медийните фигури често са **модели за подражание**.
- При момичетата – парасоциалните връзки със знаменитости създават **усещане за принадлежност**.

(Bond et al., 2024, p. 242)

Това включва и начина, по който младите хора се **представят дигитално**, как решават проблеми чрез чатове вместо лични разговори, и как технологиите оформят социалните им връзки. Все повече системи с изкуствен интелект се опитват да поддържат връзка с хората, като създават **видимост за човешка комуникация**. В същото време **механизмите за препоръки и курирането на съдържанието в платформите** ограничават възприятието за света до отделни сегменти. Има и **тъмна страна**: все повече **екстремистки групи и актьори** таргетират младите хора в социалните медии, опитвайки се да се доближат до тях „**парасоциално**“ или дори лично.

КЪДЕ МЛАДИТЕ ХОРА В ЕВРОПА НАМИРАТ СВОИТЕ ПАРТНЬОРИ

20 % ЧРЕЗ ПРИЯТЕЛИ И СЕМЕЙСТВО

15 % ЧРЕЗ ПРИЛОЖЕНИЯ И ПЛАТФОРМИ ЗА ЗАПОЗНАНСТВА

8 % НА РАБОТА

8 % В КОЛЕЖ/УНИВЕРСИТЕТ

7 % НАВЪН, ДОКАТО СА ИЗ ГРАДА

16 % НИКОГА НЕ СЪМ ИМАЛ/А РОМАНТИЧЕН ПАРТНЬОР

ИЗТОЧНИК: YOUNGOV 2023 | ЕВРОПЕЙСКИ ПОТРЕБИТЕЛИ, ВЪЗРАСТОВА ГРУПА: 18-34

Постоянното присъствие на дигиталните технологии оказва влияние върху здравето на младите хора – например върху **способността им за концентрация, търпението и паметта**. Освен това самото здраве често се използва като **тема за повишаване на ангажираността** на младите хора в платформите: испанско проучване заключава, че „**маркетинговите стратегии се възползват от нарастващите проблеми на младите хора с психичното здраве**“ (Accenture, 2022, стр. 12).

Тялото и образите на тялото играят важна роля в израстването на младежите. Социалните медии и техните предприемачи имат **амбивалентна роля**, особено когато **екстремни телесни образи** се представят като нормални или желани. Някои платформи влияят върху нормите повече от други. Интервютата с младежки работници потвърждават изводите от различни проучвания за значението на YouTube, Instagram и TikTok. Те подчертават нуждата от повече **специфични гледни точки – по отношение на пола, разнообразието и жените**, както и от анализи и практики.

Интервютата също потвърждават, че младите хора са **силно чувствителни към начина, по който се изгражда техният личен образ** („как искам да бъда възприеман/а“), докато **техническите условия**, които оформят този образ, остават неясни за тях.

Друг краен, но същевременно **релевантен аспект** е излагането на **експлицитно порнографско съдържание**. **33 %** от младите хора на възраст между 9 и 16 години са попадали на онлайн порнография през последната година – **37 % от момчетата и 29 % от момичетата** (Smahel et al., 2020, стр. 89).

ИДЕАЛИ ЗА КРАСОТА И СОЦИАЛНИ МРЕЖИ (АВСТРИЯ)

71 % ОТ ТИЙНЕЙДЖЪРИТЕ: МЛАДЕЖИТЕ СЕ СРАВНЯВАТ ВЪЗ ОСНОВА НА СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ

65 % ОТ РЕСПОНДЕНТИТЕ ВИЖДАТ ВРЪЗКА МЕЖДУ СЪДЪРЖАНИЕТО В СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ И СВОИТЕ ИДЕАЛИ ЗА КРАСОТА

33 % СМЯТАТ, ЧЕ ФИЛТРИТЕ ГИ ПРАВЯТ ПО-КРАСИВИ

53 % СА КУПУВАЛИ ПОНЕ ВЕДНЪЖ ПРОДУКТ, РЕКЛАМИРАН ОТ ИНФЛУЕНСЪР

ДОБРИЯТ ВЪНШЕН ВИД ОНЛАЙН СЪЩО Е ВАЖЕН:

59 % – ВАЖНО Е ДА ИЗГЛЕЖДАМ ДОБРЕ ОНЛАЙН

54 % – ГРИЖА СЕ ДА ИЗГЛЕЖДАМ ДОБРЕ НА СНИМКИ

41 % – РЕДАКТИРАМ СНИМКИТЕ СИ, НАПР. С ФИЛТРИ

34 % – СМЯТАМ ЗА ВАЖНО ДА СЕ ПРЕДСТАВЯМ КАТО СЕКСИ

ИЗТОЧНИК: АВСТРИЙСКИ ИНСТИТУТ ЗА ПРИЛОЖНА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИЯ (ÖIAT) И ДОСТАВЧИЦИ НА ИНТЕРНЕТ УСЛУГИ

Въпреки това младите хора научават от възрастните, че дигитално медираните идеали за красота стават все по-важни – независимо дали в политиката, бизнеса или културата. Красотата е и ключов аспект от бизнес модела на инфлуенсърите.

В обобщение, дигиталността предлага различни форми за изграждане на собствен образ: аватари, разнообразни платформи и социални медийни групи позволяват целенасочено излагане на аспекти от идентичността, които надхвърлят или се различават от аналоговото.

Това, което се възприема като нормално, все повече се формира дигитално. Това открива възможности за скъсване със стереотипите чрез публикуване и представяне на повече разнообразие. От друга страна, засилването на доминиращите образи на тялото чрез алгоритмичен избор може да доведе до

обратното. Във всички случаи разговорът за дигитално преживяната нормалност, красотата и нормите е важна отправна точка за жизнена дигитална просвета.

Селф-тракингът (quantified self) в различни форми и идентичности е важен за младите хора (фитнес и др.). Измерването на тялото е безспорно част от ежедневието им. Това обикновено не включва екстремни спортове. Приложенията за отслабване, например, също са популярни. Интересна е и **гендерната перспектива**: 39 % от всички жени интернет потребители в Германия използват приложение за менструален цикъл. Жените показват по-висока вероятност да използват здравни приложения (Antezana et al., 2022).

„Жените по-скоро мислят за благополучие, стрес и социални елементи (напр. приятелства), преди да изберат конкретно приложение; докато мъжете се интересуват повече от функционалността на самите приложения (напр. проследяване).“ (Antezana et al., 2022)

Отдавна се критикува, че приложенията и устройствата, както и консултативните сайтове, често внушават медицинска точност, която не могат да поддържат. От 21 тествани приложения за менструален цикъл, едва пет са приемливи, но според германската организация за защита на потребителите (Stiftung Warentest, 28/09/2023) нито едно не е препоръчително.

Трябва да се отбележи, че не само потребителите, но и производителите имат достъп до лични данни и ги използват по различни начини. Освен това дизайнът на аналитичните инструменти (какво измерват, как обработват данните, каква информация предоставят) оформя представата на потребителя за благополучие.

Докато някои се опасяват, че селф-тракингът води до прекомерна технологична зависимост, а други вярват, че отваря нови възможности, различни изследвания сочат по-умерен поглед. Хората, които следят себе си по здравословни причини, възприемат по-сериозно възможностите на тракинга от онези, които го правят от

любопитство (и често са по-млади). Селф-тракингът може да засили проблематично поведение – тези, които чрез него търсят структура и контрол, стават по-дисциплинирани от другите.

Младите хора също използват тези възможности. Докато тези дейности могат да се разглеждат като **самонасочен и самостоятелен анализ** на данни за тялото и здравето (поне когато зад тях не стои медицинска необходимост), в ЕС споделянето на здравни данни за научни цели нараства. Докато в отделните държави се появяват системи за дигитално управление на пациентски данни, а от 2025 г. ще се създаде **Европейско пространство за здравни данни**, именно днешните млади хора ще живеят най-дълго с решенията, които се вземат сега.

Ключови проблеми: неоторизиран достъп, принудителна прозрачност и възможност за деанонимизация.

ТОП 3 МОТИВАЦИИ ЗА САМОПРОСЛЕДЯВАНЕ

64 % ОТ ЛЮБОПИТСТВО

21 % ЗАЩОТО УСТРОЙСТВОТО МИ АВТОМАТИЧНО СЪБИРА СЪОТВЕТНИТЕ ДАННИ

12 % ЗАЩОТО МНОГО ОТ ПРИЯТЕЛИТЕ МИ ГО ПРАВЯТ

ТОП 3 ПРИЧИНИ ДА СПРАТ САМОПРОСЛЕДЯВАНЕТО

32 % ОТНЕМА ТВЪРДЕ МНОГО ВРЕМЕ

26 % ПРЕКАЛЕНА ГОЛЯМА НАТИСК

23 % НЕРЕАЛИЗИРАНИ ОЧАКВАНИЯ ЗА УСПЕХ

FINDEIS ET AL., 2023, СТР. 9 | СНЕЖНОБАЛНА АНКЕТА В ГЕРМАНИЯ

Колкото повече технологиите се превръщат в социален актьор, скриват се в малки, незабележими ежедневни предмети или дори стават част от нашите тела, толкова повече въпроси възникват относно това как да се справяме с

физическата близост по подходящ начин. Това се отнася например за:

Пейсмейкъри или импланти, Устройства в постоянен контакт с тялото (например смарт часовници, гривни...), **Устройства в сътрудничество с тялото в личното ежедневие** (роботи на работното място и у дома, екзоскелети), **Устройства с интерфейси за директно взаимодействие човек–машина** (ChatGPT, смарт високоговорители и др.)

От гледна точка на хората, чиито тела са изправени пред различни бариери, технологичният напредък се превръща в жизненоважен въпрос. От една страна, могат да се направят подобрения „близо до тялото“ (протези, електронни помощни системи и др.) или устройства, здраво прикрепени към тялото. От друга страна, дигитализацията носи риск от нова стигматизация и води до променена перспектива върху (увреденото) тяло.

2.3 ЗАКЛЮЧЕНИЯ – ЗДРАВЕ, БЛАГОСЪСТОЯНИЕ И ТЯЛО

ПРЕВЕНЦИЯ

Голяма част от практиките са съсредоточени върху превенция – например справяне с „нездравословно“ поведение, онлайн зависимост, тормоз или психично благополучие.

Тормозът изглежда е стандартна работилница в училища в целия ЕС, често свързана със стратегии за справяне и отговорно поведение. Материалите обикновено са създадени за дигиталната среда и рядко разглеждат преплитането между аналоговото и дигиталното – вместо „тормоз“ и „грууминг“ често се говори за „кибергрууминг“ и „кибертормоз“, което откъсва темата от реалното въздействие върху благосъстоянието.

МАТЕРИАЛИ: ПРЕВЕНЦИЯ

Укрепване на устойчивостта: млади хора в нови роли на дигитални потребители (Media Smart e. V. и партньори). [LINK](#)

Оттук online: дигитално благополучие (klicksafe Германия, EU програма Digital Europe). → [LINK](#)

Durchblickt! – материали и насоки за родители, ученици и учители (BARMER, Германия). → [LINK](#)

#ME: работилници за младежи и педагози в Австрия, свързващи тяло, дигитални медии и емоции. → [LINK](#)

Bully the Bottle: метод за работа върху кибертормоз и групов натиск (Peerbox.at). → [LINK](#)

Изложба: „Човешкият контакт с технологиите“ – Tactical Tech Collective. → [LINK](#)

КРАСОТА

Много програми и работилници засягат темата за идеалите за красота в дигиталния свят и рисковете, които произтичат от тях.

МАТЕРИАЛИ: КРАСОТА

Instagram Beauty Ideals and impact – факти, видеа и ръководство за учители (Landesmedienzentrum, Германия). → [LINK](#)

Body Shining – проект за младежки работници и младежи от различни социални и културни среди за осъзнаване на body shaming. → [LINK](#)

СЕЛФ-ТРАКИНГ

Самонаблюдението (self-tracking) е ежедневие за младежите. Дигиталната работа с младежи трябва да обръща внимание и на този феномен.

МАТЕРИАЛИ: СЕЛФ-ТРАКИНГ

Tracking us: Quantified self – метод за рефлексия върху личните нужди и практики за измерване (Competendo). → [LINK](#)

Self-tracking в спортните занимания – подкрепа за осъзнато и отговорно използване на технологии (JFF – Media Institute, Германия). → [LINK](#)

ПЕРСПЕКТИВИ ЗА „ДИГИТАЛНО“ ЗДРАВЕ И БЛАГОСЪСТОЯНИЕ

Технически настройки и защита срещу прекомерно използване, проследяване и вредно съдържание.

Здравна компетентност – способност да поддържаеме добро състояние чрез информираност и умения в дигитален свят.

Критическо здравно образование – разглеждане на нормите, патологизацията и условията за благополучие онлайн.

Дигитална устойчивост – умението да преодоляваме заплахи и да се възстановяваме.

Дигитална трансформация на здравеопазването – нови устройства, услуги и споделяне на данни.

ПРАЗНИ ПРОСТРАНСТВА

Малко практики изследват как дизайнът на приложения, игри и платформи влияе върху навиците и благосъстоянието на младежите.

Нужни са критически въпроси: *Как дигитализацията и платформите оформят телесни норми и идеята за здраве?*

Как младежите могат да си върнат контрол над здравните данни?

Кой задава нормите за „нормално тяло“ и „нормално поведение“?

Съществува необходимост от по-критично и политическо образование за тяло и красота – не да се обвинява „дигиталното“, а да се изследват реалните проблеми и възможностите за противоположни, позитивни практики.

Ключови липси:

Образователни материали за дигитализация и тяло.

Програми за дигитално включване от гледна точка на хора с увреждания.

Достъп до дигитално здравеопазване и защита на потребителите.

2.4 ИДЕНТИФИКАЦИЯ И ПРЕДСКАЗАНИЕ

Дали приемаме да бъдем поставяни в категории зависи от това дали го осъзнаваме. Понякога това улеснява нашия (дигитален) живот. Понякога разбираме, че не искаме тези опростявания – например чрез персонализирани препоръки. А понякога е смущаващо, когато ни показват реклама, защото платформата „смята“, че сме тревожни или несигурни.

НАБЛЮДЕНИЕ И ПРОФИЛИРАНЕ НА МЛАДЕЖИТЕ

ЕС НАСКОРО РЕШИ ПРОФИЛИ НА НЕПЪЛНОЛЕТНИ ДА НЕ СЕ СЪЗДАВАТ С ЦЕЛ МОНЕТИЗАЦИЯ.

НО ТЕ ЩЕ ПРОДЪЛЖАТ ДА СЕ СЪЗДАВАТ ЗА ПРЕПОРЪЧВАНЕ НА СЪДЪРЖАНИЕ ИЛИ ЗА РЕКЛАМА ВЕДНАГА ЩОМ МЛАДЕЖИТЕ НАВЪРШАТ ПЪЛНОЛЕНИЕ.

МЛАДИТЕ ХОРА СЕ ПРОСЛЕДЯВАТ ДИГИТАЛНО – В УЧИЛИЩНИ И ОБРАЗОВАТЕЛНИ ПЛАТФОРМИ, ЧРЕЗ РОДИТЕЛСКИ КОНТРОЛ, А ПОНЯКОГА ДОРИ И ЧРЕЗ ТЕХНОЛОГИИ, КОИТО СА ЗАБРАНЕНИ В ЕВРОПА.

Детското право е не само да бъде защитено, но и да има свобода да се движи без наблюдение и проследяване.

ПРЕДСКАЗАНИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ

Много приложения и услуги се стремят да събират данни, за да правят прогнози:

- банки и застрахователи – риск от неплащане;
- социални медии – какво съдържание ще ни задържи по-дълго;
- работодатели – психологическа пригодност за работа;
- Spotify – каква музика вероятно ще слушаме;
- спорт – шанс за успех на аматьор;
- енергия – колко отопление ще е нужно през зимата.

Биометрията може да осигури сигурност (банкови приложения, смартфони), но и да отвори вратата за злоупотреби (наблюдение на протести, дискриминация при достъп).

Скандалът Clear-View AI показва рисковете: 3 млрд. снимки от интернет свързани с алгоритъм за разпознаване, използван и от държавни органи, и за частно преследване.

ПРИЛОЖЕНИЯ, ЗАБРАНЕНИ СПОРЕД AI АКТ

ПОДСЪЗНАТЕЛНИ ТЕХНИКИ ЗА МАНИПУЛИРАНЕ НА РЕШЕНИЯ.

ЕКСПЛОАТАЦИЯ НА УЯЗВИМОСТИ (ВЪЗРАСТ, ИНВАЛИДНОСТ, СОЦИАЛНА СИТУАЦИЯ).

„СОЦИАЛНО ОЦЕНЯВАНЕ“ ЧРЕЗ ПОВЕДЕНИЕ ИЛИ ЛИЧНОСТНИ ХАРАКТЕРИСТИКИ.

ПРЕДСКАЗВАНЕ НА ПРЕСТЪПНОСТ САМО ЧРЕЗ ПРОФИЛИРАНЕ.

РАЗШИРЯВАНЕ НА БАЗИ С ЛИЦЕВО РАЗПОЗНАВАНЕ ЧРЕЗ СКРЕЙПИНГ ОТ ИНТЕРНЕТ.

РАЗПОЗНАВАНЕ НА ЕМОЦИИ В УЧИЛИЩА И НА РАБОТНОТО МЯСТО (ОСВЕН ПО МЕДИЦИНСКИ ПРИЧИНИ).

БИОМЕТРИЧНО КАТЕГОРИЗИРАНЕ ЗА ИЗВЕЖДАНЕ НА ЧУВСТВИТЕЛНИ ДАННИ (РАСА, РЕЛИГИЯ, СЕКСУАЛНА ОРИЕНТАЦИЯ И ДР.).

БИОМЕТРИЧНО РАЗПОЗНАВАНЕ В РЕАЛНО ВРЕМЕ В ОБЩЕСТВЕНИ ПРОСТРАНСТВА (ОСВЕН ЗА КОНКРЕТНИ ЖЕРТВИ ИЛИ ЗАПЛАХИ).

Източник: **AI Act, Член 5**

ВИСОКОРИСКОВИ ПРИЛОЖЕНИЯ СПОРЕД AI ACT

БИОМЕТРИЧНО РАЗПОЗНАВАНЕ И КАТЕГОРИЗИРАНЕ.

ОБРАЗОВАНИЕ: ЕМОЦИОНАЛНО РАЗПОЗНАВАНЕ, ОЦЕНКА НА РЕЗУЛТАТИ, НАБЛЮДЕНИЕ НА УЧЕНИЦИ.

ТРУД: ПОДБОР НА КАНДИДАТИ, ОЦЕНКА НА СЛУЖИТЕЛИ, АВТОМАТИЗИРАНИ РЕШЕНИЯ ЗА ЗАДАЧИ.

МИГРАЦИЯ: ОЦЕНКА НА РИСК (СИГУРНОСТ, ЗДРАВЕ), РАЗГЛЕЖДАНЕ НА ВИЗИ/УБЕЖИЩА.

ПРАВОПРИЛАГАНЕ: ОЦЕНКА НА РИСК ОТ ПРЕСТЪПЛЕНИЯ, НАДЕЖДНОСТ НА ДОКАЗАТЕЛСТВА, ПРОФИЛИРАНЕ.

ПРАВОСЪДИЕ: ПРИЛАГАНЕ НА ЗАКОНА, АЛТЕРНАТИВНИ СПОРОВЕ, ВЛИЯНИЕ ВЪРХУ ИЗБОРИ И РЕФЕРЕНДУМИ.

Източник: **AI Act, Приложение III към Член 6(2)**

ВЪЗПРИЯТИЕТО НА МЛАДИТЕ ХОРА

- Повечето младежи възприемат AI като „по-скоро интелигентен“, малцина като „небрежен“.
- По отношение на точността – повечето заемат средна позиция.
- Отворени са към AI решения, но **желаят човешки контрол и крайно решение.**

МЛАДЕЖИ ЗА ЦЕЛИТЕ НА АВТОМАТИЗИРАНОТО ВЗЕМАНЕ НА РЕШЕНИЯ

Здравеопазване

54 % против окончателни решения за медицинско лечение,
но 51 % „за“ препоръки за фитнес.

Правоприлагане

68 % смятат, че изкуственият интелект не трябва да има правомощия да започва съдебно дело,
но 37 % приемат да получат глоба за неправилно паркиране (41 % – не).

Прогнозиране на престъпления

63 % смятат, че ИИ не трябва да изчислява вероятността даден затворник да извърши повторно престъпление.

Но ако „дребни престъпници е вероятно да извършат тежки престъпления с оръжие или нож“,

43 % казват „да“, а 42 % – „не“.

Човешка автономия

68 % смятат, че човек трябва да има „последната дума дали да приеме или отхвърли решение на ИИ“.

ИЗТОЧНИК: GAGRČIN ET AL. 2021, P. 51 И P. 54; N=3.000 (DE, FR, GR, IT, PL, SV),
ВЪЗРАСТОВА ГРУПА: 18-30

Тези констатации съответстват на по-ранни изследвания като това на Фондация „Бертелсман“ от 2019 г. „**Какво Европа знае и мисли за алгоритмите**“ (Grzymek & Puntschuh, 2019, всички възрастови групи). Като цяло, включително и според проведените интервюта, резултатите не могат да се тълкуват нито като признак за сляпо доверие, нито като за фундаментално недоверие. По-скоро те следва да се разбират като приемане на дигиталността като дадена реалност.

Със силната популяризация на изкуствения интелект (AI) възникват все повече въпроси относно условията за използване на услугите и продуктите, създадени от AI, както и условията за обработване на чувствителни лични данни и данни на други лица: личните данни, които се предоставят на системите, как тези данни се споделят и използват; въпроси относно използваемостта на продукта (авторски права и др.).

Въпреки илюстративния и следователно силно видим образ на AI, генериращ изображения или мултимедийно съдържание, огромното въздействие на AI може да бъде показано чрез пример, даден в младежки разговори, проведени от Фондация *Higher Education for Good – translation* (2023, стр. 22):

„Младите доброволци просто премахнаха езиковата бариера. Зрелостта на онлайн преводаческите технологии означава, че можем да анализираме и включим всички получени приноси. Всеки и всяка може вече да участва в международни инициативи, независимо от способността си да чете и пише на английски или друг официален език.“

По отношение на тяхната компетентност да оценяват рисковете и възможностите на изкуствения интелект, респондентите (през 2021 г.) отговарят различно в зависимост от тяхната формална квалификация. Колкото по-ниско е образованието, толкова по-слабо е усещането за компетентност при оценка на рисковете. В други области, различни от ИИ – например опасения за злоупотреба с лични данни от други – образователното ниво не изглежда да играе значителна роля (Gagrčin et al. 2021, p. 32).

От общите нагласи към ИИ и големите данни до потребителското поведение на младите хора: използването на ИИ се е увеличило значително през последните години, движено от пускането и популяризирането на ChatGPT, вниманието около сътрудничеството на OpenAI с Microsoft и надпреварата между големите дигитални компании да разработят най-добрия голям езиков ИИ.

2.4 ЗАКЛЮЧЕНИЯ – ИДЕНТИФИКАЦИЯ И ПРЕДИКЦИЯ

ДОСТЪП И ВКЛЮЧВАНЕ

Като цяло, AI все по-често се използва за подпомагане на младите хора и за подобряване на младежката работа. Това не е непременно свързано с пъстрите и вълнуващи аспекти, а по-скоро с практични цели, насочени към подобряване на достъпа и включването: превод на текстове, например, създаване на субтитри и предоставяне на материали на лесноразбираем език.

МЕДИЙНА МЛАДЕЖКА РАБОТА

Интервютата с образователни специалисти потвърждават мотивацията за по-задълбочено изследване на AI. Фундаментално любопитни и отворени към новите технически възможности, медиапедагозите – като ранни потребители – особено силно се стремят да експериментират и имат широк поглед върху нововъзникващи инструменти, платформи и интересни приложения.

Практиките, представени от интервюираните, се отнасят до различни области на изследване на AI – текст, изображения, филми и др. Младите хора задават въпроси по темата, а медиите са изпълнени с примери – затова това е въпрос, който ги вълнува. В резултат, ориентираното към практика медийно образование предлага експериментиране: младите се учат да „prompt-ват“ и при определени условия да оценяват качеството на резултатите.

Младите хора са наясно с различните AI инструменти, които могат да се използват, а в училищен контекст се води оживен дебат за тяхното приложение.

ПРОПУСНАТИ ВЪЗМОЖНОСТИ

Младежката работа като цяло изглежда доста заета с това да повиши собствените си умения. Голям проблем е дистанцирането на педагогическия персонал от дигиталността като такава. Важно остава да се наблегне на „upskilling“ и намаляване на бариерите за педагозите.

От гледна точка на EDC/HRE обаче е нужно да се обърне внимание на връзката между забавното приложение на дигиталността и основните въпроси на демокрацията. Ако дигиталността трябва да бъде разбрана като съдържание и предмет на педагогическия диалог, то именно тази предметна измерение остава в момента неясно.

Съществуващите практики – с малки изключения – не засягат този въпрос. Това се отнася до развитието от „усвояване на AI“ към **критична AI грамотност**.

КРИТИЧНА AI ГРАМОТНОСТ

Реалистичната рефлексия върху AI включва разбирането **как AI стига до резултатите си и какво (не) може да прави**. Това, което AI не може, често е свързано с: права (авторски права, цитиране на източници, безпристрастно споменаване на индивиди), представителство (адекватно отразяване на малцинствени гледни точки, представителство на групи, които не участват в

обучителния корпус), демокрация (слепота или амбивалентност на системите към фундаментални демократични ценности).

В този смисъл и особено в демократичните общества, AI грамотността трябва да включва разсъждения върху въздействието върху **демокрацията и демократичната култура**.

С оглед на европейското законодателство и основните права, критичното учене за AI трябва да включва познание за личните данни и как те допринасят за предсказания в различни измерения. Особено внимание трябва да се обърне на **високорисковите области на приложение**, тъй като именно с тях младите хора най-вероятно ще се сблъскат в работата, образованието и други контексти. Да знаеш **какво една система може да знае и заключи за теб** е от съществено значение за дигиталното овластяване.

В Европа, **перспективата на Съвета на Европа за образованието за дигитално гражданство** предоставя насока. Тя означава:

„Овластяване на учащите от всички възрасти чрез образование или придобиване на компетенции за учене и активно участие в дигиталното общество, за да упражняват и защитават своите демократични права и отговорности онлайн, както и да насърчават и защитават правата на човека, демокрацията и върховенството на закона в киберпространството.“

(Съвет на Европа)

Приложено към **изкуствения интелект (AI)** това може да означава: да се учим за **правната измерение** в контекста на AI и как младите хора могат да упражняват правата си спрямо платформи и услуги; да се научим да се ангажираме за **човекоцентричен AI и адекватна регулация**; да участваме активно в съответните процеси на **законодателство, управление и оценка**; да разберем как **върховенството на закона и демокрацията** се отнасят към дигиталната трансформация.

Рамката **DigComp на Европейската комисия** изпитва трудности да включи този критичен поглед върху AI, макар че основните дейности в момента са насочени към интегриране на AI в центъра на рамката.

За вдъхновение може да служи и **рамката на UNESCO за компетентности в AI за ученици**.

Обучението за изкуствен интелект **не може да остане насочено само към академици и системни инженери**, както е в момента. Ако разширим визията на UNESCO с фокус върху **EDC/HRE – Образование за демократично гражданство и права на човека**), акцентът трябва да падне върху факта, че в

постдигиталната демокрация **всеки човек трябва да има шанс да развие критична осъзнатост и способност за действие.**

„Гражданство в ерата на AI“ (макар и формулирано в рамка за академични експерти) е тема, която трябва да се разбира и прилага. Това е **предизвикателство за формалното образование и младежката работа.**

Не бива да се пропуска и **политико-икономическата рамка и стратегии за AI** (AI средата), които също са от значение за младежката работа със социално-политически интерес.

Няколко преподаватели, консултирани по време на проекта, подчертават и **необходимостта от феминистка и гендерна перспектива** за разнообразието, представянето и категоризацията на хората – тема развита в научните изследвания и гражданското общество, но все още не толкова застъпена в младежката работа.

РАМКА НА UNESCO ЗА КОМПЕТЕНТНОСТИ В AI (за ученици)

	Разбиране (всички граждани)	Прилагане (някои)	Създаване (академични експерти)
Човекоцентричен начин на мислене	Човешка агенция	Човешка отговорност	Гражданство в ерата на AI
Етика на AI	Въплътена етика	Сигурна и отговорна употреба	Етика по дизайн
Техники и приложения на AI	Основи на AI	Умения за прилагане	Създаване на AI инструменти
Дизайн на AI системи	Определяне на проблем	Дизайн на архитектура	Итерации и обратна връзка

Също така се подчертава значението на **психологическа перспектива** върху ефектите на дигитализираното общество: връзката човек-машина, парасоциалност, изследване на типовете и качествата на социалните връзки, и преживяването на самота – с цел да се помогне на младите хора да (пре)създадат връзки.

Данните показват, че **демократичната и човекоцентрична употреба на AI** изисква намаляване на напреженията и дефиниране на **желаната връзка между хора и машини** (вкл. услуги и платформи).

Следователно ролята на младежта като субекти трябва да бъде **укрепена** – започвайки с въпросите:

Какво искат младите хора AI да прави?

Къде да се намесва в живота им?

Какви образи на идентичността им изгражда AI?

И как могат те да повлияят на този процес?

МАТЕРИАЛ: КРИТИЧНА AI ЛИТЕРАТУРА

Карта игра: AI Compass. Карта игра за учене относно приложенията на AI в различни обществени контексти. Създадена от Alexander v. Humboldt Institute for Internet and Society → [LINK](#)

Наръчник: Media, Big data and Artificial Intelligence. Създаден в проекта InEdu за младежка работа и училища. → [LINK](#)

Колекция ресурси: Big Data Literacy. Колекция от ресурси на Critical Big Data and Algorithmic Literacy Network. → [LINK](#)

Комикс: We are AI. Пет комикса за AI от Julia Stoyanovich и Falaah Arif Kha → → [LINK](#)

Комикс: We need to talk AI. Комикс за изкуствения интелект от Doc J Snyder & Lena Ziyal → [LINK](#)

Уъркшоп: Ethics, AI and Coding. Концепция за уъркшоп, създадена в германската програма Jugend hackt от medialepfade → [LINK](#)

Изложба: What the Future Wants. Забавна изложба за тийнейджъри относно AI, от Tactical Tech Collective → [LINK](#)

2.5 АКТИВНИ ПОТРЕБИТЕЛИ

Младото поколение беше възприето като **дигитални потребители** още от ранна възраст. В същото време, начините на купуване и продаване се промениха напоследък – вероятно с по-активна роля на младежите в сравнение с предишните поколения. Следният преглед показва как по-младите поколения са запознати с **онлайн пазаруването**, въпреки че данни на Eurostat от 2024 г. информират и за големи регионални различия (разлики в навиците за онлайн пазаруване).

СТОКИ И УСЛУГИ ОТ ЕЛЕКТРОННАТА ТЪРГОВИЯ (18–24 Г.)

МОДА И АКЕСОАРИ – **52 %**

ПОТОЧНО ИЗЛЪЧВАНЕ НА ФИЛМИ/СЕРИАЛИ/СПОРТ – **33 %**

АБОНАМЕНТ ЗА МУЗИКАЛНИ ПЛАТФОРМИ – **30 %**

ДОСТАВКИ НА ХРАНА – **29 %**

БИЛЕТИ ЗА СЪБИТИЯ – **29 %**

КОЗМЕТИКА И КРАСОТА – **21 %**

ИГРИ И ИЗТЕГЛЯНИЯ – **19 %**

СОФТУЕР – **13 %**

ДРУГИ АБОНАМЕНТИ ЗА ПРИЛОЖЕНИЯ – **6 %**

Е-КНИГИ/АУДИО КНИГИ – **6 %**

АБОНАМЕНТ ЗА ПРИЛОЖЕНИЯ, СВЪРЗАНИ СЪС ЗДРАВЕ – **5 %**

АБОНАМЕНТ ЗА ОНЛАЙН ВЕСТНИЦИ ИЛИ СПИСАНИЯ – **4 %**

Източник: Eurostat *Internet purchases - goods or services (2020 onwards)* (isoc_ec_ibgs); граждани на ЕС, възрастова група: **18–24**

По-лесните възможности за пазаруване, датификацията и платформизацията на търговията на дребно оказват значително влияние. Всеки може да участва и да има достъп до стоки – като търговец, продавач или купувач.

В различни източници се посочва рискът младите хора да изпаднат в дългове.

Това е резултат от комбинацията между:

- лесната достъпност на скъпи (и фалшиви) стоки,
- агресивната и социална реклама,
- бързо достъпни и скъпи потребителски кредити.

Природата на (глобалната) платформизация води до ускорено потребление. Това има отрицателни социални и екологични последици, особено в модния сектор. Положението на производителите и производствените общества се влошава. Докато „бързата“ мода, мебелите и потреблението като цяло някога бяха привилегия на висшите класи, този стил на потребление се превръща в ново обичайно нормално.

Нов феномен е, че младежите използват лесния достъп до икономиката като активни участници. Интервютата потвърждават, че все повече от тях се занимават с препродажба. Други спекулират с криптовалюти.

Инфлуенсърството, в частност, е привлекателна кариерна опция за мнозина. В допълнение към възможността да печелят пари с привидно малко усилия, паразитното преживяване и перспективата да бъдат широко разпознати като успешни вероятно също играят роля. Още през 2018 г. 35 % от германските младежи си представяха да станат създатели на съдържание като професия (Engels, 2023, стр. 7), а 6 % от поколението Z биха изкарвали прехраната си от това (ibid. стр. 8). Като цяло перспективите за достоен живот като създател на съдържание изглеждат трудни.

Платформизацията на потреблението създаде също и нарастваща група работници като платформени работници. Особено в сферата на гиг-работата (най-вече доставките) влиянието на платформизацията върху условията на труд става осезаемо. Директивата на ЕС за платформената работа се опитва да смекчи

някои от проблемите, особено псевдосамонаетостта на платформените работници, които често принадлежат към маргинализирани групи в обществото.

Извън платформите става дума обаче и за условията на труд като цяло. Ние изключихме тази област от настоящия анализ, въпреки че тя играе роля в различни сфери (като наблюдение на работното място, достъпност, алгоритмично набиране, проследяване на служители, автоматизирани решения за тях и др.). Връзката обаче е, че именно там, където услугите и стоките се предлагат бързо и гъвкаво, това става за сметка на работниците, които предоставят тези услуги – те са особено изложени на дигитални режими и често не могат да разчитат на редовни правни механизми за защита или на структури за подкрепа.

Успоредно с това се сблъскваме с променящо се възприятие за идеята какво е труд и как изглежда трудът. По-младите хора (15–24 години) имат значително по-положително възприятие за ИИ и роботиката на работното място (74 % в сравнение с 54 %, Eurobarometer 554, 2024, стр. 32).

„Мейкингът“ има огромен потенциал за младежката работа. В Европа напоследък се отвориха много публично достъпни *maker spaces* или *Fab Labs* (отворени работилници с различни устройства) – част от тях са комерсиални, но голяма част се поддържат от неправителствени организации и обществени институции. Някои обществени библиотеки също разшириха дейността си в тази посока.

В по-широк смисъл, понятието „мейкинг“ обхваща и *занаяти* и *артистични* дейности. Рисуване и дигитална обработка на скици, шиене със и без машини, както и творческа обработка на материали с ръце и устройства все повече се преплитат. Прилаган в областта на информационните технологии, мейкингът също акцентира върху творческата цел. Например, една известна програма в Германия се нарича **„Youth Hacks“ (Младежи хакват)**, а не **„Youth**

Programming“ (Младежко програмиране), за да подчертае, че става дума за *отворено учене, самостоятелно поставяне на цели и самоопределение.*

КУЛТУРА НА МЕЙКЪРИТЕ

„Културата на мейкърите на пръв поглед се възприема като DIY култура (направи си сам). Това, което я отличава от традиционната култура на занаятите, е че артистичните и творческите елементи често се допълват от дигитални компоненти. Глобалната икономика и най-новите технологии се използват както за учене и обмен, така и за производство и дистрибуция. Интересът към културата на мейкърите нарасна с това, че технологиите станаха по-достъпни и евтини. Оборудване, което днес е в обсега на любители, позволява реализирането на проекти, които преди бяха запазена територия за професионалистите.“

Х. Карпинен (в Kiviniemi, 2019)

ПРИМЕРИ:

3D ПЕЧАТ – ОТПЕЧАТВАНЕ НА ОБЕКТИ ВЪЗ ОСНОВА НА ГОТОВИ ШАБЛОНИ ИЛИ СЪЗДАВАНЕ НА НОВИ ДИЗАЙНИ И ОБЕКТИ

CNC (КОМПЮТЪРНО ЦИФРОВО УПРАВЛЕНИЕ) – ЛАЗЕРНО РЯЗАНЕ НА РАЗЛИЧНИ МАТЕРИАЛИ КАТО ДЪРВО, ПЛАСТМАСА ИЛИ МЕТАЛ

КОДИРАНЕ, РОБОТИКА, ХАРДУЕР – СЪЗДАВАНЕ И ПРИЛАГАНЕ НА ПРОГРАМИ ИЛИ СОФТУЕР (ВКЛЮЧИТЕЛНО AI) И УСТРОЙСТВА

ХАКВАНЕ

ПЪРВОНАЧАЛНО ПРОИЗХОЖДАЩ ОТ КОМПЮТЪРНИТЕ НАУКИ, ТЕРМИНЪТ СЕ РАЗПРОСТРАНЯВА И В ДРУГИ СФЕРИ НА ОБЩЕСТВОТО С НАПРЕДВАНЕТО НА ДИГИТАЛНАТА ТРАНСФОРМАЦИЯ: ДА ПРИДАВАШ НОВО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ НА НЕЩА – ОТ МЕБЕЛИ ДО КОМПЮТРИ. ТЕРМИНИТЕ „LIFE HACKS“ И „ХАКВАНЕ“ ВЕЧЕ СА ЧАСТ ОТ ВСЕКИДНЕВНИЯ ЕЗИК И СА НАПУСНАЛИ ЧИСТО ДИГИТАЛНАТА СРЕДА. ПО СЪЩЕСТВО ТЕ ОПИСВАТ ПОДХОД КЪМ ТРАНСФОРМИРАЩО УЧЕНЕ – РЕШАВАНЕ НА ПРОБЛЕМИ, УЧЕНЕ ЧРЕЗ ПРЕЖИВЯВАНЕ, ПРЕДИЗВИКВАНЕ И ПРОМЯНА НА НАВИЦИ, А ПОНЯКОГА И НА ЦЯЛАТА СИСТЕМА ОТ ОСНОВИ.

Културната индустрия претърпя фундаментални промени след пробива на интернет. Видовете и начините на медийна консумация сред младите хора вече не са оформени от преддигиталната епоха. В миналото физическото притежание на звукозаписи, а след това и на дигитално копие, беше предпоставка за слушане

на музика или гледане на филм, но днес стриймингът чрез платформи е станал норма. Линейната телевизия е изгубила своето значение, но не и стрийминг услугите на обществените медии – поне в страните, където общественото радио и телевизия имат дълга традиция. Обществените медии продължават да се използват широко от младите хора и за политическа информация (виж следващата глава).

Младото поколение все още слуша повече музика от другите поколения. Въпреки това то слуша линейното радио наполовина по-малко от европейската средна стойност. Безплатният видео стрийминг, особено чрез YouTube, както и платеното стриймване на образ и звук, са значителни. Затова големите платформи са влиятелни, което се отразява, наред с другото, и във вертикалната интеграция – услуги, първоначално замислени като платформи за разпространение, се превръщат в самостоятелни медийни продуценти (Netflix, Disney+ и Prime).

КЪДЕ МЛАДИТЕ ХОРА В ЕВРОПА СЛУШАТ МУЗИКА

72 % – По време на пътуване до работа или училище/университет

69 % – Докато релаксират у дома

30 % – Преди заспиване

ИЗТОЧНИК: IFPI, 2018, СТР. 7; ГЛОБАЛНИ ДАННИ, НАСЕЛЕНИЕ НА ВЪЗРАСТ 16–24 Г., N=1.000–2.000/СТРАНА

СТРИЙМИНГ (ВСИЧКИ ВЪЗРАСТОВИ ГРУПИ, ГЛОБАЛНО)

52 % – Видео стрийминг

47 % – YouTube + 5 % други услуги

28 % – Платен аудио стрийминг

20 % – Безплатен аудио стрийминг

ИЗТОЧНИК: IFPI, 2018, СТР. 12; ГЛОБАЛНИ ДАННИ, N=1.000–2.000/СТРАНА

РАДИО ВРЕМЕ

1 ч. 14 мин/ден

време за слушане на
европейската младеж

56 % по-малко от
средното.

EBU, 2023, СТР. 7

Подобно на вече споменатите области, **геймингът** предоставя огромно поле, в което се преплитат въпросите за икономическите модели на дигитализацията, платформизацията и младежката култура – превръщайки се в своеобразна „перфектна смес“.

С **70 % играчи във възрастовата група 6–14 години, 83 % сред младите на 11–14 години и 78 % от младите хора на възраст 15–24 години** (Video Games Europe, 2023, стр. 9), видеоигрите са формиращо преживяване за младежта.

Затова геймингът е един от ключовите входни пунктове за младежката работа и образованието по дигитализация. Гейминг културата вече е **основно поле на младежката култура**, като същевременно е и силно комерсиално интересна сфера, която се вписва във всички вече описани аспекти на **извличането на данни** в раздела за дигиталното „аз“.

2.5 ЗАКЛЮЧЕНИЯ – АКТИВНИ ПОТРЕБИТЕЛИ

ПОТРЕБИТЕЛСКИ РЕШЕНИЯ

Търговията на дребно и продажбите имат силно психологическо измерение. Те включват нуждите и тяхното удовлетворяване чрез потребление, преживяването на процеса на покупка и възможностите, които продавачите използват, за да създадат среда, стимулираща продажбите, или да убедят купувачите.

С преместването на значителна част от бизнеса върху платформи инструментите и ресурсите се промениха (например тъмни модели – *dark patterns*). Младежката работа трябва да насърчава младите хора да бъдат критични потребители, които нито се лишават прекомерно, нито харчат безразборно, а вземат решения, които отговарят на техните нужди и за които не съжаляват.

МАТЕРИАЛ: ПСИХОЛОГИЯ НА ПОТРЕБЛЕНИЕТО

Игра: *mission: decision*. Учениците отиват на дигитални пазарувания и многократно се сблъскват с аномалии в поведението си при вземане на

решения. Разработена от Deutscher Sparkassen- und Giroverband e.V. → [mission: decision – DSGVO Game] → [LINK](#)

Материал за учители: *Behavioural economic experiments. Scientific decision-making situations in the classroom (German)* → [LINK](#)

Материал: *Young Crime – Rip-offs on the Internet*. Фиктивен криминален случай за фалшиви магазини и схеми за измами онлайн (на немски). → [LINK](#)

ИНФЛУЕНСЪРИ

Младежките работници и други възпитатели отдавна са наясно с интереса на младите хора към влияние и създаване на съдържание и вече го използват. За тази цел са разработени образователни материали. Те могат да бъдат допълнени, за да се представи по-ясна картина на икономиката на създателите на съдържание въз основа на реални данни – например каква е вероятността да се печели определена сума, как се разпределят паричните потоци във веригата на дигиталното съдържание, стойността на данните на последователите и силовите структури между платформи, последователи и създатели.

МАТЕРИАЛ: ИНФЛУЕНСЪРИ

Influencer Marketing. Създаден главно за гимназиален етап II в училища от AWS Arbeitsgemeinschaft Wirtschaft und Schule (Австрия). → → [LINK](#)

Влиянието е навсякъде! Информационна компетентност като ключова квалификация в ерата на социалните медии. От Media Smart e. V., създаден главно за училищен контекст (на немски). (German).

→ [LINK](#)

Как работят инфлуенсърите. Модул, създаден от германския обществен оператор NDR, главно за училищен контекст. [LINK](#)

СЪЗДАТЕЛИ

Работилниците са неразделна част от младежката работа. С развитието на технологиите електронните устройства станаха неизменна част от тези пространства. Много примери от културната младежка работа свидетелстват за това, както и инициативите, свързани с демокрацията – в които дигиталните продукти са основна цел или средство в процеса на обучение.

Не само дигитализацията, но и развитието на все по-лесни за използване приложения, които автоматизират трудоемки стъпки по пътя към резултата, невероятно разшириха възможностите. Анимации, филми, музика и игри вече могат да бъдат използвани с нисък праг на достъп и за относително кратко време. Когато процесите са автоматизирани, някои базови умения вече не се преподават.

Голямо предизвикателство възниква там, където повечето концептуални и творчески задачи се изнасят към машините. Генеративните изкуствени интелекти (AI) позволяват на младите хора да използват висококачествени илюстрации. Но продуктът ли е целта или инструментът? Колко ценим творческите и концептуалните умения на младите хора? Колкото повече работата преминава в човешко-машинни взаимодействия, толкова по-важно е осъзнаването, че човек може да формира резултатите различно, да ги отхвърля или утвърждава по свой начин.

РОБОТИКА

Много проекти и курсове имат за цел да събудят любопитството на младите хора към STEM дисциплини или към самостоятелно програмиране. Тези програми се предлагат от различни участници – компании, изследователски институти, младежки организации или учители, преминали обучение в тази област. Част от дейностите са умишлено насочени към намаляване на бариерите за навлизане в компютърните науки и инженерството и към преодоляване на дигиталното разделение.

МАТЕРИАЛ: СЪЗДАТЕЛИ & РОБОТИКА

3D-ECO. Работилници по 3D печат за екологично и технологично овластяване на местната младеж в Берлин от InMOE. → [LINK](#)

Youth hacks. Improving the world with code. Национална програма за млади хора с хакатони, онлайн общност и програми за обмен, от Open Knowledge Foundation Germany и mediale pfade (Германия). → [LINK](#)

ReDI School of Digital Integration. Неправителствена технологична школа за мигранти и маргинализирани общности в Германия, Дания и Швеция. → [LINK](#)

Roberta – learning with robots. Образователна програма на германския изследователски институт Fraunhofer IAIS, с фокус върху младите жени. → [LINK](#)

Lifhack Digitalisation. Критично-креативна работилница за учене и живот с човешка и изкуствена интелигентност от wannseeFORUM (DE). → [LINK](#)

ИГРИ

Особено в контекста на EDC/HRE (Образование за демокрация/права на човека) са разработени множество алтернативни игри и игрови практики, които търсят нефункционален — non-commercial, data-friendly — подход и подкрепят обмена и разсъждения около обществени и демократични въпроси. Някои от тях поставят дигитализацията в центъра на анализа, макар че в Европа те са все още редки.

ПРИМЕРИ: АЛТЕРНАТИВНИ СЕРИОЗНИ ИГРИ

Hidden Codes. Разработена от Образователния център Anne Frank във Франкфурт (на Main), цифрова сериозна игра, която помага на млади хора да осъзнават радикализацията от дясно-екстремистки и ислямистки групи. → [Hidden Codes – Playable Online & App] → [LINK](#)

Through the darkest of our times. Потребителите поемат ролята на група съпротива, която трябва да взема морални решения по време на националсоциализма. От Paintbucket Games. → [LINK](#)

Archiospace. Цифрова игра-естафета (escape game), която разглежда дигитализацията и обществото в контекста на алгоритми, кодиране и AI (на немски). Разработена в рамките на програмата по гражданско образование на AdB. → [LINK](#)

Minecraft makes media literacy – from kebab prices to data democracy. Програма за ваканции в медиа-компетентен център в Берлин-Лихтенберг: използване на Minecraft, Mario Kart и 3D принтери за визуализация на данни и социални теми. → [LINK](#)

ПРИМЕРИ: МЛАДЕЖКИ СЪКЕТИРАНИ УСЛУГИ (COUNSELLING)

www.saferinternet.at – проектът е австрийски партньор в Safer Internet Network на ЕС (на немски). → [LINK](#)

Spieleratgeber NRW. Игрален гид, който оценява игри спрямо образователни критерии, тестван с над 300 деца и млади хора (на немски). → [LINK](#)

Stiftung Digitale Spielekultur. Фондация “Дигитална игрова култура”, създадена от германската игрална индустрия. → [LINK](#)

DIGITAL STREET WORK

Digital Street Work — дигиталната улична работа — функционира с различни ориентации и цели. Въвеждането на цифровото Lebenswelt като стандарт за социалната работа прави изследването на вече централните дигитални

социални пространства задължително. Но какво е възможно и какво се изисква там? → [LINK](#)

ПРАЗНИ ПРОСТРАНСТВА (BLANK SPACES)

Колкото по-силно дигитализираната търговия става част от културата и икономиката, толкова по-важно става за младежката работа да я включва като тема. Особено платформите промениха начина, по който хората продават и купуват. Ако от гледна точка на потребителя рискът от задлъжняване сред младите е сериозен ефект от дигиталната търговия, то желанието за консумация, натискът от средата и отношението към пари и дълг трябва да станат част от младежкото образование.

Сега всеки може да използва търговски платформи, за да създаде бизнес (понякога дори без да осъзнава, че това е бизнес). Тъй като младите все повече поемат активна роля като създатели, търговци и спекуланти, те неусетно възприемат отговорност пред обществото (от данъчни задължения до условия на производство или въздействия върху околната среда, напр. криптотрейдинг), затова тази активна роля трябва да стане част от рефлексивната младежка работа.

За образование, което се стреми към справедливост, честност и устойчивост, това значи внимателно да бъдат разгледани подходите на образованието за глобално гражданство и глобалното учене, и да се отразяват глобалните производствени и вериги на стойността, които позволяват на европейската младеж да бъде търговци, препродажници или потребители.

Наличните данни показват, че дрехите и индустрията на развлеченията печелят от дигитализацията, особено сред млади таргет групи. Платформената работа — особено доставки на храна — стана важна услуга. От EDC/HRE гледна точка, младежката работа, включваща обучение по условията на потребление, производство и доставка, има все по-голямо значение. Трудовите права и бъдещото място на тези платформи работещи хора в обществото също са важен контекст. Освен това трябва да се разглеждат алтернативи към различни типове платформена работа, сервис платформи и начини за организационно структуриране на силовия триъгълник между доставчици, платформи и потребители. Погледът към възможностите, които предлагат „други платформи“, насочени към укрепване на местната търговия и избягване на трансграничната й практика на събиране на данни, например, трябва да бъде част от младежката работа, която винаги мисли в категорията на алтернативите.

Още повече, креативните процеси в младежката работа повдигат въпроса за укрепване на ръчните умения. Когато хората и автоматизацията сътрудничат в креативни процеси, възникват много възможности. Въпреки това, колкото повече резултатите са предварително формирани от машини и услуги, толкова повече младежката работа ще трябва да адресира диалектично въпроса как да постигне баланс между качество на резултата и качество на ученето. Ангажирайки се с дигиталното, младежката работа може също да допринесе за размисъл върху аналоговите/ръчните и аналитичните умения, които са предпоставки за успешна креативна работа и осигуряват подходящи пространства.

Maker пространства или fab labs предлагат възможности за експериментиране. Младежите могат също да се срещнат с 3D печата в училище, тъй като много програми — като тези по роботика — са проектирани да мотивират учениците да проявят интерес към кариера в науката или инженерството или да намалят бариерите за тези кариери.

Друга визия зад 3D печата беше да се иновира преобладаващата форма на производство, да се увеличи възможността за ремонт, например чрез отпечатване на резервни части, и да се укрепят местното производство. На практика не успяхме да идентифицираме никаква бизнес- и обществено-ориентирана младежка работа за „Интернет на създаване“ (Internet of Making), която да поставя обществени очаквания в центъра. Дали това е голяма празнота или не, не можем да оценим. Важно е да бъде признато, че правенето (making) е част от стратегия за по-голяма циркулярност и местна икономическа активност.

Още от изобретяването на касетата, музикалната и филмовата индустрия продължават да обучават младите за незаконните практики на споделяне и културната консумация, поставяйки особен акцент върху авторските права като образователна тема и обект на строга политическа регулация. Поколение младежки работници, израснали с чувство на криминализация и предупреждения, изпитват скептицизъм към тези изисквания. Въпреки това, познаването на свободните и отворени лицензи (Creative Commons) става все по-необходимо в младежката работа, а лицензираният материал все по-често се използва, защото позволява произведенията на младите да бъдат споделяни след работилниците — особено изображения и звук.

Освен въпроса как законно да се работи с културни артефакти, условията за културно производство са също важни. Доминирането на стрийминг услугите доведе до промени — стрийминг, (младежки) клубове, записана музика и музикални общности не са в конфликт едни с други, а пренасочват културната

среда. Тази среда сами по себе си отново придобива значение за младежката работа.

Ролята на игрите и гейминг платформите — особено във връзка с датафикацията и тъмните модели — и рефлексивното учене за това как всепроникващият достъп до игри чрез стрийминг влияе върху въглеродния отпечатък и “data shadow” почти никога не се поставят на масата. Гейминг платформите (кой присъства на тях и кой не, кой ги притежава, ролята на общността...) често се използват като отправна точка в различни младежки инициативи. Обаче въпросът какви интереси следват платформите често остава на заден план.

Темите за дигитализацията, платформите и дигиталното извличане на данни могат да станат централно съдържание на сериозни игри — дали дигитални, или аналогови. Също така, екологичното измерение на игрите като ресурсно консумираща културна практика не се разглежда достатъчно.

3. Управление на ДИГИТАЛНОТО

Като цяло младежите имат **положително отношение към дигитализацията** – малко по-положително от средното за населението. **89 %** от европейците на възраст 15–24 години казват, че „дигитализацията на ежедневните обществени и частни услуги улеснява живота им“. Тази стойност намалява с възрастта – при поколението 55+ е **55 %** (Eurobarometer 551, стр. 14).

Младите хора са по-оптимистични и уверени в дигиталния прогрес от другите поколения. В същото време те усещат ясно и **двусмислените аспекти на датафикацията, големите данни и платформизацията.**

Фундаментален въпрос за Образование за демократично гражданство и права на човека) е как обществото се справя с това и при какви условия младежите биха искали да поверят управлението на платформите.

Социалните мрежи в Европа и другаде вече са даденост. През последните години се наблюдава **нарастващ дял от хората, които участват в социални мрежи чрез създаване на лични профили и свързване с други потребители**. Това е свързано и със структурна промяна в медийната и информационната сфера.

И тук Образование за демократично гражданство и права на човека поставя фундаментален въпрос: 👉 как дигитализацията и управлението на социалните медии, медиите и данните се отнасят към демокрацията и как, и с кого демократичната публичност може да бъде укрепена и защитена.

УВЕЛИЧАВАНЕ НА УЧАСТИЕТО В СОЦИАЛНИ МЕДИИ

От **44 % през 2014 г.** до **65 % през 2024 г.**

▶ Източник: Eurostat

ДЕЙНОСТИ НА МЛАДИТЕ ХОРА В ИНТЕРНЕТ

МИГНОВЕНИ СЪОБЩЕНИЯ: **91 %**

ИМЕЙЛИ: **90 %**

ТЕЛЕФОННИ/ВИДЕО РАЗГОВОРИ: **88 %**

УЧАСТИЕ В СОЦИАЛНИ МРЕЖИ: **88 %**

ТЪРСЕНЕ НА ИНФОРМАЦИЯ ЗА СТОКИ И УСЛУГИ: **81 %**

ОНЛАЙН БАНКИРАНЕ: **71 %**

ОНЛАЙН ПАЗАРУВАНЕ (ВЪЗРАСТ 16–24): **68 %**

ЧЕТЕНЕ НА ОНЛАЙН НОВИНИ: **66 %**

ТЪРСЕНЕ НА РАБОТА / КАНДИДАТСТВАНЕ: **26 %**

ИЗРАЗЯВАНЕ ПО ГРАЖДАНСКИ ИЛИ ПОЛИТИЧЕСКИ ВЪПРОСИ
(УЕБСАЙТОВЕ/СОЦИАЛНИ МЕДИИ): **22 %**

УЧАСТИЕ В ОНЛАЙН КОНСУЛТАЦИИ ПО ОБЩЕСТВЕНИ ВЪПРОСИ: **12 %**

Източник: Eurostat: *isoc_ci_ac_i*; *isoc_ec_ib20*; 2023, *Europeans aged 16–29*

При разглеждане на онлайн дейностите на младите хора на възраст между 16–29 години, **Евростат** очертава следната картина (2023): социално-политическите дейности по-специално не са основен фокус на младите хора. Въпреки че Европа в този контекст е силно дигитализирано общество, политическите измерения на дигитализацията – политика, политически процеси и държавно управление – не се възприемат непременно като приоритетна тема.

Евробарометър през 2022 г. попита европейците кои са „основните предизвикателства на нашето време“ в сферата на политиките. Топ 3 отговори бяха: „Икономическата ситуация в ЕС“ – 24 % „Енергийна автономия“ – 26 % , „Отбрана и сигурност“ – 34 %

Темите, по-тясно свързани с дигитализацията, далеч не достигат такива стойности: „Водеща роля в дигиталната трансформация на икономиката и обществото в ЕС“ – 6 %, „Борба с дезинформацията в ЕС“ – 11 %

Източник: *Special Eurobarometer 526; QC8*

Това не означава отсъствие на дигитализация. Напротив – по-високо оценените въпроси са дълбоко преплетени с дигитализацията и дигиталната трансформация.

Интервюта с млади хора потвърждават, че по-младите не оценяват въздействието от гледна точка на „преддигиталното“ време. **Edelman Trust Barometer** показва сред младежите намаляващ ентузиазъм за нарастващото използване на изкуствен интелект: между 2024 и 2025 г. – **-5 %** в Италия, **-4 %** в Швеция, **-3 %** в Ирландия и Испания, **-2 %** в Германия. Само в Нидерландия тенденцията е положителна (**+1 %**) (Edelman, 2025b, p. 10).

Това отношение е, от една страна, предпоставка за реалистичен поглед върху различни дейности по дигитализация. Докато в миналото дискусиите за конкретни дигитални проекти бързо се стилизираха като конфликт между

ентусиасти и скептици, това поколение по-скоро не възприема „дигиталното“ само по себе си като прогрес. Дигиталното не е „по-добро“, а просто е налично. Това означава, че младите поколения може да нямат нито изцяло рискова, нито изцяло вредна перспектива за технологиите, а по-скоро да развиват интуитивни механизми за справяне с вредите и рисковете.

ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА ВЪРХУ ЕЖЕДНЕВНИЯ ЖИВОТ

СПОРЕД ВАС, КАКВО ВЪЗДЕЙСТВИЕ ИМАТ НАЙ-НОВИТЕ ЦИФРОВИ ТЕХНОЛОГИИ В МОМЕНТА?

ОБЛАСТ	МНОГО ПОЛОЖИТЕЛНО	ПО-СКОРО ПОЛОЖИТЕЛНО	ПО-СКОРО ОТРИЦАТЕЛНО	МНОГО ОТРИЦАТЕЛНО
ИКОНОМИКА	12 % (-11 %)	50 % (-2 %)	18 % (+8 %)	5 % (+2 %)
КАЧЕСТВО НА ЖИВОТ	12 % (-4 %)	50 % (=)	19 % (+5 %)	5 % (+1 %)
ВЛИЯНИЕ ВЪРХУ ОБЩЕСТВОТО	10 % (-5 %)	49 % (-3 %)	26 % (+6 %)	7 % (+2 %)

Източник: *Special Eurobarometer 554, QB1 (2024); в скобу: Eurobarometer 460 (2017)*

3.1 НА КОГО ДА СЕ ДОВЕРИМ, НА КОГО ДА ДАДЕМ ВЛАСТ?

Докато образованието за онлайн опасности е важно, потребителите трябва да могат да вярват, че могат да навлизат в социално-дигиталното пространство без повишена вероятност да станат жертва – подобно на увереността да стъпиш на тротоара, без да мислиш за вероятността да бъдеш тормозен. Това също обяснява заключението на **EDRi**, че младите хора искат различно образование за интернет опасностите и преди всичко различен начин за справяне с тях в обществото. Интересно е възприемането на отговорността и властта на различните заинтересовани страни от младежта. **Институтът Вайценбаум** попита младите:

Ако хората бъдат попитани на кого имат доверие, картината изглежда по следния начин според данните на **Edelman** за 2025 г.:

Проучванията на **Edelman** в дългосрочен план показват, че неправителствените организации се възприемат като по-скоро етични, а бизнесът – като по-скоро компетентен. Проучването от 2024 г. показва, че технологичният бизнес има най-високи стойности на доверие. Това обаче важи особено за разработчиците на приложения и производителите на полупроводници. Подсекторът на изкуствения интелект, например, се характеризира с много ниско доверие.

По-широкият контекст, в който се създава или разрушава социалното доверие, е важен за обяснението на тези динамики, когато се изследва въпросът на кого младите хора могат да имат доверие.

Първо, наблюдава се обща поляризация на обществото. Тя отчасти е вкоренена в неравенството. Трябва да се отбележи, че младите хора са особено движени от притеснения относно бъдещето си и по време на икономическа криза са сред първите, които усещат последиците (например младежка безработица, съкращения на публични услуги и др.).

Второ, популизмът използва поляризацията като политическа стратегия, създавайки и подчертавайки естествена разлика между политиката и народа, и отхвърляйки социалния плурализъм и свързаната с него представителна демокрация. Това има конкретни последици за секторите и институциите, които взаимодействат в рамките на демократичната система – в по-екстремните си форми това не е само недоверие към „политиката“, а фундаментално недоверие към всички институции:

„Популистите [...] не са против принципа на политическото представителство, а по-скоро са скептични към всички посреднически институции – не само в политиката, но и по отношение на медианата, и затова винаги медирана, публична сфера“ (Müller, 2016, стр. 199).

В същото време е уместен скептицизмът към прибързани и детерминистични диагнози. След анализ на емпирични данни, Mau et al. (2023) заключават, че социалният център е по-малко поляризиран, отколкото изглежда. Силата на тези амбивалентни центристички сили зависи от политическата култура. Следователно може да се заключи, че социалните мрежи в частност представят нереалистична картина на социалното напрежение. Mau въвежда термина „предприемачи на поляризацията“, които, подпомогнати от механизмите на платформите, са стимулирани да изострят напрежението или съзнателно използват платформите като част от своята стратегия за достигане до аудитория.

Що се отнася до темата на тази подглава, трябва да се отбележи, че „предприемачи на поляризацията“ могат да се открият във всички сектори – в държавата, в бизнеса, в медиите или в църквите, гражданските групи или НПО.

С придобиването на X от Илон Мъск, предприемачът на поляризация се превърна в активен собственик на платформа. Възможно е и други да последват. Въпросът обаче е доколко умереното и безразлично мнозинство е пряко засегнато или дали тези промени по-скоро влияят върху възприятията на лидерите на мнение и медиите.

В интервюта с млади хора, Gemkow установява, че тяхната дефиниция за популизъм се различава донякъде от научната. Те по същество се фокусират върху феномена, а не върху по-широкия социо-политически контекст – разглеждат „търгуването с мнения“ и „некритичното приемане на правилността на собственото мнение“ като основни характеристики на популизма. Като цяло те възприемат популизма по-малко като личен проблем и повече като обществен.

Младите хора изтъкват особено социалните медийни платформи:

„Противно на собственото си медийно поведение, младите хора виждат социалните медии като частично отговорни за това развитие. Платформените оператори, ориентирани към потребителите, с техните алгоритмично

персонализирани предложения и неопределена експлоатация на човешката психика, се посочват като причини тук“ (Gemkow, 2023, стр. 51).

Следователно може да се заключи, че младите хора са наясно с въздействието на платформите върху образа, който имат за обществото. В същото време обаче те не проявяват особено голям интерес към въпроса какво означава това за публичната сфера и за плуралистичната демокрация.

След този анализ на релевантните фактори за недоверие в мобилно дигитално общество обаче остава отворен въпросът: **на кого да се доверим**. Това е важно за демократичната култура като цяло, но също така и за управлението на дигитализацията в частност. Кой трябва да наблюдава развитието, да координира надзорните органи или да бъде представен в тях? С други думи – на кого трябва да бъде дадено влияние?

От контекста към конкретното: *Fundamental Rights Survey 2020 (FRA 2020)* попита младите европейци за тяхната готовност да споделят данни с частни или публични институции. На кого имат повече доверие, когато става въпрос за съхранение и обработка на чувствителни данни, позволяващи заключения за личната идентичност и характеристики? Ето отговорите на младите хора между 16 и 29 години:

Резултатите изглежда потвърждават двусмислената картина. Бизнесът, и особено технологичният бизнес, се възприема като компетентен. Но когато става въпрос за споделяне на конкретни лични данни, други (и дори държавата) изглеждат малко по-надеждни.

Що се отнася до изкуствения интелект в образованието – област, която засяга младите хора пряко – се очертава следната картина:

Ако приемем, че младежите в Европа, когато трябва да вземат решение само в полза на един заинтересован субект, по-скоро ще се доверят на образователната

институция да съвземе решение заедно с тях, възниква въпросът дали тази институция може да изпълни тези очаквания.

Как различните образователни сектори трябва да организират участието на младите хора в такива решения и в контрола върху технологиите? Какви нужди имат младите хора? Кои са техните подкрепящи контакти за въпроси и притеснения?

Тук се включва и младежката работа.

ПРАВА И ВЛАСТ СПРЯМО ПЛАТФОРМИТЕ

European Digital Rights (EDRi, 2023) попита младите хора за техните нужди, свързани със защита на данните и поверителността в дигиталното пространство.

43 % ОТ АНКЕТИРАНИТЕ ПРИЗОВАВАТ ЗА АЛТЕРНАТИВНИ МЕРКИ СРЕЩУ ВРЕДИТЕ В ИНТЕРНЕТ КАТО:
„ПОДОБРЯВАНЕ НА МЕДИЙНАТА ГРАМОТНОСТ И ОБУЧЕНИЕТО НА МЛАДЕЖИ ПОД 18 ГОДИНИ ОТНОСНО РИСКОВЕТЕ И ПОДХОДЯЩИТЕ РЕАКЦИИ.“

37 % НАСТОЯВАТ ЗА:
„ПОДОБРЯВАНЕ НА МЕХАНИЗМИТЕ ЗА ДОКЛАДВАНЕ ОТ МЛАДЕЖИ НА СЛУЧАИ НА ОНЛАЙН СЪБЛАЗНЯВАНЕ (GROOMING) И ГАРАНТИРАНЕ, ЧЕ ТЕ СЕ ПРОСЛЕДЯВАТ АДЕКВАТНО И ЕФЕКТИВНО.“

Източник: EDRi (07.03.2023)

ФАСИЛИТАТОРИ НА ЕЖЕДНЕВНАТА УПОТРЕБА НА ТЕХНОЛОГИИТЕ

79 % – КИБЕРСИГУРНОСТ И ПО-ДОБРА ЗАЩИТА И БЕЗОПАСНОСТ В ДИГИТАЛНИТЕ ТЕХНОЛОГИИ

74 % – ЧОВЕШКА ПОДКРЕПА ЗА ДОСТЪП И ИЗПОЛЗВАНЕ НА ТЕХНОЛОГИИТЕ

72 % – ПОВЕЧЕ ОБРАЗОВАНИЕ И ОБУЧЕНИЕ ЗА ИЗПОЛЗВАНЕ НА ДИГИТАЛНИ УСЛУГИ

Източник: Eurobarometer 551 QС 3.3 (2024); n = 26.346; европейци над 15 г.

ЗАКЛЮЧЕНИЯ 3.1 – ДОВЕРИЕ

ПРАЗНО МЯСТО

На кого имаме доверие зависи от образа ни за съответните актьори. Не става дума за повърхностното „бизнес срещу политика срещу НПО срещу медии“. Всички те играят роля в изграждането на доверие в една демократична гражданска култура. Нужно е да погледнем по-задълбочено и да възприемем гледна точка, която не е нито наивна, нито прекалено критична към властта: кои са НПО и лобистите, които правят публични изявления? Каква е разликата в интересите между Nextcloud и TikTok, например? Как популистки или либерални политици гледат на регулациите? За регулирането е решаващо кой ще получи доверието да упражнява властта, която тези регулации дават.

Докато критичното отношение е важно, за да не бъдем заблуждавани от обещанията на съответните актьори и за да достигнем до собствените си потребности, младежката работа не трябва да се задоволява с диагнозата „всички са мръсни“. По-скоро става дума за развиване на идеи кой трябва да има кои конкретни задачи, контролни функции и правомощия за вземане на решения. С други думи – как архитектурата на управлението на дигитализацията трябва да бъде системно структурирана.

Докато на компаниите се дава важна роля като актьори на европейско равнище, гражданското общество е напълно претоварено, когато става въпрос да участва в дебати за регулациите и за наблюдението на тяхното прилагане в правилния момент и с достатъчно ресурси. Възниква въпросът кои актьори всъщност (трябва да) поемат интересите на младите хора и от какви условия се нуждаят, за да си вършат добре работата.

По-дълбок аспект е въпросът за социалното доверие и условията за неговия успех. С други думи: как трябва да се държат организации или сектори, за да възникне доверие в смисъла на парадокса на демокрацията (доверието в демокрацията възниква в баланса между ефективни възможности за недоверие и доверие). По-специално този въпрос трябва да се приложи към актьорите в самата дигитализация: към платформите, но и към техните услуги.

Аспектите на демокрацията, правата и управлението изглеждат подценявани в практиката. Някои се придържат към поверителността, защитата на данните и минимизирането на вредите и създават ограничена картина на правата в дигиталността. Други дейности – например тези, които се фокусират върху

„дигитализацията, която искаме“ – са склонни да пренебрегват системния поглед и управлението. Младежката работа и младежкото образование са призовани да адресират тези противоречия, да подкрепят младите хора в намирането на позицията им спрямо регулациите и да обсъждат техните идеи и критерии за надеждни управленски структури на бъдещето.

3.2 ВНАСЯНЕ НА РЕД В ИНФОРМАЦИОННИЯ ХАОС

Поляризацията на обществения дискурс променя публичното пространство, което е съществено за демокрацията. Самият медиен сектор също се променя в своите отношения с други области на системата. Бизнес моделите и професионалните профили се трансформират – журналисти, PR специалисти, архитекти на платформи, създатели на съдържание и обикновени потребители съвместно създават инфосферата и границите между професиите, свързани с медиите, стават неясни.

Професионалните стандарти, потребителските навици и информационните нужди се изменят.

И не на последно място, в няколко европейски държави ставаме свидетели как медийната политика е използвана за ограничаване на плурализма и върховенството на закона. Полският пример илюстрира колко дълготрайна е намесата в медийната свобода и колко големи са структурните щети. От друга страна, Португалия и също България, макар и на все още ниско ниво, показват, че положително развитие е възможно.

Повече от всякога – и предизвикано от дигитализацията – посредниците играят съществена роля. Те не са просто неутрални платформи, а имат свои цели, като подчертават едно съдържание, докато третират друго като по-малко значимо. Затова фундаменталното разбиране на платформения капитализъм и социалните мрежи става от решаващо значение.

Тъй като информационните възможности и отворените за всички публични пространства, които отразяват плурализма на обществото, са основна предпоставка за демократичните общества, необходимо е също да се разгледат значението и условията за качествена журналистика и медии като стълбове на демократичната устойчивост, както и да се разбере структурната промяна в медийната среда.

Във всички европейски държави обществените оператори отдавна са изгубили доминиращата си роля в областта на развлеченията. Това обаче не се отнася за тяхната роля в политическата информация. В най-добрия случай те изпълняват функция, която ориентираният към печалба медийни играчи все по-трудно могат да изпълняват, колкото повече са изправени пред икономически натиск: балансирано и професионално отразяване.

В същото време обществените оператори са под натиск. Има проблеми с финансирането. Управляващите партии многократно се опитват да ги използват за свои цели. Различните страни са предприели различни мерки, за да предотвратят политическото овладяване и да запазят по-широко представителство в обществените медии.

Обществените оператори са в конкуренция със съществуващи и нови медийни играчи (като платформи или създатели на съдържание), но от демократична гледна точка те (и техните дигитални разширения) играят важна роля.

МЛАДЕЖИ - ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ ПО СОЦИАЛНИ И ПОЛИТИЧЕСКИ ТЕМИ (ПО ПРОЦЕНТИ):

42 % – СОЦИАЛНИ МЕДИИ

39 % – ТЕЛЕВИЗИЯ

26 % – ОНЛАЙН ПРЕСА И НОВИНИ

25 % – ПРИЯТЕЛИ, СЕМЕЙСТВО, КОЛЕГИ

23 % – ВИДЕО ПЛАТФОРМИ

16 % – РАДИО

„Свободата на пресата е поставена на изпитание от управляващите партии в Унгария (67-о място), Малта (73-о) и Гърция (88-о) – трите най-зле класирани държави в ЕС. Италия на Джорджа Мелони (46-о място) също е паднала с пет позиции.“ — „Репортери без граници“ (2024)

Признавайки, че „появата на интернет и социалните технологии доведоха до фундаментални промени в начина, по който информацията се произвежда, комуникира и разпространява“ (Wardle & Derakshan, 2017, стр. 11) и че терминът „фалшиви новини“ е твърде неясен, инструментализиран или ограничен, Wardle & Derakshan въвеждат концепцията за **информационен безпорядък** (*information disorder*).

ИНФОРМАЦИОНЕН БЕЗПОРЯДЪК

МИС-ИНФОРМАЦИЯ (MIS-INFORMATION)

Информация, която е невярна, но **не е създадена с намерение да причини вреда**.

Примери: погрешна връзка между елементи, подвеждащо съдържание...

ДИС-ИНФОРМАЦИЯ (DIS-INFORMATION)

Информация, която е невярна и е създадена **умишлено, за да навреди** на човек, социална група, организация или държава.

Примери: фалшив контекст, имитация, манипулирано или фабрикувано съдържание...

МАЛ-ИНФОРМАЦИЯ (MAL-INFORMATION)

Информация, която е **базирана на реални факти**, но се използва, за да се нанесе вреда на човек, организация или държава.

Примери: публичен тормоз, реч на омразата, (частични) изтичания на информация...

Източник: Wardle & Derakshan, 2017. *Information Disorder*

Освен това трябва да се обърне внимание на факта, че вредоносни актьори или антидемократични сили се възползват от възможностите, които предлагат „правилата на играта“ в платформите. Не става дума само за разпознаване на „фалшивото“. Медийната грамотност, свързана с демокрацията, е особено

насочена към разбирането, както казва Уордъл, на „оръжейното използване на контекста“ и на намеренията за нанасяне на вреда (Wardle & Derakshan, 2017).

„Реч на омразата се разбира като всички форми на изразяване, които подбуждат, насърчават, разпространяват или оправдават насилие, омраза или дискриминация срещу дадено лице или група лица, или които ги унижават, поради техните реални или приписвани лични характеристики или статус, като ‘раса’, цвят, език, религия, националност, национален или етнически произход, възраст, увреждане, пол, полова идентичност и сексуална ориентация“ (Съвет на Европа, 2022).

Конкретно уменията за **проверка на фактите** са решаващо условие за справяне с дезинформацията и дезинформацията. Проучванията обаче показват различна картина за Европа: **32 %** от младите на възраст 16–19 години, участници в изследване от 2023 г., са проверили през последните три месеца „достоверността на информация или съдържание, което са намерили в интернет новинарски сайтове или социални медии“.

Широкият диапазон на резултатите между държавите позволява да се заключи, че ефективността и обхватът на формалното образование в страните членки, както и гражданската осведоменост сред родителите и връстниците (като елементи на неформалното образование), са различни.

ПРОВЕРКА НА ДОСТОВЕРНОСТТА НА МЕДИИТЕ ОТ МЛАДЕЖИТЕ (FACT-CHECK PRACTICE OF YOUTH)

ГРАФИКАТА ПОКАЗВА КАКЪВ ПРОЦЕНТ ОТ МЛАДИТЕ ХОРА ПРОВЕРЯВАТ ИСТИННОСТТА НА НОВИНИТЕ И СЪДЪРЖАНИЕТО В МЕДИИТЕ:

ФИНЛАНДИЯ – 62 % (НАЙ-ВИСОКА СТОЙНОСТ)

ПОРТУГАЛИЯ – 37 %

ИСПАНИЯ – 36 %

АВСТРИЯ – 33 %

СРЕДНО ЗА ЕС-27 – 32 %

БЕЛГИЯ – 30 %

ГЕРМАНИЯ – 20 %

БЪЛГАРИЯ – 11 %

СЪРБИЯ – 5 % (НАЙ-НИСКА СТОЙНОСТ)

Вижда се, че в различните страни има големи различия – докато във Финландия над половината младежи проверяват новините, в България едва 1 от 10, а в Сърбия – дори по-малко. Освен това **58 % от младите хора вярват, че новините сами ще ги намерят**, тоест разчитат на това, че информацията ще достигне до тях без те да я търсят активно.

✓ Приемане на изкуствен интелект за препоръки на новини (Acceptance of an AI deciding about news recommendations)

ГРАФИКАТА ПОКАЗВА НАГЛАСИТЕ НА МЛАДИ ХОРА (18–30 ГОДИНИ) КЪМ ИЗПОЛЗВАНЕТО НА ИЗКУСТВЕН ИНТЕЛЕКТ, КОЙТО ДА РЕШАВА КАКВИ НОВИНИ ДА ИМ БЪДАТ ПРЕПОРЪЧВАНИ:

47 % – ЧУВСТВАТ СЕ КОМФОРТНО С ТАЗИ ИДЕЯ

27 % – БЕЗРАЗЛИЧНИ (НИТО КОМФОРТНО, НИТО НЕКОМФОРТНО)

26 % – ЧУВСТВАТ СЕ НЕКОМФОРТНО

Това показва, че почти половината млади хора нямат проблем с това AI да им подбира новини, но има и значителен дял (около една четвърт), който се притеснява от подобна практика.

🔍 Извод:

- Младите в Европа имат различни нива на медийна грамотност – в някои държави факт-чек културата е силна, в други почти липсва.
- Въпреки това, много от тях вярват, че новините ще ги „намерят“ сами чрез социални мрежи и алгоритми.
- Доверието към AI в новинарските препоръки е разделено – почти половината го приемат, но една четвърт са критични и загрижени.

Проучването на **Weizenbaum Institute** от 2021 г. показва, че младежите се доверяват на алгоритмите, които им „доставят“ новините, и съответно влагат по-малко усилия в активно изследване на медийната среда:

„Тъй като социалните медийни платформи постепенно заместват традиционните медийни канали, значителен брой от анкетираните (58 %) в шестте държави вярват, че могат да бъдат добре информирани дори без активно да търсят новини“ (Gagrčin et al. 2021, стр. 40).

Това съответства на относително малката инвестиция на младите в медии или електронни книги.

Друг аспект на промените е способността на хората да обработват и оценяват новините. **Reuters News Institute** отбелязва, че през последните години делът на хората в Европа, които казват, че „се чувстват изтощени от количеството новини“, се е увеличил: с **18 % в Испания** и с **9 % във Франция** (Reuters News Institute, 2024, стр. 27).

НАЙ-ГОЛЯМО ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА РЕГУЛАЦИИТЕ НА ЕС В ДИГИТАЛНАТА СФЕРА ВЪРХУ ГРАЖДАНИТЕ

23 % – ЗЛОУПОТРЕБА С ЛИЧНИ ДАННИ

20 % – ФАЛШИВИ НОВИНИ

14 % – НЕДОСТАТЪЧНА ЗАЩИТА НА НЕПЪЛНОЛЕТНИ

10 % – НЕНАДЕЖДЕН ОНЛАЙН ТЪРГОВЕЦ

Източник: Eurobarometer 551 QC 5a (2024); n=26.346; европейци над 15 години

Що се отнася до **медийната политика**, „фалшивите новини“ и „недостатъчната защита на непълнолетните“ са сред водещите теми, по които гражданите имат доверие ЕС да регулира. Това отразява завършената през 2024 г. работа по пакета **Digital Services Act/Digital Market Act**. В този смисъл дигиталното

образование относно дезинформацията и вредната информация трябва да се съсредоточи върху европейското равнище и върху регулаторните въпроси.

ЗАКЛЮЧЕНИЯ 3.2 – ИНФОРМАЦИОНЕН БЕЗПОРЯДЪК

Както беше посочено в главата за идентичността, съществуват множество практики, инициативи и проекти, които се занимават с реч на омразата, фалшиви новини и проверка на факти. Въпреки че това е жизненоважна тема в нашите демокрации, може да се отпрати една основна критика: **проектите най-често разглеждат явленията, но не и структурните причини.**

Затова перспективата за системна регулация и за достъп и защита на дигиталните права е от решаващо значение. От гледна точка на цифровите права и управление тези проекти очевидно имат недостиг на системно ниво. За платформите и посредниците не е толкова важно какво се разпространява, стига потребителите да останат на платформата.

Това води до следващо изследване: **защо платформите се превърнаха в „game-changer“ в медиите и информацията? Какви са техните политически и бизнес модели?**

ПРАКТИКА: ИНФОРМАЦИОНЕН БЕЗПОРЯДЪК

Игра: *Influence, Inc.* – стратегическа симулационна игра за управление на дигитална агенция за влияние, създадена от Curious Bird. → [LINK](#)

Open the Box – проект, въвеждащ медиен, към информационен и AI граматичност в училищата в Италия. → [LINK](#)

Fake it to make it. Fact or fake? – игра от Curious Bird, разглеждаща разграничава реалните от фалшивите новини. → [LINK](#)

Who Targets Me – инструмент, който прави онлайн политическите реклами по-прозрачни. → [LINK](#)

Ръководства: *InEdu Project* – ресурс за информационен безпорядък, стереотипи и омраза, публикуван в рамките на проекта IN-EDU. → [LINK](#)

Наръчник: *Digital Resistance* – за учителите как да помогнат на учениците да разпознават фалшиви новини и невярна информация онлайн (на английски, френски, грузински, немски, гръцки). → [LINK](#)

ДЕМОКРАТИЧНА И НЕЗАВИСИМА ЖУРНАЛИСТИКА

Медиите преминават през структурни промени, които правят работата на независимата, демократично съзнателна журналистика все по-трудна. Социалното признание към медиите също намалява в последните десетилетия (Edelman, 2025). Особено младите хора получават информация не от платени или вестникарски медии, а от съдържание, селектирано и разпространявано чрез социалните мрежи. Затова образованието и младежката работа трябва да подчертават значимостта, условията на работа и демократичната роля на независимата журналистика.

Практики : Медии и журналистика

Newswise – програма на Guardian Foundation с ресурси и учебни планове за деца между 7–11 г. в цяла Европа. → [LINK](#)

Journalismus macht Schule – асоциация от журналисти, подкрепяща информационната грамотност в училищата с посещения, работилници и ресурси (на немски). [LINK](#)

Ръководство: *Media and Information Literacy* – обширен наръчник за обучители от Deutsche Welle на английски, испански и френски. [LINK](#)

Reuters Institute Digital News Report 2024 – показва растящото значение на платформите в новинарската консумация и производство, отношението към AI в новините, ролята на създатели на съдържание и инфлуенсъри, платените новинарски модели и др. → [LINK](#)

КОНСПИРАЦИЯ

Поради покачващото се отричане на климатичните промени и ефектите от пандемията, младежката работа и гражданското образование отново обръщат внимание на темата за конспиративните теории.

Материали: Конспирация

„**Effectively counter conspiracy narratives and fake news**“ – образователен материал от aktuelles forum (на немски). → [LINK](#)

„**Unravel the Conspiracy behind Conspiracies. The Good Guidebook**“ – наръчник по тема конспирации от Dare to be Grey (на холандски и английски). → [LINK](#)

„**Addressing conspiracy theories: what teachers need to know**“ – публикуван от UNESCO през 2022 г. → [LINK](#)

Observatory on conspiracy – наблюдателна платформа от автор Jacopo Di Miceli (на италиански). → [LINK](#)

МЕДИЙНА И ИНФОРМАЦИОННА ГРАМОТНОСТ

Вече в много проекти за неформално образование и младежка работа фокусът е върху комуникацията, сътрудничеството и развиване на дигитални инструменти, а не толкова върху информационната компетентност. Само малка част от практиките подпомагат развитието на дигитални компетенции в по-задълбочен начин, съвместим с намеренията на *MIL* или *DigComp*.

ДИГИТАЛНИ ЗНАНИЯ, ПРИДОБИТИ В ERASMUS+ МЛАДЕЖКИ ПРОЕКТИ

77 % – Комуникация и сътрудничество

60 % – Решаване на проблеми

26 % – Информационна и данни грамотност

25 % – Сигурност

8 % – Нито едно от горните

Източник: Horta Herranz et al., 2024, фигура 63

Началната точка на всички подходи в медийното образование (от перспектива на **EDC/HRE**) трябва да бъде предаването на разбирането как медиите, платформите, НПО и съмишлениците в различни публични пространства влияят върху представите на младите хора за социално-политически въпроси и за другите хора. В този смисъл устойчивостта срещу фалшиви и подвеждащи новини, както и срещу поляризиран и токсичен дискурс, е общата цел на медийното образование.

Подходът на **UNESCO MIL** в частност може да служи като вдъхновение, за да се даде по-голяма тежест на демократичните аспекти.

UNESCO MIL

„Набор от компетентности, които помагат на хората да максимизират ползите и да минимизират вредите. Медийната и информационна грамотност обхваща компетенции, които позволяват на хората критично и ефективно да се ангажират със: съдържание на комуникацията; институциите, които улесняват това съдържание; и използването на цифрови технологии. Тези способности са незаменими за всички граждани, независимо от тяхната възраст или

произход.“

▶ UNESCO 2021

DIGCOMP: ИНФОРМАЦИОННА И ДАННИ ГРАМОТНОСТ

Преглеждане, търсене и филтриране на данни, информация и цифрово съдържание (1.1)

Оценяване на данни, информация и цифрово съдържание (1.2)

Управление на данни, информация и цифрово съдържание (1.3)

▶ Източник: Vuorikari et al., 2022, стр. 9 и сл.

ПРАЗНИ ПРОСТРАНСТВА

Що се отнася до проверката на факти и дезинформацията, **EDC/HRE** въвежда демократична и системна перспектива в обучението: изследва се как отделните съобщения се свързват с по-големия феномен на обществената поляризация. Така целта или намерението на даден пост и неговият принос към устойчива демократична инфосфера – или към информационен безпорядък – се превръщат в съществени аспекти на обучението.

Както беше посочено, изследванията вече показват, че младите хора сами обръщат малко внимание на обществената значимост, която възниква от сумата на всички фалшиви и омразни съобщения за демократичната култура (Gemkow, 2024).

Освен развиването на средства за проверка и валидиране на информация (факт-чек), възниква и въпросът как информационният безпорядък и поляризацията влияят върху идентичността на младите хора – върху тяхната лична способност да се доверяват на другите, върху възприятието им за другите и за самите себе си, и как това ги засяга в обществени роли (напр. като потребители и производители на съобщения, като граждани, вземащи политически решения и изразяващи мнения...).

Необходимо е също да се научи какво насърчава поляризацията, речта на омразата и информационния безпорядък от страна на платформите — алгоритми, стойностни метрики, тъмни модели, политически цели на операторите. Това включва и разбирането на възможностите да се влияе върху това кой е на разположение да защитава и подкрепя младите хора (напр. доверени сигнализатори, НПО, полиция и др.).

3.3 РАБОТА С ДАННИ

Организации, учени и публични институции събират данни и анализират състоянието на демокрацията, гражданското общество, основните права, интернет или други социални развития. Техните данни и доклади информират и подпомагат практиците в образованието за демокрация и права на човека по различни начини.

Информираното използване и анализ на данни осигуряват поглед върху текущите процеси в обществото, напр. как се развиват дискурси в социалните медии и кои групи набират влияние в публичния дискурс. Статистики за населението, трафика или околната среда информират гражданите за процеси и проблеми в тяхната общност.

Данните също така дават **доказателства** за социално-политически въпроси и потвърждават или отхвърлят предположения, като по този начин допринасят за критично и системно мислене.

Инициативи, НПО и образователни институции също събират и анализират данни „отдолу-нагоре“ за свои цели. Данните им помагат да измерят и представят въздействието си в доклади или да аргументират каузите си на базата на доказателства.

Данните винаги са били силно политически. Изследвания, основани на данни, са използвани, за да оправдаят или разобличат дискриминация. След ядрената катастрофа в Чернобил екологичните данни помогнаха на независими граждани да разберат какво всъщност се е случило. Екологичното движение в страните от Варшавския договор трябваше трудно и незаконно да придобива или да създава измервателни уреди, за да установи скрития мащаб на замърсяването на околната среда. И, разбира се, политиката се прави чрез интерпретация на данни.

Тъй като голяма част от информацията и изследванията се финансират от компании (като основни координатори или сътрудници), както и от правителства, е съществено да се сравняват източници, напр. с независими проучвания.

МОНИТОРИНГ НА СОЦИАЛНИ МЕДИИ

МЕРКИ ЗА СИСТЕМАТИЧНО, ТЕМАТИЧНО, ЛОКАЛНО ИЛИ ГРУПОВО СЪБИРАНЕ, ОБРАБОТКА И АНАЛИЗ НА КОМУНИКАЦИЯ В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ ЧРЕЗ ДАННИ В РЕАЛНО ВРЕМЕ.

В публичен контекст мониторингът на социалните медии е част от „**Open Source Intelligence (OSINT)**“.

Колкото повече комуникация се осъществява на платформите, толкова по-интересно става анализирането на тези потоци от данни, за да се разбере какво мислят, публикуват и чувстват хората. Проследяването в реално време на социалния дискурс, идентифицирането на теми на дезинформация или реч на омразата, разпознаването кой и какво набира или губи влияние онлайн – мониторингът на социалните медии се превръща във все по-релевантна област за гражданското общество, публичните власти и бизнеса.

Freedom House публикува доклада *Freedom of the Net*, разглеждайки критично „намесата на правителствата в дигиталната публична сфера“ като потенциал за злоупотреба с власт (напр. ограничаване на свободата на словото и събранията, нарушаване правата на определени групи и др.). „Оправдавайки усилията си с необходимостта от засилване на сигурността, ограничаване на дезинформацията и осигуряване на обществения ред, правителствата ефективно кооптираха социалните медийни платформи“ (*Freedom House, 2019*). Особено използването на AI поражда притеснения.

Други смятат, че именно чрез мониторинг могат да се наложат демократичните правила на играта и принципът на недискриминация. **European Centre for Electoral Support (ECES)** подчертава опасността от немониторирани социалномедийни дискурси за свободни и честни избори:

„За да се гарантира уважаването на свободната воля на избирателите, е от съществено значение да се наблюдава и анализира медийното отразяване през целия избран процес. Не само по време на предизборната кампания, но и преди това. Също толкова важно е да се следи институционалната комуникация на избирателните органи, за да се проследи как тяхното възприемане и представяне изглеждат в медиите“ (ECES, 2022, стр. 2).

За борба с омразата и вредната информация ЕС умишлено гарантира участието на гражданското общество и академичните среди в мониторинга и анализа на данни. Т.нар. **trusted flaggers** трябва да получат лесен и привилегирован достъп до механизмите за оплаквания на платформите, за да съобщават случаи. Експертизата на гражданското общество е необходима за разпознаване и анализ на динамиките на речта на омразата и груповата мизантропия и за информиране на образователните професионалисти на тази основа.

ОТВОРЕНИ ДАННИ

„Отворените (правителствени) данни се отнасят до информацията, събирана, произведена или финансирана от публични органи (наричана още Информация от публичния сектор) и предоставяна свободно за повторна употреба за всякакви цели. Лицензът уточнява условията за използване.“

Източник: data.europa.eu

ЗРЯЛОСТ НА ОТВОРЕНИТЕ ДАННИ: ТОП 5 ДЪРЖАВИ В ЕС

ФРАНЦИЯ

ПОЛША

СЛОВАКИЯ

ИРЛАНДИЯ

ИСПАНИЯ

Източник: *Open Data Maturity Index*, данни от 2024 г.

Важното условие за постигане на целта на **ЕСО** (*образование за устойчиво развитие*) за „отворено образование за всички“ и за формиране на мнение в плуралистично общество са свободно достъпните резултати от научни

изследвания (например чрез **Open Access**), отворените образователни материали – **Open Educational Resources (OER)** – и по-общо открито публикуваните резултати, които служат на обществения интерес под лиценз **Creative Commons**. Цифровата култура вече показва пътя: **Free and Open Source Software (FOSS)** са неразделна част от плуралистичната и (все още) отворена екосистема, каквато е интернет, и предпоставка за неговия успех.

ЗАКЛЮЧЕНИЯ 3.3 – ДАННИ

ИЗПОЛЗВАНЕ НА ДОКЛАДИ, ПРОУЧВАНИЯ И АНАЛИЗИ

От една страна, данните предоставят богата възможност да внесем контекст от реалния свят в обучителната среда — чрез мнения и нагласи, състоянието на демокрацията или средата, в която живеем. Това включва и т. нар. **отворени данни** (open data) от публични институции като администрацията или статистически органи като Евростат. Младежките работници имат нужда от обучение за умения за четене и обработка на данни — възможности, които засега са малко и недостатъчни.

Освен това често не се акцентира достатъчно върху значението на **отворен и безплатен софтуер, отворени образователни материали и отворени знания** — ключови за плуралистичния интернет и често по-малко проблемни алтернативен ресурс на "алчните за данни" платформи.

ПРИМЕРИ: ДОКЛАДИ, ПРОУЧВАНИЯ, АНАЛИЗИ

Our Data Is Your Ally — платформа с данни за опита на младите хора от Агенцията за основни права (FRA) → [LINK](#)

Democracy Index — доклад на Economist Intelligence Unit с глобален анализ на демокрацията → [LINK](#)

Global State of Democracy Report — международен анализ на качеството на демокрацията (IDEA) → [LINK](#)

EU Fundamental Rights Reports — годишни доклади от Агенцията за основни права (FRA) → [LINK](#)

CIVICUS Monitor — анализ на гражданското пространство в реално време → [LINK](#)

Freedom of Press Report — доклад от „Репортери без граници“ (RSF) → [LINK](#)

Ecological Threat Report — доклад на Vision of Humanity / Institute for Economics and Peace → [LINK](#)

Reuters Institute Digital News Report 2024 — анализ на потреблението на новини и ролята на платформите → [LINK](#)

РАБОТА С ДАННИ В МЛАДЕЖКАТА РАБОТА

Младите хора също могат да работят с данни — например чрез пространствено картографиране или етични open-source проекти (като OpenStreetMap).

Примери:

uMap — инструмент за картографиране върху OpenStreetMap → [LINK](#)

This is not an atlas — вдъхновение за артистично-активистки карти и книга → [LINK](#)

Wikimedia — участие в open-source проекти като доброволци → [LINK](#)

Data School — организация, обучаваща НПО как да използват данни целенасочено (Open Knowledge Foundation Germany) → [LINK](#)

Dear Data — проект за аналогово визуализиране на лични данни → [LINK](#)

МОНИТОРИНГ НА СОЦИАЛНИ МЕДИИ

Разработки, които анализират данни от социалните медии, често се фокусират върху форми на ксенофобия или радикализация. Въпреки тематичния си фокус, такива мониторинг инструменти дават ценен поглед върху обществения дискурс.

Примери:

KN:IX plus — ресурс за педагози относно комуникацията на ислямистки онлайн актьори (на немски)

Democracy Reporting International — наблюдение на влияния върху изборните процеси

ЕКОЛОГИЧНИ ДАННИ

В образованието по околна среда често се използват данни, събрани от граждани, например чрез приложения за разпознаване на растения или споделяне на местоположение.

Примери:

KlimaDatenSchule — образователна програма за използване на данни с приложение от BildungsCent e. V. →→ [LINK](#)

Практическо ръководство: Достъп до екологична информация (Ecologistas en Acción)→ [LINK](#)

Green Apps — преглед на „зелени“ приложения, представен от германското Министерство на околната среда → [LINK](#)

Proyecto Libera — граждански проект за данни относно замърсяване → [LINK](#)

ПРОБЛЕМИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА

Липсват обучения и инструменти, които да подпомогнат младежките работници да намират и анализират релевантни набори от данни. Също така, самата младежка работа рядко продуцира валидни данни или визуални материали, които да служат като рамка за действие.

При **мониторинг на социалните медии и други OSINT** методи, възникват въпроси: Дали е допустимо училище да знае какво публикуват учениците в мрежата? Трябва ли гражданите да имат достъп до данните, които държавата събира с данъците им? Кои форми на мониторинг изграждат доверие и кои се възприемат като заплаха за личния живот?

3.4 ГРАЖДАНСКА КОМПЕТЕНТНОСТ И ДИГИТАЛНИ УМЕНИЯ

Дигиталните компетенции се разглеждат като ключови — те обхващат широк спектър от умения: от техническите способности до използване на технологии за сътрудничество и информация в професионалното, социално или културно ежедневие.

ДИГИТАЛНА КОМПЕТЕНТНОСТ

УМЕНИЕТО ДА СЕ ИЗПОЛЗВА, ФОРМИРА И ПРИЛАГА ИНФОРМАЦИОННИТЕ ТЕХНОЛОГИИ ЗА РАЗЛИЧНИ ЦЕЛИ И В ОБЩЕСТВЕНИ КОНТЕКСТИ.

РАЗБИРАНЕ НА „ДИГИТАЛНОТО“ КАТО ТРАНСФОРМАЦИЯ И СОЦИАЛНО-КУЛТУРЕН ФАКТОР, В КОНТЕКСТА НА ДЕМОКРАТИЧНИТЕ ПРИНЦИПИ И ЧОВЕШКИТЕ ПРАВА.

УМЕНИЕТО АКТИВНО ДА СЕ СЪУЧАСТВА В ДИГИТАЛНАТА ТРАНСФОРМАЦИЯ.

Критическото мислене, системният подход и способността за съучастие (critical thinking, systemic thinking, participation) са жизненоважни:

„Доказателствата показват, че за да се справим с дигиталните развития, просто подобряване на дигиталната грамотност не е достатъчно... възрастните с умерени ICT умения се нуждаят и от допълнителни компетенции като базови, меки и поведенчески умения.“ **Cedefop, 2017, с. 3.**

Такъв подход надхвърля медиен или информационен фокус и се свързва с умения като учене да учиш, проактивност, решаване на конфликти и др. Digi-Comp и OECD препоръчват дигиталните компетенции да се разглеждат като трансформативни, а не просто разработване на традиционна грамотност.

ДИГИТАЛНО ГРАЖДАНСКО ОБРАЗОВАНИЕ

„Усвояване на умения от учащи се на всякаква възраст чрез образование или придобиване на компетенции за учене и активно участие в дигиталното общество, за да упражняват и защитават своите демократични права и отговорности онлайн, както и да насърчават и защитават правата на човека, демокрацията и върховенството на закона в киберпространството.“

— *Съвет на Европа, CM/Rec(2019)10*

Образованието за демокрация и права на човека са подходи, които изграждат мост между системното разбиране на обществото и конкретното овластяване на учащите в специфичен (локален) контекст. Точките на препратка са демократичната култура и нейните основи, гражданското участие и правата на човека. Така те не само предлагат нормативната връзка между дигитализацията и

демокрацията, която често липсва в други подходи, но също така развиват важни компетенции: **умение за преценка, критично мислене и саморефлексия.**

В този смисъл, **етичните перспективи** се превръщат в сърцевина на обучението, ориентирано към бъдещето: „Етичните аспекти представляват хоризонтална област в цялостното обучение на индивидите, които трябва да се възползват от огромните възможности, предлагани от съвременния дигитален и виртуален контекст. Етичната рефлексия, етичната чувствителност и саморегулацията на настоящите информационни и комуникационни системи в дигиталната среда – от етична перспектива – отговарят на споделена чувствителност, широко възприета в социалната и професионалната сфера. Тази належаща нужда от размисъл и действие надхвърля финансовите интереси на компаниите и другите партийни политически интереси.“

— *Превод от редакторите, de Andrés del Campo et al., 2018*

ХОЛИСТИЧНО ОБУЧЕНИЕ ЗА ДИГИТАЛНА ТРАНСФОРМАЦИЯ

ПОДХОДИ В МЛАДЕЖКАТА РАБОТА СПРЯМО ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА:

ЗА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА (FOR DIGITALISATION): СЪВМЕСТНО ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ДИГИТАЛНАТА ТРАНСФОРМАЦИЯ В ОБЩЕСТВОТО.

ОТНОСНО ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА (ABOUT DIGITALISATION): СОЦИАЛНО, КУЛТУРНО И ИКОНОМИЧЕСКО ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА В ОБЩЕСТВОТО.

ЧРЕЗ ДИГИТАЛИЗАЦИЯТА (THROUGH DIGITALISATION): ДИГИТАЛНО УЧЕНЕ, ДИГИТАЛНИ ИНСТРУМЕНТИ И УСЛУГИ.

Перспективата на младежката работа, свързана с демокрацията и правата на човека, е, че работата *за/относно/чрез дигитализация* ще има по-голямо и трайно въздействие, ако наред с предаването на дигитални умения последователно се включват и **социополитическите измерения и етичните аспекти.**

Обратно, това задължава и формите на младежка работа, които целят да разглеждат демокрацията и правата, да интегрират по-силно дигиталните технологии.

Като цяло трябва да се подчертае, че младежката работа не е нито чисто аналитично обучение по демокрация, нито само кодиране. **(Дигиталната) младежка работа обхваща много компетенции:** изграждане на собствено независимо мнение, учене заедно, много практически експерименти и изследване.

Разбрана като **овластяване на младите хора**, тя означава също участие в обмен с другите, представяне на интереси и възможност да се обединяват като младежи – дигитално или присъствено.

Важен контекстуален фактор Да се задава въпросът доколко младите хора сами придобиват дигитални и граждански компетенции, както и доколко това се случва в рамките на формалното образование.

Придобиване на дигитални умения и основни компетентности

Придобиването на дигитални умения е тясно свързано с усвояването на *класически* базови умения. Широко разпространената идея, че младото поколение е „дигитални туземци“ (*digital natives*), всъщност пренебрегва този факт. Хората, които притежават **базови знания** (четене, писане, аритметика), **меки умения** (планиране и организация) и определени **поведенчески умения** (комуникация и работа в екип), показват значително по-добри резултати в областта на дигиталните компетентности (Cedefop, 2017, стр. 3). **ОЕСД** заключава, че увеличеното използване на дигитални устройства в училище „често има отрицателно въздействие върху уменията за четене“ (ОЕСД, 2021, стр. 142). Това важи още повече за младите хора, които срещат бариери при достъп до книги и аналогови текстове.

Следователно дигиталната грамотност трябва да се преподава във връзка с други *трансверсални умения*: иначе намалява компетентността за проверка на

факти, четене и оценяване на по-дълги текстове – или дори умението да се пишат адекватни съобщения, когато езиковите AI системи все повече се използват за създаване на текст.

Дигитализацията на учебното пространство и процес оказва влияние върху *трансверсалните* и дигитални умения на младите хора. По-дългите текстове, сложната аргументация, както и четенето и писането, се оказват предизвикателства (потвърдено и от Accenture, 2022, стр. 16 сл.). Използването на **AI за различни цели** е особено показателно тук.

Социално-икономически фактори и дигитален достъп

Интервютата с младежи подкрепят критиката към понятието „дигитален туземец“. Достъпът до и употребата на технологии е силно обвързан с:

- **финансова достъпност,**
- **наличие на устройства.**

„Смартфонът е основният достъп до дигитални услуги за младите хора, с които работим. Те често нямат финансови средства да си купят компютър. Така че нашите семинари често са първият път, когато те се учат как да включат компютър или лаптоп...“ – М., младежки работник

Доказано е, че **деца от по-малки населени места или семейства с ниски доходи** използват предимно смартфони (Accenture, 2023).

От тази гледна точка демократично ориентираната дигитална младежка работа не е само въпрос на съдържание, а и на **предпоставки** – достъпност, добро оборудване и преодоляване на дигиталните неравенства.

ОБЩИ ЗАКЛЮЧЕНИЯ:

ТРИ ПОДХОДА

Феноменологичен подход – разглеждане на конкретни явления от дигиталния живот (AI, приложения, социални медии, гейминг). Това прави младежката работа актуална, но крие риск да се загуби образователната цел.

Умения и поведение – технически фокус, развиващ компетенции, свързани с психично здраве, зависимости, кибертормоз, омраза. Подходът е полезен, но често ограничен в рефлексията за по-широкия контекст.

Системно-политически подход – интегрира икономическата и политическата рамка: дигитални политики, бизнес модели, дигитален капитализъм, тъмни модели, права и участие. Ръководи се от демократична и правозащитна перспектива.

AI – ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО И ФЕНОМЕН

Младите хора са засегнати от AI в различни роли: като **ученици, потребители, геймъри**. Младежката работа предлага пространство за експериментиране с AI, за разлика от по-структурирания училищен контекст.

Проблеми:

експозиция на **датификация**,

защита на данните,

авторски права,

неконтролируеми или неточни резултати.

Нужно е развиване на умения за **оценка и преценка** на ефектите от AI и системите за анализ и предсказания.

ОВЛАСТЯВАНЕ (EMPOWERMENT)

Младежките работници често избягват сложните и политически аспекти на дигитализацията с аргумента, че работят участнически и не налагат цели. В същото време критичното мислене и саморефлексията остават важни цели.

„Липсата на холистични подходи отразява трудността на младежката работа да представи цялостна картина на дигитализацията, възприемана като прекалено сложна и техническа...“ (EU-CoE youth partnership, 2020)

Смисленото младежко участие изисква:

достатъчна дигитална и информационна грамотност,

умение за упражняване на човешки права онлайн и офлайн (Pawluczuk, 2020).

Ключово послание от гледна точка на EDC/HRE:

👉 Направете самата дигиталност **предмет на всяка младежка работа в дигиталния контекст!**

Екологично въздействие – Въздействие върху упражняването и контрола на права – Влияние на дигиталността върху младежката работа – Формиране на идентичност

В трите ключови области – **околна среда** (климатичните промени като мегатрансформация), **формиране на идентичност** (преминаване през ключов преход към техническо съ-определяне) и **управление** (демократично и демографско) – дигиталността поставя големи въпроси пред бъдещите пътища на младите хора и – от демократична перспектива – за тяхното участие в ключови решения относно дигитализацията.

Ако практиката на дигиталната младежка работа (като подход, структура, политическа насоченост) поеме отговорност, тя може да оценява и насочва дейността си в съответствие с тези ключови измерения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Като цяло вярваме, че **дигиталната младежка работа**, както е очертана в този анализ, трябва да бъде призната и разбрана като **важен елемент за развитието на младите хора**.

В интерес на самия **ЕС**, като федерация от политически субекти с широки правомощия в областта на дигиталната и инфраструктурната политика, тази социално-политическа и демократична образователна дейност трябва да получи много по-голямо внимание.

БИБЛИОГРАФИЯ

Accenture (2022). *The future of digital content consumption*. With Universitat Oberta de Catalunya. <https://hdl.handle.net/10609/147507>

Andrés del Campo, S. de, Marilia Moraes, R., & García Matilla, A. (2018). *Competencias éticas mediáticas en entornos digitales*. En *Competencias mediáticas en medios digitales emergentes*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Antezana, G., Venning, A., Smith, D., & Bidargaddi, N. (2022). Do young men and women differ in well-being apps usage? Findings from a randomised trial. *Health Informatics Journal*, 28(1). <https://doi.org/10.1177/14604582211064825>

Baldé, C. P., Kuehr, R., Yamamoto, T., McDonald, R., D'Angelo, E., Althaf, S., Bel, G., Deubzer, O., Fernandez-Cubillo, E., Forti, V., Gray, V., Herat, S., Honda, S., Iattoni, G., Khetriwal, D. S., Luda di Cortemiglia, V., Lobuntsova, Y., Nnorom, I., Pralat, N., & Wagner, M. (2024). *Global E-waste Monitor 2024*. ITU & UNITAR.
https://ewastemonitor.info/wp-content/uploads/2024/03/GEM_2024_18-03_web_page_per_page_web.pdf

Bond, B. J., et al. (2025). Parasocial Relationships in Children and Teens. In D. A. Christakis & L. Hale (Eds.), *Handbook of Children and Screens*. Springer.
https://doi.org/10.1007/978-3-031-69362-5_33

Boniel-Nissim, M., Marino, C., Galeotti, T., Blinka, L., Ozoliņa, K., Craig, W., et al. (2024). *A focus on adolescent social media use and gaming in Europe, central Asia and Canada*. WHO Regional Office for Europe.
<https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/378982/9789289061322-eng.pdf>

BMUV & UBA (2024). *Zukunft? Jugend fragen! – 2023. Umwelt und Klima in Zeiten vielfältiger Krisen: Wie junge Menschen den Herausforderungen begegnen.*

https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/zukunft_jugend_fragen_2023_0.pdf

Bundesverband Musikindustrie e. V. (2024). *Musikindustrie in Zahlen 2023.*

<https://www.musikindustrie.de/wie-musik-zur-karriere-werden-kann/marktbestseller/musikindustrie-in-zahlen-2023>

Chaos Computer Club. *Hacker Ethics.* <https://www.ccc.de/en/hackerethics>

Council of Europe. *Digital Citizenship Education.*

<https://www.coe.int/en/web/education/digital-citizenship-education>

Council of Europe CM/Rec(2019)10. *Recommendation on developing and promoting digital citizenship education.* <https://search.coe.int/cm?i=090000168098de08>

Cedefop (2017). *People, machines, robots and skills* (Briefing note).

<https://doi.org/10.2801/057353>

Council of Europe (2022). *Combating Hate Speech. Recommendation CM/Rec(2022)16 and explanatory memorandum.* <https://rm.coe.int/prems-083822-gbr-2018-recommendation-on-combating-hate-speech-memorand/1680a70b37>

Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). Making data colonialism liveable. *Internet Policy Review*, 8(2). <https://doi.org/10.14763/2019.2.1411>

DigitalES (2022). *Algoritmos Verdes. 10 retos para el desarrollo de la Inteligencia Artificial sostenible.*

https://www.digitales.es/wp-content/uploads/2022/05/Informe_DigitalES_Algoritmos_Verdes.pdf

Edelman Trust Institute (2024). *Edelman Trust Barometer 2024. Supplemental Report: Insights for the Tech Sector.*

Edelman Trust Institute (2025a). *Global Report: Trust and the Crisis of Grievance.*

https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2025-01/2025%20Edelman%20Trust%20Barometer_Final.pdf

Edelman Trust Institute (2025b). *Global Report: Trust and the Crisis of Grievance — Insights for the Technology Sector.*

https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2025-02/2025%20Edelman%20Trust%20Barometer_Insights%20Technology%20Sector_FINAL.pdf

EDRI (2023, 7 March). *Poll: Young people in 13 EU countries refuse surveillance of online communication* (Press release). <https://edri.org/our-work/press-release-poll-youth-in-13-eu-countries-refuse-surveillance-of-online-communication/>

Engels, B. (2023). *Traumjob Influencer: Likes, Views und das große Geld?* IW-Report 46. <https://www.iwkoeln.de/studien/barbara-engels-wie-jugendliche-in-deutschland-die-creator-economy-wahrnehmen.html>

Esser, A., Steemers, J., & D'Arma, A. (2025). *Screen encounters with Britain. What do young Europeans make of Britain and its digital screen culture?* King's College London. <https://doi.org/10.18742/pub01-204>

Eurostat. *Greenhouse gas emission footprints (FIGARO)* (env_ac_ghgfp).

https://doi.org/10.2908/ENV_AC_GHGFP

— *Internet purchases by individuals* (isoc_ec_ib20).

https://doi.org/10.2908/ISOC_EC_IB20

— *Internet purchases – goods or services* (isoc_ec_ibgs).

https://doi.org/10.2908/ISOC_EC_IBGS

— *Individuals' level of digital skills* (isoc_sk_dskl_i21).

https://doi.org/10.2908/ISOC_SK_DSKL_I21

— *Evaluating data, information and digital content* (isoc_sk_edic_i21).

https://doi.org/10.2908/ISOC_SK_EDIC_I21

— *People participating in social networks* (isoc_ci_ac_i).

https://doi.org/10.2908/ISOC_CI_AC_I

ECES (2022). *Media Monitoring and Early Warning to tackle hate speech, mitigate conflict and gender based violence*.

<https://www.eces.eu/template/default/documents/EDD%20MMU-EWS%20Brochure%202022%20EN.pdf>

European Commission (2024). *Special Eurobarometer 554: Artificial Intelligence and the future of work*. <https://data.europa.eu/doi/10.2767/8591026>

European Commission (2024). *Special Eurobarometer 551: The Digital Decade*.

<https://data.europa.eu/doi/10.2759/927260>

European Commission (2020). *A European Data Strategy* (COM/2020/66 final).

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52020DC0066>

European Commission JRC (2022). *GreenComp: The European sustainability competence framework*. <https://data.europa.eu/doi/10.2760/13286>

European Commission. *Open Data Maturity Index*.

<https://data.europa.eu/en/publications/open-data-maturity>

European Commission DG EAC (2017). *Developing digital youth work*.

<https://data.europa.eu/doi/10.2766/782183>

FRA (2020). *What Do Fundamental Rights Mean for People in the EU? Fundamental Rights Survey*. <https://doi.org/10.2811/606553>

European Union (2022). *Decision (EU) 2022/2481 — Digital Decade Policy Programme 2030*. <https://data.europa.eu/eli/dec/2022/2481/oj>

European Union (2024a). *Ecodesign Impact Accounting Overview Report 2024*. https://energy-efficient-products.ec.europa.eu/product-list/servers-and-data-storage-products_en

European Union (2024b). *European Parliament Eurobarometer. Youth Survey 2024*. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3392>

European Union (2024c). *Standard Eurobarometer 101 – Spring 2024. Europeans' opinions about the EU's priorities*. <https://doi.org/10.2775/80054>

European Union (2024d). *Standard Eurobarometer 101 – Spring 2024. Public opinion in the European Union*. <https://doi.org/10.2775/45393>

EESC (2019). *The digital revolution in view of citizens' needs and rights* (Opinion TEN/679).

European Digital Learning Network (2020). *Digital Footprint Awareness*. <https://dlearn.eu/wp-content/uploads/2020/02/Report-Digital-Footprint-Awareness-2020.pdf>

Findeis, C., Salfeld, B., Voigt, S., Gerisch, B., King, V., Ostern, A. R., & Rosa, H. (2021/2023). Quantifying self-quantification. *New Media & Society*, 25(9). <https://doi.org/10.1177/14614448211039060>

Foundation Higher Education for Good (2023). *Youth Talks. Ready to learn from you*. https://youth-talks.org/wp-content/uploads/2023/10/Global-Youth-Talks-Report-EN-Edition-2022-2023_compressed.pdf

Freedom House (2019). *Freedom on the Net 2019: Social Media Surveillance*.
<https://freedomhouse.org/report/freedom-on-the-net/2019/the-crisis-of-social-media/social-media-surveillance>

Gagrčin, E., Schaetz, N., Rakowski, N., Toth, R., Renz, A., Vladova, G., & Emmer, M. (2021). *We and AI – Living in a Datafied World*. Weizenbaum Institute; Goethe-Institut.
<https://doi.org/10.34669/WI/1>

Gemkow, J. (2023). Polarisierung durch oder auf sozialen Medien? In *Wissen schafft Demokratie* (IDZ). <https://doi.org/10.19222/202314/04>

Gilbert, J. (2024). Techno-feudalism or platform capitalism? *European Journal of Social Theory*, 27(4). <https://doi.org/10.1177/13684310241276474>

Greenpeace (2017). *Clicking Clean: Who is Winning the Race to Build a Green Internet?*
https://www.greenpeace.de/publikationen/20170110_greenpeace_clicking_clean.pdf

Gröger, J., Liu, R., & Löw, C. (2021). *Produkte länger nutzen: Mit zirkulären Ansätzen die Umwelt entlasten*. Öko-Institut.

Grzymek, V., & Puntschuh, M. (2019). *What Europe Knows and Thinks About Algorithms*. Bertelsmann Stiftung. <https://doi.org/10.11586/2019008>

Habich, J. (2024). *Einstellungen und Sorgen der jungen Generation Deutschlands 2024*. Liz Mohn Stiftung.

Horta Herranz, A., Karsten, A., Pitschmann, A., Schwenzer, F., Eick, J., Schwabe, K., Strecker, T., & Pincus, T. (2024). *RAY-MON Research Report: Effects and outcomes of the Erasmus+ Youth in Action Programme*.
https://www.researchyouth.net/wp-content/uploads/2024/09/RAY-MON_Research-Report_20212023.pdf

IFPI (2018). *Music Consumer Insight Report 2018*.

IEA (2024). *Electricity 2024: Analysis and forecast to 2026*.

<https://www.iea.org/reports/electricity-2024>

Jandrić, P., Knox, J., Besley, T., Ryberg, T., Suoranta, J., & Hayes, S. (2018). Postdigital science and education. *Educational Philosophy and Theory*, 50(10).

<https://doi.org/10.1080/00131857.2018.1454000>

Kiviniemi, J. (Ed.). (2019). *Maker activities in Youth Work*. Verke.

<https://www.verke.org/en/publications/maker-activities-in-youth-work/>

Konzeptwerk Neue Ökonomie (2022). *digital bewegt. Wege zum guten (digitalen) Leben für alle*. <https://konzeptwerk-neue-oekonomie.org/wp-content/uploads/2022/05/digital-bewegt-publi-online.pdf>

Morozov, E., & Bria, F. (2018). *Rethinking the Smart City: Democratizing Urban Technology*. Rosa Luxemburg Stiftung.

http://www.rosalux-nyc.org/wp-content/files_mf/morozovandbria_eng_final55.pdf

Mau, S., Lux, T., & Westheuser, L. (2023). *Triggerpunkte. Konsens und Konflikt in der Gegenwartsgesellschaft*. Suhrkamp.

Müller, J.-W. (2016). Was ist Populismus? *Zeitschrift für Politische Theorie*, 7(2).

<https://doi.org/10.3224/zpth.v7i2.03>

Negroponte, N. (1998). Beyond digital. *Wired*.

<https://www.wired.com/1998/12/negroponte-55/>

OECD (2021). *21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World*.

<https://doi.org/10.1787/a83d84cb-en>

Öko-Institut (2019). *The CO2 footprint of our digital lifestyle*.

<https://www.oeko.de/themen/digitalisierung/#c15110>

ÖIAT & ISPA (2024). *Neue Studie: Schönheitsideale im Internet*.

<https://www.saferinternet.at/news-detail/neue-studie-schoenheitsideale-im-internet>

Pawluczuk, A. (2020). Digital youth inclusion and the big data divide. *Internet Policy Review*, 9(2). <https://doi.org/10.14763/2020.2.1480>

Pawluczuk, A., & Şerban, M. (2020/2022). Technology and the new power dynamics: limitations of digital youth work. EU–CoE Youth Partnership.

<https://pjp-eu.coe.int/en/web/youth-partnership/-/technology-and-the-new-power-dynamics-limitations-of-digital-youth-work>

Reporters Without Borders. *World Press Freedom Index*. <https://rsf.org/en/index>

Reuters Institute (2024). *Digital News Report 2024*. <https://10.60625/risj-vy6n-4v57>

Voigt, M., & Wessolek, D. (2023). *Unboxing Black Boxes. Mit Open Hardware & Zivilgesellschaft in eine nachhaltige Zukunft*. Open Knowledge Foundation Deutschland.

https://okfn.de/publikationen/2023_handbuch_open_hardware_nachhaltigkeit_foh/

Poell, T., Nieborg, D., & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4).

<https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>

Reinhard, J., Ramesohl, S., & Schmidt, S. (2024). *Circularity as the Service. Zukunftsbild Smartphone*. Vodafone Institut.

<https://www.vodafone-institut.de/wp-content/uploads/2024/06/kreislaufwirtschaft-smartphone.pdf>

Schutz, T., & Schwarz, D. (2022). *Digital Game-based Learning*.

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-37524-9>

Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., Ólafsson, K., Livingstone, S., & Hasebrink, U. (2020). *EU Kids Online 2020*.
<https://doi.org/10.21953/lse.47fdeqj01of0>

Sokolov, D. AJ (2024, 17 Oct). Amazon.com, Google, Microsoft: AI craves nuclear power. <https://heise.de/-9985364>

Srnicek, N. (2016). *Platform Capitalism*. Polity.

Staab, P. (2019). *Digitaler Kapitalismus*. Suhrkamp.

Stiftung Warentest (2023, 28 Sep). *App statt Pille? Nur selten verlässlich*.
<https://www.test.de/Zyklus-Apps-im-Test-5254377-0/>

Saferinternet.at (2025). *Jugend-Internet-Monitor*.
<https://www.saferinternet.at/services/jugend-internet-monitor>

UBA & BMUV (2024). *Zukunft? Jugend fragen! – 2023*.
https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/zukunft_jugend_fragen_2023_0.pdf

UNESCO (2021). *Media and information literate citizens: think critically, click wisely!*
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377068>

UNESCO (2024a). *Internet universality: ROAM-X Indicators*.
<https://doi.org/10.58338/CPTK8651>

UNESCO (2024b). *Greening curriculum guidance: Teaching and learning for climate action*. <https://doi.org/10.54675/AOOZ1758>

UNESCO (2024c). *AI competency framework for students*.

<https://doi.org/10.54675/JKJB9835>

Video Games Europe (2023). *European Key Facts 2023*.

<https://www.videogameseurope.eu/publication/2023-video-games-european-key-facts/>

Vodafone Foundation (2022). *Daten als Währung* (Executive Summary).

<https://www.vodafone-stiftung.de/daten-als-waehrung/>

Vodafone Institute (2016). *Big Data: A European Survey on the Opportunities and Risks of Data Analytics*.

<https://www.vodafone-institut.de/wp-content/uploads/2016/01/VodafoneInstitute-Survey-BigData-en.pdf>

Vodafone Institute (2020). *Digitising Europe Pulse: Tackling Climate Change*.

https://www.vodafone-institut.de/wp-content/uploads/2022/03/VFI-DE-Pulse_Climate.pdf

Vuorikari, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). *DigComp 2.2: The Digital Competence Framework for Citizens*. <https://doi.org/10.2760/490274>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.

<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>

WHO (2022). *World Mental Health Report 2022: Transforming mental health for all*.

<https://www.who.int/publications/i/item/9789240049338>

YouGov (2023, 10 Mar). *People twice as likely to have found love through friends/family compared with dating apps*. <https://business.yougov.com/content/45386-people-twice-likely-have-found-love-through-friend>

Zimmermann, N. E. (2025). Conceptions of Digital Competence in Transformation. In *Inclusive Citizenship*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-45757-0_23

Zuboff, S. (2015). Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization. *Journal of Information Technology*, 30. <https://doi.org/10.1057/jit.2015.5>

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism*. PublicAffairs.