



СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”
ФАКУЛТЕТ ПО ЖУРНАЛИСТИКА И МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ
КАТЕДРА „ПРЕСЖУРНАЛИСТИКА И КНИГОИЗДАВАНЕ”

ЗАРИНА БОЙКОВА ВАСИЛЕВА

**АКТИВИЗЪМ И СЛАКТИВИЗЪМ. ЕФЕКТИВНОСТ НА ОСЪЩЕСТВЯВАНЕТО НА
СОЦИАЛНИ КАУЗИ**

(ГРАЖДАНСКОТО ОБЩЕСТВО В БЪЛГАРИЯ В ПЕРИОДА 2013 – 2022)

АВТОРЕФЕРАТ

НА ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД

ЗА ПРИСЪЖДАНЕ НА ОБРАЗОВАТЕЛНА И НАУЧНА СТЕПЕН „ДОКТОР”
ПО ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ 3.5. ОБЩЕСТВЕНИ КОМУНИКАЦИИ И
ИНФОРМАЦИОННИ НАУКИ
(МЕДИИ И КОМУНИКАЦИИ – ОНЛАЙН ЖУРНАЛИСТИКА)

НАУЧЕН РЪКОВОДИТЕЛ:

ПРОФ. Д-Р ГРЕТА ДЕРМЕНДЖИЕВА

София, 2022

Дисертационният труд на тема: „Активизъм и слактивизъм. Ефективност на осъществяването на социални каузи (Гражданското общество в България в периода 2013 – 2022)“ е с общ обем от 350 страници (включително библиография и приложения). Състои се от уводна част, четири основни глави, изводи, заключение, библиография и приложения, в това число – 54 фигури и 10 изображения.

Библиографията включва 145 заглавия на български език, английски и руски език. Освен научна литература, в изследването са цитирани над сто публикации в медии и социални мрежи.

По темата на дисертацията са разработени: глава от монография, 8 научни публикации и 7 участия с доклади в национални и международни конференции.

Съдържание

Увод	7
Актуалност на темата на изследване	8
Цел на дисертационния труд	8
Обект и предмет на изследването.....	9
Теза на дисертационния труд	9
Задачи на дисертационния труд	10
Методология на изследването	11
Ограничения в обхвата на изследването	11
Глава I. Теоретико-методологически измерения на слактивизма и гражданското общество в дигиталната ера.....	14
1. Теории за личностната активност и пасивност	14
2. Исторически преглед на активизма като форма на социално поведение	21
3. Слактивизъм – етимология и дефиниции на понятието	23
4. Дигитални песимисти и дигитални оптимисти в контекста на слактивизма.....	26
5. Теоретични постановки и концепции за гражданско общество	35
6. Конструкти и взаимовръзки в онлайн обществата	38
7. Специфика на комуникацията на българското интернет пространство	42
8. Тъмните страни на дигиталните форми на социално общуване.....	47
9. Слактивизмът като политически инструмент	59
10. Пандемия и инфодемия	64
Глава II. Просоциалното поведение - измерения, еволюция, аспекти	81
1. Парадигми на човешкия алтруизъм. Класификация на емоциите	83
2. Разбиране за просоциално поведение	92

3.Форми на просоциално поведение	96
3.1.Благотворителност и филантропия	97
3.2.Доброволчество и солидарност	101
4.Безучастието като социален феномен	103
5.Етични проблеми при благотворителни кампании за деца	110
5.1.Казусът с Медицински център ADELI	124
5.2.Скандалът с Хелп Карма	126
6.Език и стил на благотворителните каузи в онлайн среда	130
7. Текстът като „Call to action“	135
8.Комуникацията на благотворителността – асоциативен експеримент	141
9.Ролята на уеб дизайна при реализирането на благотворителни каузи в онлайн среда	144
10.Медиите като катализатор на просоциалното поведение	147
11.Авторски модел на формиране на просоциално поведение в контекста на слактивизма	155
12.Положителна и отрицателна конотация на слактивизма	157
Глава III.Форми на гражданско участие – протести и благотворителност	160
1.Протести преди интернет	160
1.1.Русенските протести	160
1.2.Протестите в Джебел	161
1.3.Протестите в Ябланово	162
1.4.Протестът на Екогласност през 1989 г.	163
1.5.Първите демократични протести	164
1.6.Протестът на БНТ	165
2. Анализ на протести, възникнали в онлайн среда	166

2.1. За Могилино преди Могилино	166
2.2. „Седенката“ на учителите	169
2.3. Българският Ян Палах	170
2.4. Протестно движение „Системата ни убива“	172
3. Успеваемост на протестите в контекста на слактивизма	188
4. Държавна политика и благотворителни каузи от Възраждането до днес	191
4.1. Лични каузи и личности с каузи	196
4.2. Обществени каузи и неправителствен сектор	208
5. Фактори за ефективност на социални каузи, реализирани в онлайн среда.....	225
Глава IV. Социалната функция на онлайн средата и медиите през призмата на неправителствените организации и аудиторията - емпирични изследвания	228
1. Анкетно проучване сред граждански организации	228
2. Анкетно проучване на нагласите на аудиторията по отношение на социалните каузи	246
3. По трънливия път на социалната реформа в България – интервюта с Красимира Обретенова, Славя Костадинова и представител на ДАЗД	272
Изводи	276
Заклучение	281
Библиография	283
Приложения	317
Приложение 1 – Лични каузи в социалните мрежи.....	317

Приложение 2 – Интервю с Красимира Обретенкова – организатор на протестите на майки на деца с увреждания 323

Приложение 3 – Интервю със Славей Костадинова – родител на дете със заболяване, налагащо лечение в чужбина, председател и съосновател на сдружение „Спина бифида и хидроцефалия-България“ 332

Приложение 4 – Интервю с експерт от Държавна агенция закрила на детето 338

Приложение 5 – Въпросник за анкета сред граждански организации.....341

Приложение 6 – Въпросник за онлайн анкета сред потребителите345

Увод

„Обещахте ми да колонизираме Марс. Вместо това имам Фейсбук.“, възкликна преди време 91-годишният астронавт Едуин Олдрин, а съоснователят на PayPal Питър Тийл продължи: „Искахме летящи коли, вместо това имаме 140 знака“.

Вместо колонизация на Марс, през последните години наблюдаваме раждането, развитието и болестите на една колосална дигитална гражданска инфраструктура. Присъщите ѝ белези - свързаност, анонимност и „вирусност“, се считат едновременно за най-силните и най-слабите ѝ страни.

Онлайн средата създаде нов вид идентичност и разми комуникационните граници, налагайки съвършено нов модел на свързаност и информационен поток. Социалните мрежи, от своя страна, се превърнаха в мощен катализатор на социална активност и гражданска позиция. Дигиталното общество, след първоначалната еуфория, претърпя своя катарзис и се поляризира в дигитални оптимисти и дигитални песимисти, които жонглират с понятията „активизъм“ и „слактивизъм“.

В контекста на политическата и икономическата ситуация, просоциалното поведение традиционно бе основен стълб за гражданско благополучие в България, но коронавирусната криза го изведе и като основен фактор в целия свят, стопявайки географски граници и икономически различия. Ако преди пандемията от COVID-19 дигиталното битие бе все още избираемо, то целият съзнателен живот, с всичките му проявления, вече се събира в един-единствен екран.

Днес, повече от всякога, светът очаква по-бързи отговори на това възможно ли е изцяло онлайн живот и как виртуалната личност съжителства с реалната; води ли просоциалното поведение във виртуална среда до успешно

реализиране на каузи и промени в обществения живот; какви са принципите на дигиталния алтруизъм и дали етичността все още е сред тях.

Пандемията от COVID-19 категорично доказва неизменната необходимост от гражданско участие, солидарност и сътрудничество в моменти на криза. Основно средство за създаване на критично, ангажирано и активно гражданско общество за пореден път обаче се оказват медиите.

Актуалност на темата на изследване

Ролята на дигиталните технологии за ефективността на социалните каузи е изключително важна. Наред с неограничените възможности за публичност обаче онлайн средата създава и илюзорно усещане за гражданска активност. Дебатът за дигиталната активност като „слактивизъм“ е особено актуален на фона на пандемията от COVID-19.

В изследването слактивизмът, във всичките му проявления, е подложен на анализ, за да се очертаят неговите граници и да се проучи в каква степен зад тази дейност стои активност или пасивност. Също така интерес представлява доколко и по какъв начин слактивизмът рефлектира върху реализирането на социалните каузи.

Дисертационният труд изследва активизма и слактивизма като фактори за ефективността на осъществяването на социални каузи.

Цел на дисертационния труд

В дисертацията е поставена следната основна цел:

Да изследва до каква степен слактивизмът води до реални обществени промени и успешен резултат на каузите, през дефиниране на понятието „слактивизъм“ в неговата положителна и отрицателна конотация и през взаимодействието между онлайн медиите и социалните мрежи.

Обект и предмет на изследването

Обект на изследването са социалните каузи в социалните мрежи и онлайн медиите в България и влиянието им върху рефлексите на гражданското общество.

Предмет на изследването е промяната в социалната ангажираност на аудиторията при прехода към онлайн активизъм, стимулиран от взаимодействието между онлайн медиите и социалните мрежи за реализиране на социални каузи. Разглежда се и ролята на традиционните медии върху реактивността на гражданското общество, проявима в онлайн среда, и процесите на включване и подкрепа в социалните каузи.

Теза на дисертационния труд

В настоящото изследване се залага тезата, че слактивизмът не е липса на активност, а нова форма на активизъм, която предизвиква обществени промени и води до успешно осъществяване на лични каузи.

Слактивизмът е социално явление и действие, обусловено от дигиталните технологии, стимулирано и улеснено от спецификите на онлайн средата, представляващо нова форма на активност. Слактивизмът не е отсъствие на волеви акт, а напротив - той е съзнателно поведение и като такова води след себе си конкретни последици.

Ако твърдението, че онлайн обществото е мързеливо и безучастно е вярно, то много малко онлайн каузи биха постигали измерим резултат. Гражданското общество в България е активно предимно за социални каузи и благотворителни дейности най-вече с помощта на ресурсите на дигиталната среда. Независимо от мащаба, необятните възможности, непрекъснатото надграждане и усъвършенстване на социалните мрежи обаче персоналните или обществените каузи не могат да бъдат напълно ефективни и да постигнат необходимия резултат, без помощта на медиите, било то и в дигиталната им форма.

Задачи на дисертационния труд

За да се докаже така формулираната теза, пред изследването са поставени следните задачи:

1. **Да се дефинира понятието „слактивизъм“ в положителна и отрицателна конотация и да се докаже, че слактивизмът не е равнозначен на пасивност.** В хода на предварителните проучвания се установи, че слактивизмът е изследван само частично и е представен предимно като липса на каквото и да било действие, без да има достатъчно изследвания за ролята му на катализатор на конкретни процеси.

2. **Да се изследва как технологиите пряко влияят на демокрацията и по какъв начин техните функции рефлектират върху аудиторията.** Да се проследят различни форми на протест и тяхната резултатност.

3. **Да се докаже, че дигиталните технологии са новите инструменти за демокрация.** Те не правят гражданското общество мързеливо и реагиращо само в онлайн средата.

4. **Да се проучат, опишат и анализират различни лични и обществени каузи и да се проследи тяхното развитие във виртуална и реална среда.** Анализът на реални казуси ще покаже ролята на технологиите и истинската същност на слактивизма.

5. **Да се направи оценка на онлайн средата като катализатор за ефективността на каузите.** Онлайн комуникирането на социални каузи повлиява положително или отрицателно на тяхната ефективност.

6. **Да се установи ролята на медиите за ефективността на социалните каузи.** Да се изследва значението на медиите в тяхната социална функция за формирането на просоциално поведение.

Методология на изследването

За изпълнение на поставените цели и задачи и доказване на тезата на настоящия дисертационен труд са използвани следните научни методи:

1. Проучване, систематизиране и критичен анализ на научната литература.
2. Проучване и анализ на онлайн медийно съдържание, свързано със социални каузи.
3. Изследване и анализ на социалните каузи в социалните мрежи.
4. Асоциативен експеримент анализ на нагласите на аудиторията
5. Анкетно проучване сред неправителствени организации за социалната функция на онлайн средата и медиите.
6. Анкетно проучване за нагласите на аудиторията към социалните каузи.
7. Анализ на мнението на активисти и експерти чрез научния метод интервю.

Ограничения в обхвата на изследването

Темата за дигиталната активност на виртуалното гражданско общество е необятна именно заради мащаба на нейното поле – онлайн средата.

Терминът „слактивизъм“ навлиза все по-мащабно в научния дискурс, но въпреки това е налице малък обем научна литература. Макар изследването, в опитите за дефиниране на различните конотации на термина да стъпва на науки като философия, психоанализа, психология, социология и пр., не е възможно да обхване всички научни направления.

В дисертационния труд са изследвани социалните мрежи и онлайн медиите в България. Динамичните процеси в дигиталната среда и все по-усъвършенстваните алгоритми променят непрекъснато начините на взаимодействие между социалните

мрежи, медиите и аудиторията. Затова изследването на хрониката на българското виртуално гражданско общество, рамкирано от социалните мрежи и онлайн медиите, трябва да се възприема в границите на разглеждания период. Анализът на обществени каузи, макар да се опира на техните исторически корени, е съсредоточен в периода от 2013 до 2022 година.

Проучването на социалните мрежи е фокусирано върху Фейсбук, като категорично предпочитана социална мрежа в България.

Анкетното проучване за нагласите на гражданския сектор е върху извадка от неправителствени организации, включени в проект „Граждански Хъбове в университети: активизиране на гражданската енергия в подкрепа на гражданските организации“ (ACF/61), изпълняван от Български център за нестопанско право с партньорството на фондация „ОФФ Медия“ и финансиран от Фонд Активни граждани България (<https://www.activecitizensfund.bg/>) по Финансовия механизъм на Европейското икономическо пространство 2014-2021.

Онлайн проучването на нагласите на аудиторията е извадка сред 351 потребители.

Проведените три дълбочинни интервюта са с представители на ключови за изследването сфери – експерт от Държавна агенция закрила на детето (ДАЗД), родител, чието дете се нуждае от продължително лечение в чужбина и организатор на протестите на майки на деца с увреждания.

Невъзможно е да се проследят всички социални каузи, не само поради лавинообразното им възникване, но и поради спецификите на социалната мрежа за частен, таен, затворен и пр. режим на достъп до публикации и създаване на кампании и събития. Проследени са социални каузи с широк отзвук в обществото, както и някои локални каузи, чиито резултати е възможно да бъдат проследени.

Глава I. Теоретико-методологически измерения на слактивизма и гражданското общество в дигиталната ера

Равнозначен ли е слактивизмът на пасивност? Настоящата глава I от дисертационния труд анализира функциите на човешката активност и пасивност, в контекста на дефинициите за активизъм и слактивизъм. Установява ролята на дигиталните технологии като катализатори за формиране на гражданско общество и граждански активизъм. Изследва се и същността на слактивизма като социално поведение.

Платон извежда креативността като доброто, което само по себе си превъзхожда съществуването - като абсолютна мярка за справедливост, то може да бъде получено само чрез активността на душата в самата себе си. Аристотел продължава парадигмата за активността, като според него човек е преди всичко дейност. Признанието на човека е активността и дейността, а всяко действие, предполага като цел някакво благо (добро). Аристотел вярва в неограничените възможности на активността за усъвършенстване на живота.¹

Според теорията на пасивността на Aaron and Jacqui Schiffs, има четири вида пасивни поведения: Бездействие, Свърхадаптация, Ажитация (възбудено поведение), Безпомощност или Насилие. Бездействието е пасивност, при която мислене и реакции на стимули са изключени, а човекът е в състояние на заблуда. Сред факторите, които водят до заблуда е и липсата на информация.

Като естествено протичащи от активността и пасивността се раждат понятията активизъм и слактивизъм.

Понятието „активизъм” е само на 100 години, със значението, с което се употребява днес, и произтича от глагола „активен“. Активист е човек, който е

¹ Фотев, Георги. История на социологията. Университетско издателство Св. Климент Охридски. 2002

активен за промяна, по политически или социални въпроси. Активизъм е дейността на активистите, чрез методите, които те използват, за постигане на конкретните цели. Най-често активизмът е социален, политически и екологичен².

Терминът „слактивизъм“ (Slacktivism) идва от съчетаването на английските думи - "slacker" (от староанглийски „slack“ и старонемски „slakaz“ - мудар, мрачен; бавен, лесен, отслабен, отпуснат, мързелив)³ и "activism" (активност - бълг.) и буквално означава дейност, която подкрепя политически или социални каузи по начин, който не се нуждае от много усилия и не постига реални резултати.⁴

В контекста на слактивизма мненията се поляризират до дигитален оптимизъм и дигитален песимизъм, за да се стигне до дигиталния реализъм, а именно: Интернет може да осигури усещане за защита, която дава възможност на хората да предприемат действия, които иначе вероятно не биха направили.⁵ Концептуалното разграничаване между активизъм и слактивизъм е трудно, защото линията е твърде размита. Презумпционно е да се предполага, че онлайн средата по своята същност е неефективна за предизвикване на социални промени. Онлайн активностите са инструменти, а онлайн средата е компонент на стратегията за постигане на социална справедливост.⁶

²Oxford Learner's Dictionary' [online]. Available from: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/> [cited 18.11.2019].

³ Online Etymology Dictionary Available from: www.etymonline.com [cited 31.08.2019].

⁴ Christensen Henrik Serup. Political activities on the Internet: Slacktivism or political participation by other means? First Monday. [cited 31.08.2019]. Available from: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/3336/2767>

⁵ Turner, R. A. (2014). The virtualization of free space and action : advancing a modernized model of power inequity attenuation and the Free Space Index (FSIx) (T). University of British Columbia. Retrieved from <https://open.library.ubc.ca/collections/ubctheses/24/items/1.0102482>

⁶ Nolan L. Cabrera, Cheryl E. Matias, and Roberto Montoya. 2017. Activism or slacktivism? The potential and pitfalls of social media in contemporary student activism. Journal of Diversity in Higher Education 10, 4 (2017), 400–415. <https://doi.org/10.1037/dhe0000061>

Концепциите за гражданското общество – от Аристотел до социалните мрежи – са помирени относно тезата, че основна функция на държавата е да охранява човешките права и да осигурява на жизнени блага. И именно гражданското общество в съвременния си прочит е онзи коректив на властта, без който всяко демократично управление е немислимо. Нещо повече – то все повече защитава правата си, отстоява ценностите и задоволява нуждите си, без да разчита на държавата, а когато тя му пречи да я променя и прекроява.

Социалните медии и социалните мрежи предоставят едновременно повече свобода и по – силна „чуваемост“, така че да изградят едно силно реактивно онлайн общество. Гражданската журналистика от една страна срива симбиозата „власт-традиционни медии“, въздигайки обикновения човек с телефон в ръка в медия, но от друга – се оказва недостатъчно въоръжена за дебнещите я опасности – дезинформацията и пропагандата. Виртуалният човек, опиянен от неограничеността и инструментите на дигиталния си живот, удобно забравя за съществуването на отговорността във всичките ѝ форми.

На този фон изглежда слактивизмът съвсем не е бездеен със своите реални последствия. Огромният потенциал на социалните мрежи за разпространение на информация сам по себе си не е проблем. Проблемът се корени в съдържанието и произхода на тази информация, в липсата на „кучета-пазачи на входа“ и на медийна грамотност за отделяне на истински от неистински новини.

Слактивизмът не е равнозначен на пасивност. Нещо повече – породен в социалните мрежи, възприемани като най-развитото състояние в еволюцията на човешката комуникация, слактивизмът е съзнателен акт, който поражда промени в социалната реалност. Като инструмент за разпространение на научни данни, той може да увеличи степента на информираност, яснота и демократичност, но като инструмент за разпространение на лични мнения и недоказани твърдения, той постига точно обратното на демокрация. Именно липсата на каквато и да била

отговорност за съдържанието може да превърне социалните мрежи в удобно средство за диктатура.

От друга страна – ролята на социалните мрежи за развитието на гражданското общество и катализиране на неговата активност е призната дори от дигиталните песимисти. Те обаче съвсем не са достатъчни за формиране на просоциално поведение. Важно е да се проследят личностните специфики и механизмите, способни да мотивират и да предизвикат просоциално поведение.

Глава II. Просоциалното поведение - измерения, еволюция, аспекти

Ако Аристотел поставя действието в основата на човешката същност, то Шопенхауер извежда подтика към действие – мотивацията. Аристотел и Шопенхауер са допълнени от Декарт в убежденията си за важната роля на интелекта в действието и мотивацията за действие. В основата на мотивацията е желанието, което често се приравнява с емоцията. Но мотивацията е много сложен психологически процес, като емоциите са само един от факторите, влияещи на човешкото поведение и решения.

Когато мотивацията за действие цели благосъстоянието на друг, без да има лична изгода, а напротив – увеличаване благосъстоянието на другия то тогава може да говорим за алтруизъм. Емпатията поражда алтруистично действие, което е в резултат на съпричастност към нечие страдание. Безкористността е основният белег на алтруизма, докато в основата на просоциалното поведение е необходимостта от взаимодействие между хората. За разлика от алтруизма, тук безкористността не е задължителна и има очакване за взаимност, затова не е правилна практиката за използването на термина като синоним на алтруизъм.⁷

⁷ Карагяурова, Д. Просоциалното поведение като междуличностно отношение, Варна 2010

Сред формите на просоциално поведение са: приятелството, съчувствието, състраданието, благотворителността, филантропията и солидарността. В контекста на просоциалното поведение бездействието и пасивността водят до социален феномен, известен като „Ефекта на страничния наблюдател“ – колкото повече хора стават свидетели на случващото се, толкова по-малко вероятно е някой да окаже помощ. Бездействието, като общественоопасно деяние, в българското законодателство е криминализирано.

Кампаниите за деца са едни от най-разпространените в социалните мрежи и медиите. Те обаче имат своите етични специфики, които трябва да бъдат съобразени в отразяването им. Независимо от спешността и важността на благотворителната кауза, човешкото достойнство и неприкосновеност трябва да бъдат запазени.

Изследването на публикациите за благотворителни каузи изведе онези фактори, които превръщат съдържанието в ефективен инструмент, който подтиква към необходимото действие. Обособи правилата и специфичните характеристики, необходими за достигането до съответната аудитория и ефективността на каузите. Независимо от стихийното разпространение на информация пред огромни аудитории в социалните мрежи, „виждането“ на конкретната кауза не е достатъчно за нейния успех. Необходим е инструмент, който да привлече и задържи потребителското внимание, да предизвиква емоции и да доведе до желаното действие. Този инструмент са специфичните текстове за благотворителните кампании, за които са валидни някои от правилата за ефективно отправяне на рекламно послание. Добрият уеб дизайн може да помогне за по-добро възприемане на отправените послания, което от своя страна да доведе до по-бързо набиране на доброволци и дарения, за насърчаване на събития, за комуникация с поддръжници

и за получаване на обратна връзка. Ясното дефиниране на целите определя строежа, структурите, архитектурата и организацията на сайта, подбора на шрифтове цвят, размери, форми и текстури, композиции и пр. Изходното при уеб дизайна на медийните продукти е адекватната преценка на онези послания, които комуникаторът цели да изпрати до аудиторията, както и за начините на тяхното транслиране чрез възможно най-ясна, риторически ефективна и въздействаща „опакровка“. Привличането на вниманието на публиката, воденето му чрез различни инструменти, форми, композиции, цвят е сред най-съществените цели на доброто оформяне.⁸

Във властта на медиите е да насочва и приближава обществения фокус към социалните дисонанси, маргинализираните групи, да възпитават и активират просоциално поведение. Тази роля отново беше припомнена и възродена от кризата COVID-19. Според анализа на Български дарителски форум (БДФ), през 2020 година публикациите за благотворителност и доброволчество са нараснали двойно - общо 105 599 на фона на 48 428 през 2019 г. Темата благотворителност се комуникира с позитивен тон, бележещ повишение от 35% от 25% през 2019 година.⁹

1. Авторски модел на формиране на просоциално поведение в контекста на слактивизма

Просоциалното поведение е естественото ни отношение към другите и техните потребности. Дали ще бъде продиктувано от желание за лично

⁸ Вълканова, Веселина. Отзивчивият дизайн и медиите онлайн. Композиции, модели и подходи при визуалното представяне на новинарските сайтове за различни устройства. В: Проблеми на постмодерността, Том VII, Брой 1, 2017, с. 1-21 Postmodernism problems, Volume 7, Number 1, 2017, pp 1-21. Available from: <http://ppm.swu.bg/volume-collection/>

⁹ Дарителството в медиите, Български дарителски форум, 2021, https://www.dfbulgaria.org/wp-content/uploads/2021/03/%D0%94%D0%B0%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%82%D0%BE-%D0%B2-%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B8%D1%82%D0%B5_2020-final.pdf

облагодетелстване и ще бъде облечено в егоистични мотиви, или ще граничи със саможертвата, то се оказва вродено в човека. Всяко действие, като продукт на сложни емоционални импулси, мотиви и воля, в самата си същност би следвало да бъде просоциално. В противен случай то бива антисоциално, а извършващия го – със социопатни характеристики.

В основата на мотивите е интелектът – той е техният модулатор. Но мотивацията се повлиява и от средата, общността, групата, от желанието за приемане и одобрение.

Онлайн средата има потенциала да преодолее някои социални феномени, проявяващи се в реална среда, благодарение на огромна аудитория, онлайн репутация на потребителя и стремеж към одобрение на действията му от общността.

Решението за действие се формира на база познание, а то бива предхождано от интерес, който от своя страна е предизвикан чрез информацията.

Достоверната и правилно комуникирана информация е в състояние да предизвика интерес, да спечели доверие и да предизвика определено поведение.

Медиите, следвайки принципите за етичност и висок професионализъм, могат да насочват аудиторията към важните теми на деня, да обучават и да възбуждат просоциално поведение, особено когато журналистът искрено вярва в силата на медиите да променят общества и личности.



Фиг.12 Формиране на просоциално поведение

Предоставената информация достига до големи аудитории предимно чрез слактивизма, и предизвиква съответен интерес. Колкото по-достоверна и правилно комуникирана е информацията, толкова по-силен е интересът и респективно желанието за познание. Информацията, познанието и тяхното правилно комуникиране е във властта на медиите – качествената журналистика е сред основните фактори за превръщането на интереса и познанието в мотивираност. Правилното комуникиране – спазване на етични, правни, стилови, визуални и лексикални норми, подкрепено от слактивизма е в основата на изграждане на доверие в каузата и мотивация. Следва и последната фаза – решение за действие и проявление на просоциалното поведение.

2. Положителна и отрицателна конотация на слактивизма

Според изследователите и проследените примери, слактивизмът несъмнено е вид действие, активност. Дали е достатъчно мащабно или не, действието е налице.

Избирането на един клавиш, натискането на един бутон е дейност, която мигновено носи своя резонанс в онлайн средата.

Отчуждената активност според Фром е тази, при която действието е плод на вътрешен или външен натиск. Ако приложим разбирането на Фром върху слактивизма като активност, то той би приел две форми:

- Положителен, неотчужден, активен, деятелен
- Отрицателен, отчужден, непродуктивен и пасивен.

Заблудата, произтичаща от фалшивите новини и недостоверната информация, благоприятно разпространена в онлайн средата, е тази, която превръща слактивизма в отчуждена активност, която води до изграждане на стереотипи, незачитане на факти от реалния живот, не спомага за решаване на конкретен проблем и в крайна сметка до пасивност и страдание.

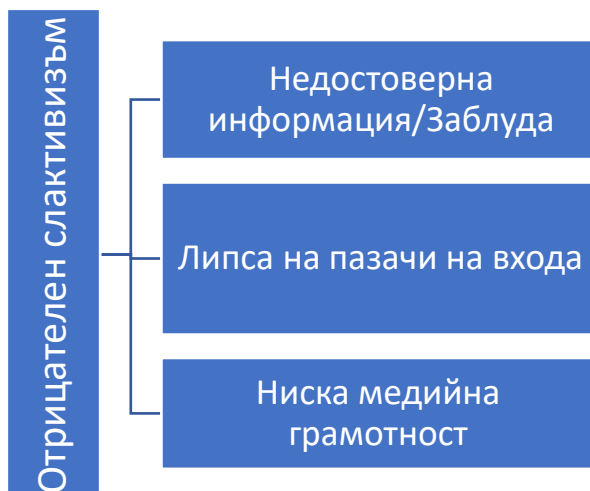
Достоверната информация, „валидирана“ от авторитетни медии, журналистическото доверие, добре оформените послания, разпространявани в онлайн средата водят до чувството за създаване, за съзидание, което е естествен стремеж у всеки човек и неговото личностно развитие.

Фактори за положителен слактивизъм



Фиг. 13 Положителен слактивизъм

Фактори за отрицателен слактивизъм



Фиг. 14 Отрицателен слактивизъм

Ако и в двете форми на слактивизма е налице извършване на действие, то в положителния му вариант има продуктивност, творчество, решаване на проблем. Отрицателният слактивизъм обаче е породен от заблуди и стереотипи, той не е

продуктивен не води до решението на проблем, неговата деструктивност може да доведе до крайности, агресия и дори до загуба на човешки живот.

Въпреки че човешкият алтруизъм все още е предизвикателство за социалните науки и еволюционната биология, просоциалното поведение може да бъде възпитавано и мотивирано. Като основно средство за предизвикване на определено социално поведение се открояват медиите, чрез предоставяне на точна и полезна информация, както и чрез правилно комуникиране на социални каузи. Медийната грамотност е в основната на формирането на положителен слактивизъм и просоциално поведение. Наред с това е изключително важно да бъдат използвани всички инструменти на онлайн средата – функционален дизайн, ефективно съдържание, правилна комуникационна стратегия. Всичко това обаче не може да нарушава законови и етични форми, да уронва достойнството на личността и да поставя в състояние на риск.

Следващата глава разглежда реални каузи, които в контекста на разгледаните фактори, успешно катализират гражданската енергия.

Глава III. Форми на гражданско участие – протести и благотворителност

Свободното изразяване на недоволството или желанието за промяна и различните форми на благотворителност са основните жизнени показатели на гражданското общество. Активно и жизнено ли е българското общество или се поддържа само изкуствено и привидно? Способно ли е да се организира в кратки срокове и упорито да работи за целените социални промени? Как онлайн средата катализира тези процеси.

В процеса на теоретичното и емпиричното изследване се проверяват следните хипотези:

- Социалните медии и слактивизмът оказват достатъчно влияние върху институциите и са новите форми на реалния протест.

- Дигиталните технологии са новите инструменти за демокрация.
- Дигиталните технологии правят гражданското общество мързеливо и реагиращо само в онлайн среда.

1.Успеваемост на протестите в контекста на слактивизма

Проследяването на протестни действия преди и след интернет показва недвусмислено ролята на онлайн средата за постигането на мащабност и обхват на протестите, както и за тяхната успеваемост.

Успеваемостта до голяма степен зависят и от това дали от негативен, протестът ще се преобразува в позитивен – т.е. ще предложи работещи решения и промени. Протестът на майките от „Системата ни убива“ е един от малкото, които не са просто против статуквото, а предлагат конкретни мерки за неговата промяна. Позитивният им протест в крайна сметка успява да завърши с приемането на два нови закона. Нещо повече – ако се направи препратка към позитивното и негативното в контекста на активизма и слактивизма, ще открием естествения стремеж към активност, дейност, творчество, работа и тук. В основата на исканията на майките от самото начало на техните протести е нито те, нито децата им, нито един човек с увреждания в България да се чувства арестуван в собствения си дом, без възможност за изява и развитие. По-голяма активност от обществото вероятно е можела да помогне тези промени да се реализират доста по-рано и в доста по-голям обем. Липсата на емпатия, на информираност, отживелите разбирания и суеверни представи са част от причините за недостатъчна подкрепа. Сред останалите са – съмненията, че протестите у нас постигат каквото и да било; омаловажаване на личното участие; недостатъчна мотивация за действие; опасенията, че всеки протест обслужва политически интереси.

Въпреки всичко това, протестите на майките от „Системата ни убива“ могат достойно да бъдат наредени до изброените по-горе протести в световната история, инициирани от жени и променили съществено статуквото.

Преди време Евгени Петров нарече гражданското общество в България „пенсиониран ленивец“:

„...А в съзнанието на хората неговите изяви се свързват най-вече с масово и спонтанно излизане по площадите, скандирания, носене на лозунги и т.н. Ако количественият измерител на въпроса за гражданската активност бяха регистрираните НПО-та, щяхме да сме най-демократичната държава, точно както сме шампиони и по броя на регистрираните партии.“¹⁰

Не само протестът на майките, но и протестите през 2013, 2020 и 2021 г., последвалите протести в защита на новото правителство, демонстрациите срещу войната в Украйна и кризата с газа – всички тези примери от най-новата ни демокрация показват, че много голяма част от обществото ни вече не е „пенсионирано“, а работи на пълен работен ден.

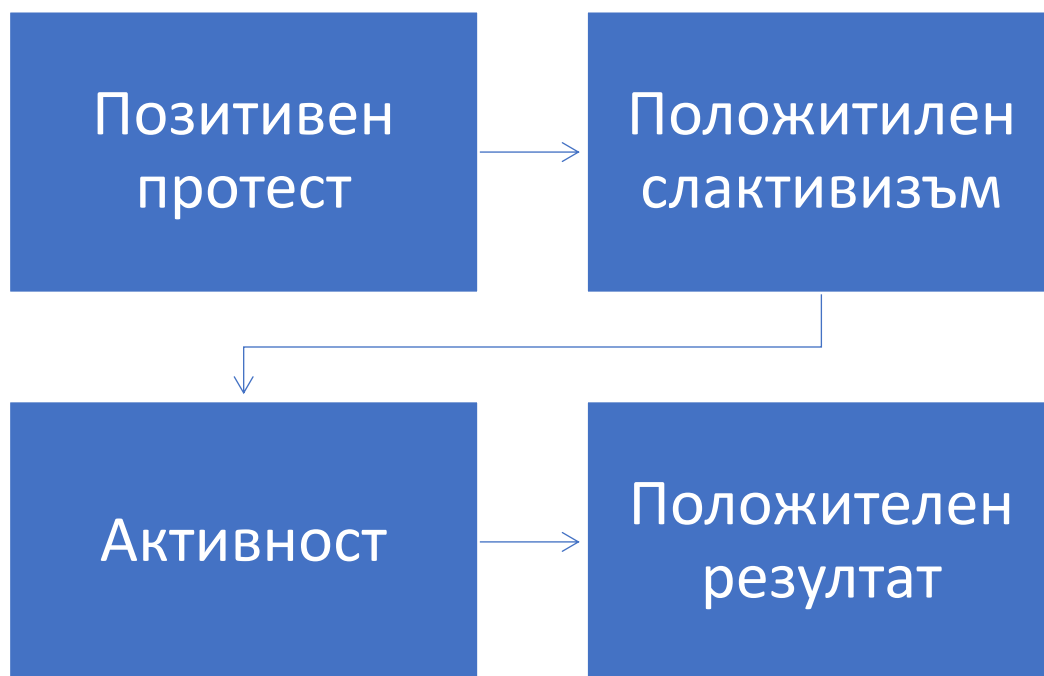
Протестите от последните години са успешни поради няколко фактора:

- Недвусмислени конкретни каузи
- Ясно очертани цели и добре формулирани стъпки за постигането им
- Правилно комуникирани послания
- Прозрачност относно организаторите на протеста
- Липса на централизираност при процеса на въвличане – всеки разпространява наравно с останалите каузата и привлича поддръжници

¹⁰ Петров, Евгени. Гражданското общество като пенсиониран ленивец. Available from: http://bolgari.org/grazhdanskoto_obshtestvo_kato_pensioniran_lenivec*-el-2343.html [cited 2.06.2022]

- Добра организация и вертикална структура (Динев, 2012)
- Максимално използване на дигиталните технологии при въвличане и реализация на протеста
 - Използване на всички възможности на социалните мрежи – създаване на страници, събития, групи, публикации, предизвикващи реакции и споделяния, хаштагове, значки за профилни снимки и корици и пр.
 - Излъчване в реално време и жива връзка между организатори на протеста и аудитория и медии

По отношение на разпространението на информация относно протеста – отново интернет е най-силното оръжие за комуникация, особено социалните мрежи. Възможността за споделяне до множество приятели или групи, създаване на онлайн събития и заявяване на участие, подкрепя чрез персонифициране на профилни снимки или определени хаштагове – със сигурност допринесоха за масовостта и успеваемостта на последните протести. Но за първи път при протестите от последните години, бе активирана и успешно използвана обратната връзка – директни включвания от мястото на протеста, стриймване онлайн, отговор на коментари в реално време и пр. Така, някъде между площада и екрана, се срещнаха активизмът и слактивизмът – хората, които реално бяха на събитието приобщиха тези, които засвидетелстваха подкрепата си само онлайн. Казаха им, че са важни, защото всяка реакция, всяко споделяне и всеки коментар е от значение. По време на директните излъчвания във Фейсбук страницата на организаторите, за първи път можеше да се наблюдава в реално време колко човека са на мястото на събитието и колко ги подкрепят онлайн. Появи се ново явление - „заразяване с активност“ – потребителите зад екраните се присъединяваха физически към протеста в реално време.



Фиг. 1 Резултатност при протести

2. Фактори за ефективност на социални каузи, реализирани в онлайн среда

Независимо от политически и идеологическите противопоставяния, от лавинообразната дезинформация, от все по-задълбочаващата се икономическа криза, българите остават все така алтруистични и не се колебят да помогнат на човек в беда и нужда. Благодарение на мощта на онлайн медиите и социалните мрежи, дарения в особено големи размери могат да бъдат събрани за часове.

Дали биват водени от егоистични или алтруистични мотиви, българите и днес най-усилено подкрепят дарителски акции, свързани с лечение на тежки заболявания и особено, ако пациентите са деца. Поради тази причина те ще бъдат в основния фокус на изследването. „Теренът“ е Фейсбук като най-масовата

социална мрежа в България и най-оптимизираната за социални каузи, предвид възможностите за дълъг текст, множество снимки към публикациите, създаване на събития, страници, групи с различен режим на достъп и не на последно място – с възможност за директно набиране на средства.

Сред факторите за успеваемостта на благотворителни каузи се отличават следните:

- Легитимност на кампанията – персонална информация, медицински документи, оферти от клиники и пр.
- Комуникационна стратегия – повишаване на осведомеността чрез използване на всички възможни медийни канали за разпространение;
- Комуникиране на кампанията като спешна и неотложна
- Комуникиране на кампанията с помощта на професионални журналисти
- Създаване на ефективно съдържание – сторителинг
- Използване на ресурсите на дигиталните технологии и спецификите на уебдизайна и емоционалната лексика
- Използване на всички инструменти на социалните мрежи и особено Фейсбук – създаване на страници, групи, събития, постове, подходящи за споделяне и реакции, хаштагове, значки и пр.
- Регулярна отчетност за набраните средства
- Отправяне на персонални обръщения и изказване на благодарност
- Постове с естетични снимки, които не акцентират върху страданието и ефектите на болестта, а върху живота преди заболяването
- Съхраняване на достойнството и защита правата на личността

„Положителното“ и „отрицателното“ като категории присъстват не само по отношение на човешката активност и пасивност или отчуждена активност, както

смята Фром¹¹, но и в активността на цялото общество. Положителната комуникация на благотворителните кампании, положителният протест, положителното възприятие на гражданския сектор и неговите активности, положителният слактивизъм – всичко това води съответно до положителен резултат на каузите. Онлайн средата е в състояние да ускори процесите, но постигането на целите е и в пряка зависимост от медиите. Това показват и резултатите от проведените емпирични изследвания, подробно анализирани в следващата глава.

Глава IV. Социалната функция на онлайн средата и медиите през призмата на неправителствените организации и аудиторията - емпирични изследвания

В тази глава чрез емпирични проучвания се дават отговори на следните въпроси:

Как неправителственият сектор и аудиторията определят ролята на онлайн средата в успеваемостта на социалните каузи? Как социалните мрежи провокират активизъм през слактивизма? Променя ли се активността на обществото в онлайн средата? Чрез проведените анкетни изследвания и интервюта се проверяват и следните хипотези:

- Социалните медии и слактивизмът оказват достатъчно влияние върху институциите и са новите форми на реалния протест.
- Дигиталните технологии са новите инструменти за демокрация.
- Дигиталните технологии правят гражданското общество мързеливо и реагиращо само в онлайн среда.

¹¹ Фром, Ерих. Да имаш или да бъдеш, София 2012.

1. Анкетно проучване сред граждански организации

В проведеното допитване към неправителствения сектор са включени 11 неправителствени организации, с различни предмети на дейност, чиито активности са представени в проект „Граждански Хъбове в университети: активизиране на гражданската енергия в подкрепа на гражданските организации“ (ACF/61), изпълняван от Български център за нестопанско право с партньорството на фондация „ОФФ Медия“ и финансиран от Фонд Активни граждани България (<https://www.activecitizensfund.bg/>) по Финансовия механизъм на Европейското икономическо пространство 2014-2021. Публикациите, представящи дейностите на организациите, са публикувани в OFFNews.bg и на сайта на Български център за нестопанско право в периода 2020-2021г.¹² Независимо от разнородните профили на организациите и различните тематични области на дейността им, всяка публикация има хиляди прочитания, десетки споделяния и нито един негативен коментар.

Организациите споделят опита си относно ролята на социалните мрежи и за медийната подкрепа в онлайн проучването, проведено в периода 10-13 декември 2021г., с включени 18 въпроса, от които: 4 затворени въпроса и 14 въпроса с възможност за отворен отговор и мултивариантност.

Ето какви са изводите от допитването сред избраните неправителствени организации:

1. Гражданските организации напълно ясно осъзнават водещата роля на медиите за популяризиране на дейността си.
2. Чрез медиите те достигат до целената аудитория, акцентират вниманието ѝ и успяват да спечелят доверието ѝ.

¹² Историите. Български център за нестопанско право. <http://bcnl.org/analyses/category/istoriite.html>

3. Неправителствените организации категорично заявяват необходимостта си от качествена журналистика за популяризиране и реализиране на своите активности, но предвид съществуването си предимно от дарения на физически лица, трудно могат да си позволят работа с професионален журналист.

4. Социалните мрежи са катализатор, който ускорява ефектите на медийните публикации.

5. Най-работещ вариант е колаборацията между медии и социални мрежи.

6. Медиите отстъпват мястото си по отношение на бързина и оперативност при активностите в гражданския сектор, в сравнение със социалните мрежи, не само заради органичните си различия, но и защото медиите все още не отделят достатъчно ресурси за сектора.

7. Медиите са тези, които изграждат репутацията и облика на една организация, докато социалните мрежи имат мощта да разгорят кампаниите до особено големи мащаби.

8. „Социалната държава“ Фейсбук е все още водещ избор за гражданския сектор в България.

9. Публикациите по проект „Граждански Хъбове в университети: активизиране на гражданската енергия в подкрепа на гражданските организации“ подчертано са повишили интереса към дейността на организациите и доверието в тях.

10. Неправителствените организации в огромна степен разчитат на доброволци и дарители, сред които подчертано преобладават физическите лица.

2. Анкетно проучване на нагласите на аудиторията по отношение на социалните каузи

Кое мотивира тези физически лица да подкрепят социалните каузи и каква е динамиката на участието им, се опитва да разбере проучването, проведено сред 351 потребители. Анкетата е анонимна и е проведена онлайн в периода декември 2021 – февруари 2022 и през май 2022. Съдържа 19 въпроса, от които 7 със затворен тип отговори, 12 с възможност за множество отговори.

Основните изводи от тези мнения са:

1. Потребителите използват социалните мрежи предимно за информиране, респективно информация за социални каузи се получава предимно от социалните мрежи. Въпреки това медиите продължават да заемат важно място като източници на информация за социалните каузи.

2. Най-силна подкрепа печелят каузи, които са емоционални, персонализирани и са споделени от приятелския кръг. Леченията на деца и възрастни са най-подкрепяните каузи.

3. Споделянето на кауза в социалните мрежи се възприема като активност и реално подпомагане и принос към каузата или заявено намерение за подкрепа. Това обаче не важи за протестите – подкрепата единствено онлайн е сред основните причини за неуспех.

4. Онлайн средата не само улеснява информираността и начините за подкрепа на каузите, но и провокира подкрепата на повече кампании – чрез социални мрежи, онлайн дарения, участие в онлайн благотворителни акции и др.

5. От особена важност е да има достоверна и експертна информация относно кампаниите за лечение на деца. Такава обаче липсва както за дарителите, така и за медиите, които ги отразяват.

6. Повече информираност, ясни каузи и добра комуникационна стратегия се оказват и определящи за участие или не в протестни действия.

7. Преобладава недоверието в успеваемостта на протестите и настъпването на желаната промяна, което пряко влияе върху офлайн участието в тях. Промяна в законодателството е каузата, която може да активира повече хора за участие. Голям процент от респондентите се ограничава само до онлайн протестирането като форма на изразяване на недоволство.

Емпиричното изследване, проведено между граждански организации и онлайн потребители, подкрепя хипотезата на дисертационния труд, а именно че слактивизмът не е липса на активност, а нова форма на активизъм, който предизвиква обществени промени и води до успешно осъществяване на лични каузи. Гражданското общество в България е активно предимно за социални каузи и благотворителни дейности най-вече с помощта на ресурсите на дигиталната среда. Независимо от мащаба, необятните възможности, непрекъснато надграждане и усъвършенстване на социалните мрежи обаче персоналните или обществените каузи не могат да бъдат напълно ефективни и да постигнат необходимия резултат, без помощта на традиционните медии, било то и в дигиталната им форма.

- **Слактивизъм**

Слактивизмът не е пасивност, а нова форма на активност, обусловена от дигиталната среда. Всяко споделяне онлайн се приема за форма на подкрепа и участие. В резултат на онлайн активността, дори само с един клик се допринася за реализирането на дарителски кампании и спасяването на човешки животи.

- **Гражданско общество**

Гражданското общество е силно сетивно и става достатъчно активно, стига да бъде „събудено“ от добре мотивирана и правилно комуникирана кауза. Недоверието се съсредоточава почти изцяло в истинските цели на протестите и хората, които стоят зад тях, докато личните каузи биват подкрепяни по-бързо и мащабно. В онлайн средата гражданското общество се прегрупира на малки общности, които са силно реактивни и последователни в инициирането и реализиране на каузите и постигането на обществени промени. Сливането на онлайн и офлайн средата е инструментът, който преодолява границите на екрана, клетките на мрежата и изважда хората иззад екраните в реалните протестни движения. Все по-ясни цели с конкретни предложения за постигането им е формулата за позитивен и постигащ промяна протест



Медии

Независимо от стихийността на процесите в социалните мрежи и невъзможността на медиите да ги достигнат, тяхната роля е фундаментална както за неправителствения сектор, така и за дарителите. Информирание за лични каузи и активности, изграждане на доверие в организациите, потвърждаване достоверността на каузите – това са част от ползите на качествената журналистика за социалните каузи. Въпреки това медиите все още не отделят достатъчно ресурс за лични и обществени кампании, не публикуват регулярна информация, а професионалните журналисти са почти недостъпни за неправителствените организации. Мрачният лабиринт на оцеляването при страшна диагноза или по време на коронавирусната пандемия е с благоприятен изход единствено при възвърнато доверие на аудиторията в медиите, висока медийна грамотност и качествена журналистика.

Благотворителността продължава да замества държавата, вместо да бъде само допълваща функция. Това обрича животът на стотици хора всяка година да

зависят от пиар и рекламни похвати, за да попаднат в полезрението на медии и аудитория. Фейсбук все повече работи като линия на спешна помощ за хора с всевъзможни проблеми и затруднения. Непроследими са хилядите каузи, осъществени както публично, така и в затворените общности, които социалната мрежа позволява. Резултатът е еднакъв и за организациите, и за физическите лица – решението на всеки социален проблем започва с пост във Фейсбук.

3. По трънливия път на социалната реформа в България – интервюта с Красимира Обретенова, Славей Костадинова и представител на ДАЗД

Проведените три интервюта са с представители на ключови за изследването сфери – експерт от Държавна агенция закрила на детето, родител, чието дете се нуждае от продължително лечение в чужбина и организатор на протестите на майки на деца с увреждания. Целта на интервютата е да се навлезе в дълбочина в изследваната проблематика. Личните мнения на преки участници в разглежданите области допълват получените резултати чрез проведените анализи на научна литература, социални каузи и нагласи на аудитория и неправителствени организации.

Като обобщение от проведените независимо едно от друго интервюта, може да се изведе следното: Благотворителните кампании трябва да бъдат заедно, а не вместо дейността на държавата; необходим е мониторинг за правилното им протичане, спазване на етични и медицински стандарти, недопускане на злоупотреби. Локалните активности успяват да спасят и подобрят десетки човешки животи, но те не решават проблемите на социалното подпомагане в България и не гарантират бъдещо благополучие. Промяна може да бъде постигната единствено чрез активно, неманипулирано гражданско общество, следващо общи и ясни цели.

Изводи

Действие или илюзия за действие е слактивизмът? Предизвиква ли реални последици и води ли до съществени социални промени? Имат ли шанс за реализиране социалните каузи днес, когато са в ръцете на мързеливото екранно поколение?

За да отговори на тези въпроси, дисертационният труд се опира на задълбочено проучване на научната литература, анализ на социалните каузи в онлайн средата и емпирично изследване на мненията на експерти, активисти и онлайн потребители.

В хода на изследването бе изведен модел за формиране на просоциално поведение в онлайн аудиторията, както и фактори за успеваемост на основните форми на гражданско участие – протест и благотворителни каузи.

Резултатите от изследването потвърждават тезата, че слактивизмът не е липса на активност, а нова форма на активизъм, която предизвиква обществени промени и води до успешно осъществяване на лични каузи. Всяко споделяне онлайн се приема за форма на подкрепа и участие. В резултат на онлайн активността, дори само с един клик се допринася за реализирането на дарителски кампании и спасяването на човешки животи.

Възприемането на слактивизма в положителна или отрицателна конотация е в пряка зависимост от достоверната информация и високата медийна грамотност. И в двата случая налице е извършване на действие, но в положителния му вариант има продуктивност, творчество, решаване на проблем. Отрицателният слактивизъм, от друга страна, е породен от заблуди и стереотипи, той не е продуктивен, не води до решението на проблем, неговата деструктивност може да доведе до крайности, агресия и дори до загуба на човешки живот.

Изследването доказва основната теза на дисертацията, като потвърждава двете хипотези, а именно че социалните медии и слактивизмът оказват достатъчно влияние върху институциите и са новите форми на реалния протест, а дигиталните технологии са новите инструменти за демокрация. Те имат властта да разобличават некоректни политически изказвания и да ги разпространят мълниеносно, така че аудиторията да реагира бурно не само онлайн, но и чрез спонтанни и многолюдни протести. Благодарение на дигиталните технологии се появи новата форма „заразяване с активност“ – потребителите зад екраните се присъединяват в реално време към протестни действия, както от екраните, така и физически.

Разбира се, във властта на дигиталните технологии е да предизвика деструктивен слактивизъм, в резултат на заблуди и стереотипи. В този случай се наблюдава пряко въздействие върху институциите и политиките, постигнато само чрез натискането на един клавиш.

Изследването не потвърди хипотезата, че дигиталните технологии правят гражданското общество мързеливо и реагиращо само в онлайн среда, което още подкрепя основната теза на дисертационния труд. Гражданското общество в България е активно, стига да бъде убедено в каузата и прозрачността на кампанията, да бъде добре информирано и мотивирано за участие. Проучването на гражданското застъпничество показва, че личните каузи са много по-активно подкрепяни от обществените. Сред причините за това са съмненията, че протестите у нас постигат целите си; омаловажаване на личното участие; недостатъчна мотивация за действие; опасенията, че всеки протест обслужва политически интереси.

Напълно противоположно е поведението на гражданското общество при необходимост от подкрепа на благотворителни каузи, особено свързани с лечение на деца. Реакциите са стихийни, огромни суми се събират само за денонощие, а голяма част от дарителите не се интересуват от резултатите на кампанията. За потребителите споделянето и реакциите на апели за помощ онлайн е форма на реална подкрепа, като

повечето от тях не се ограничават само със споделяне на каузата, а се включват с дарения или доброволчество.

В хода на изследването бяха изведени следните фактори:

За успеваемост на протестни действия

- Недвусмислени конкретни каузи
- Ясно очертани цели и добре формулирани стъпки за постигането им
- Правилно комуникирани послания
- Прозрачност относно организаторите на протеста
- Липса на централизираност при процеса на въвличане – всеки разпространява наравно с останалите каузата и привлича поддръжници
- Добра организация и вертикална структура (Динев, 2012)
- Максимално използване на дигиталните технологии при въвличане и реализация на протеста
- Използване на всички възможности на социалните мрежи – създаване на страници, събития, групи, публикации, предизвикващи реакции и споделяния, хаштагове, значки за профилни снимки и корици и пр.
- Излъчване в реално време и жива връзка между организатори на протеста и аудитория и медии

За ефективност на социални каузи:

- Легитимност на кампанията – персонална информация, медицински документи, оферти от клиники и пр.
- Комуникационна стратегия – повишаване на осведомеността чрез използване на всички възможни медийни канали за разпространение;
- Комуникиране на кампанията като спешна и неотложна

- Комуникиране на кампанията с помощта на професионални журналисти
- Създаване на ефективно съдържание – строителинг
- Използване на ресурсите на дигиталните технологии и спецификите на уебдизайна и емоционалната лексика
- Използване на всички инструменти на социалните мрежи и особено Фейсбук – създаване на страници, групи, събития, постове, подходящи за споделяне и реакции, хаштагове, значки и пр.
- Регулярна отчетност за набраните средства
- Отправяне на персонални обръщения и изказване на благодарност
- Постове с естетични снимки, които не акцентират върху страданието и ефектите на болестта, а върху живота преди заболяването
- Съхраняване на достойнството и защита правата на личността

Независимо от това дали става дума за лични или обществени каузи, налице е един безусловен фактор за тяхната успеваемост. Този фактор са медиите. Те са основно средство за създаване на критично, ангажирано и активно гражданско общество. В зависимост от достоверността на информацията, от доверието в медиите и респективно тяхното валидиране на информацията, изобилието на качествено съдържание, наличието на „пазачи на входа“, допускането или елиминирането на заблуда, слактивизмът може да бъде отрицателен или положителен. Медиите са тези, които трябва да възбудят интерес, да дават познание, да мотивират и да бъдат катализатор за просоциално поведение. Тази основна тяхна роля беше недвусмислено припомнена от коронавирусната криза.

Изследването категорично доказва, че колаборацията между традиционните медии и социалните мрежи гарантира ефективността на каузите и тяхната успеваемост.

Заклучение

Българското общество, приютено в различни профили, групи и страници в онлайн средата, не може да си позволи да бъде лениво. Именно то е това, което подпомага лечение на деца и възрастни, оказва медицинска и експертна помощ, осъществява социална подкрепа при природни бедствия и лични трагедии, изобличава некоректни политици, показва самозабравили се шофьори, издирва деца и възрастни хора. Ако онлайн обществата в държави, които напълно изпълняват функциите си на грижа и закрила за гражданите си, могат да си позволят да са лениви, то българското общество е хиперактивно, защото няма друг избор.

Пандемията от COVID-19 успя, макар за малко, да размие границите и да покаже на останалия свят какво означава животът ти да зависи единствено от непознати профили в екрана. Вече над десет години лечението на едно дете с тежка диагноза в България се крепи на един клик, а животът му е въпрос на маркетингова стратегия. Хората в най-бедната държава в ЕС – омерзени от престъпната безотговорност на всички нива в държавата, съмняващи се в целите и успехите на протестите, същите тези хора са в състояние да дарят половин милион лева за половин ден и да се организират в доброволчески групи в рамките само на няколко часа.

Въпреки вродената просоциалност и способността за самоорганизиране обаче обществото ни има нужда от точен компас. И този компас винаги са били и

ще бъдат медиите и професионалната журналистика. Съюзяването на правилния ритъм на журналистиката с високотехнологичните инструменти на дигиталната среда води до бързо и ефективно осъществяване на каузите и постигане на целите им. Това показват разгледаните казуси, в това са убедени и отговорилите в анкетата, независимо от коя страна на каузите се намират.

Коронавирусната криза опроверга теорията на дигиталните песимисти, че чрез слактивизма се подхранва само илюзията за участие и социално въздействие, но от друга страна потвърди опасенията, че социалните мрежи могат лесно да бъдат превърнати от инструменти за в инструменти срещу дадена кауза. Пандемията промени и ролята на журналиста от „куче - пазач на входа“ до „информационен реаниматор“, а качествената журналистиката се прояви като спасител на човешки животи – чрез правилни рефлексии в условията на инфодемия, чрез предизвикване на просоциално поведение и солидарност.

Онлайн активизмът се оказва работещ инструмент за повишаване информираността и обвързване на потребителите с каузата, така че да предприемат действия и след реакциите си онлайн. Ако за протестите като гражданските активности, дигиталната активност може да бъде нож с две остриета и виртуалните поддръжници да са в пъти повече от реалните протестиращи, то за набирането на дарения, ролята ѝ е неоспорима. Освен поддържане на добър виртуален имидж, усещането за незабавен резонанс от действията е водещ мотив на потребителите да подкрепят онлайн каузи, свързани с благотворителност.

Ако парафразираме Едуин Олдрин, „колонизирането“ на Фейсбук изглежда все по-трудно от колонизирането на Марс. Но докато пътищата за информираност, правилната комуникация и емоционален обмен са отворени, пулсациите на гражданското общество ще бъдат силни и ритмични.

Приноси

1. Слактивизмът е формулиран като социално поведение през призмата на науки като философия, психоанализа, психология, социология и пр., в контекста на теориите за активността и пасивността на личността и социума.

2. Слактивизмът е разгледан в контекста на благотворителните каузи и социални протести в неговите две конотации – положителна и отрицателна, като научно се доказва, че дори в неговата пасивна форма той е вид активност.

3. Приносен момент е оборването на възприетите виждания, че дигиталните технологии превръщат гражданското общество в мързеливо и реактивно в онлайн средата, без то да допринася за реални социални промени.

4. Принос на дисертационния труд е извеждането на ролята на медиите като решаващ фактор за осъществяването и ефективността на социални каузи – социалните мрежи сами по себе си не са достатъчно условие за успех.

5. Предложен е авторски модел за формиране на просоциално поведение в контекста на слактивизма, в който се извежда съществената роля на медиите и качествената журналистика.

6. Предложен е набор от препоръки за комуникиране на благотворителните каузи, които спомагат за тяхната ефективност при спазване на етичните норми и стандарти.

7. Предложена е систематизация на ефективни препоръки за успеваемост на протести чрез провокиране на положителен слактивизъм и стимулиране на активността.

Публикации по темата на дисертационния труд

Глава от монография:

Грета Дерменджиева, Лора Симеонова, Росица Славова, Ваня Сухарова-Радева, Зарина Василева, ВИРУСЪТ НА ИНФОДЕМИЯТА. Социални и медийни измерения на COVID-19, Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, София, 2023, ISBN:978-954-07-5630-1

Статии в печатни и онлайн научни издания:

1. *Зарина Василева*, Социални измерения на инфодемията и реанимационната роля на журналистиката, Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация. Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2022, ISSN (online): 1311-4883
2. *Zarina Vasileva*, Език и стил на благотворителни каузи в онлайн среда, Годишник на Софийския университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, 2020, ISSN (online): 1311-4883
3. *Зарина Василева*, Активизъм и слактивизъм при благотворителните кампании в онлайн среда, сп.Медии и език, issue: 6, 2019, ISSN (online):2535-0587

Статии в сборници от научни конференции

1. Зарина Василева. Гражданско участие по време на криза през призмата на медиите и социалните мрежи, „Медийна грамотност: Класически и нови измерения“, Факултет по журналистика и масова комуникация, Софийски университет „Св. Климент Охридски“ 2022, ISBN 978-619-7567-12-0
2. *Зарина Василева*, Етични проблеми при благотворителни кампании за деца. Медии и комуникации. Университетско издателство "Св. Климент Охридски", 2022, ISBN: 978-954-07-5504-5
3. *Зарина Василева*, Слактивизъм и ефективност на социалните каузи онлайн (онлайн активизмът във фокуса на екологичната криза в Амазония). Медии и комуникации.Университетско издателство "Св. Климент Охридски", 2020, ISBN: 978-954-07-4909-9

4. *Зарина Василева*, Социалните медии – пълна гражданска свобода или инструменти на модерна диктатура, Медии в България: 30 години по-късно. Нов български университет, 2020, ISBN: 978-619-233-143-6

Участия с доклади в национални и международни конференции

1. „Гражданско участие по време на криза през призмата на медиите и социалните мрежи“ – Международна научна конференция „Медийната грамотност: класически и най-нови измерения“, 28.10-29.10, 2021 г., София
2. „Етични проблеми при благотворителни кампании за деца“ – Докторантски семинар Медии и комуникации, 26.11 2021 г., София.
3. „Онлайн активизъм в условия на извънредно положение“ – Международна научна конференция „Качествена журналистика и нова комуникационна среда“, 29.10-30.10 2020 г., София.
4. „Журналистика на командно дишане: Пандемиите от COVID-19 и 5G“ – Докторантски семинар „Медии и комуникации“, 27.11-27.11 2020 г., София.
5. „Активизъм и слактивизъм при благотворителните кампании в онлайн среда“ – Докторантски семинар „Медии и комуникации“, 03.12-04.12 2019 г. – София.
6. „Социалните медии – пълна гражданска свобода или инструменти на модерна диктатура“ – Национална научно-практическа конференция „Медиите в България: 30 години по-късно“, 21.11-21.11 2019 г., София.
7. „Предизвикателства пред медийната комуникация на социални каузи“ – Юбилейна международна научна конференция „Комуникацията и медиите на XXI век: образователни и професионални предизвикателства“ 27.10-28.10 2022 г., София.

Участие в научни проекти

80-10-80/25.03.2021г. Социални измерения на инфодемията по време на кризата с COVID-19. Пандемията през призмата на медиите и социалните мрежи; Ръководител на проекта - проф. д-р Грета Дерменджиева