

---

## **РОЛЯ НА ДИГИТАЛНИТЕ МЕДИИ В СЪВРЕМЕННАТА ИКОНОМИКА И ОБЩЕСТВО**

**Светослава Шапарова**

[shaparova@abv.bg](mailto:shaparova@abv.bg)

*Висше транспортно училище „Тодор Каблешков“  
София, ул. „Гео Милев № 158  
РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ*

**Ключови думи:** дигитални медии, цифрова икономика, интернет услуги, роля на ИКТ в съвременната икономика

**Резюме:** През последните десетилетия икономическото и социално развитие е съпроводено с увеличаване ролята на ИКТ в съвременната икономика. Технологичното разнообразие и силната конкуренция за вниманието на потребителя увеличи суверинета на потребителя по отношение избора на дигитални медии, позволяващи нови начини за връзка. Приложението на дигиталните медии за достъп до необходимата информация за обучение и работа, за избиране и купуване на продукти и услуги, както и за общуване в световен мащаб доведе до „дигитална революция“. Индексът за навлизането на цифровите технологии в икономиката и обществото (*The Digital Economy and Society Index (DESI)*), обобщаващ приложими индикатори за европейската цифрова ефективност показва че Финландия, Швеция, Холандия и Дания имат най-напредналите цифрови икономики в ЕС, а страни като Полша, Гърция, Румъния и България са с най-ниски нива на индекса. Големи различия между държавите членки на ЕС има и по отношение на използването на интернет услуги, в които хората участват.

### **Увод**

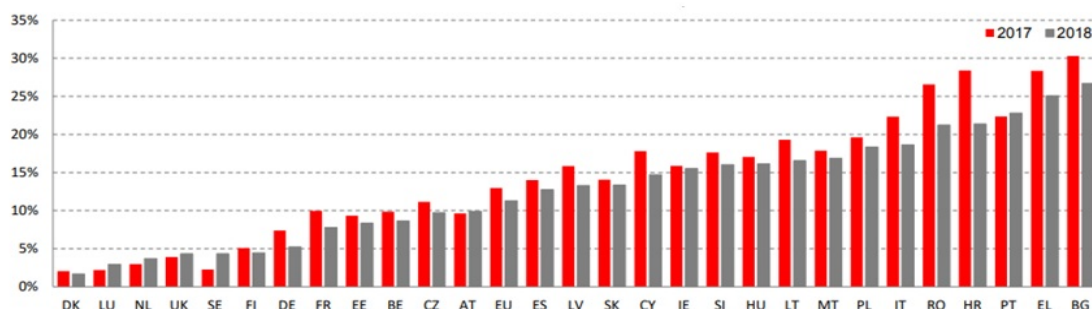
По данни от „Доклад за цифровата икономика и общество 2019“ най-напредналите цифрови икономики в ЕС имат Финландия, Швеция, Холандия и Дания, последвани от Обединеното кралство, Люксембург, Ирландия и Естония, а страни като Полша, Гърция, Румъния и България са с най-ниски нива по „индексът за навлизането на цифровите технологии в икономиката и обществото“ (*The Digital Economy and Society Index (DESI)*). Най-активни интернет потребители имат Дания, Холандия, Швеция и Финландия следвани от Обединеното кралство, Люксембург, Естония и Малта, а най-малко активни са гражданите на: Гърция, България и Румъния. Статистическите данни от изследването показват, също че има големи различия между държавите членки на ЕС и по отношение на използването на интернет услуги, в които хората участват в дейности като: да получават новини, да разглеждат социални мрежи, да общуват, да пазаруват, да използват онлайн банкови услуги и много други. Тези

различия са често на географски широчини, като северните и западните държави членки, като цяло отчитат по-високи нива на използване на интернет от държавите членки, разположени на юг или на изток.

## 1. Европа

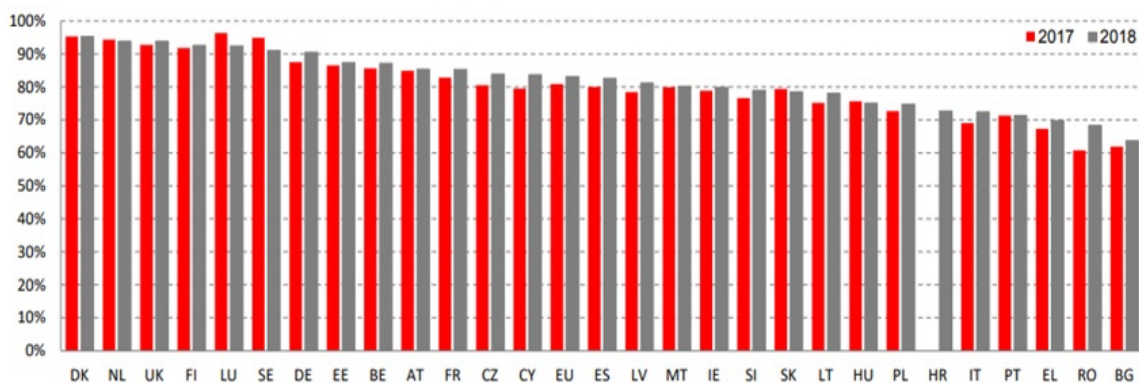
Домакинствата в ЕС, които имат достъп до интернет са 89%, но не все още е голям дялът от хора, които никога не са използвали интернет (11%), като най-висок е процентът на лицата на възраст между 65-74 години (37%), докато дялът сред лицата на възраст между 16-24 е под 1%. Подобно съотношение се наблюдава и по отношение образователното ниво на лицата: без или с ниско ниво на образование (27%) и (1%) на лица с високо ниво на образование.

Дялът на лицата в ЕС, които не използват интернет е паднал в почти всички държави членки през 2018 г. и въпреки конвергентните тенденции, големите несъответствия в държавите членки остават. Данните показват, че всеки десети европеец никога не е използвал интернет. Дания, Люксембург, Холандия, Обединеното кралство, Швеция и Финландия са страни, в които дялът е под 5%, но дялът все още е значително голям в страни като: Хърватия (21%), Румъния (21%), Португалия (23%), Гърция (25%) и България (27%). Държавите членки с най-голям спад, спрямо 2017г. са: Хърватия (7%), Румъния (5%), Италия (4 %) и България (4 %). ЕК отбелязва, че хората с ниско ниво на образованието и доходите, възрастните хора, пенсионерите или неактивните са склонни да използват интернет сравнително по-малко.



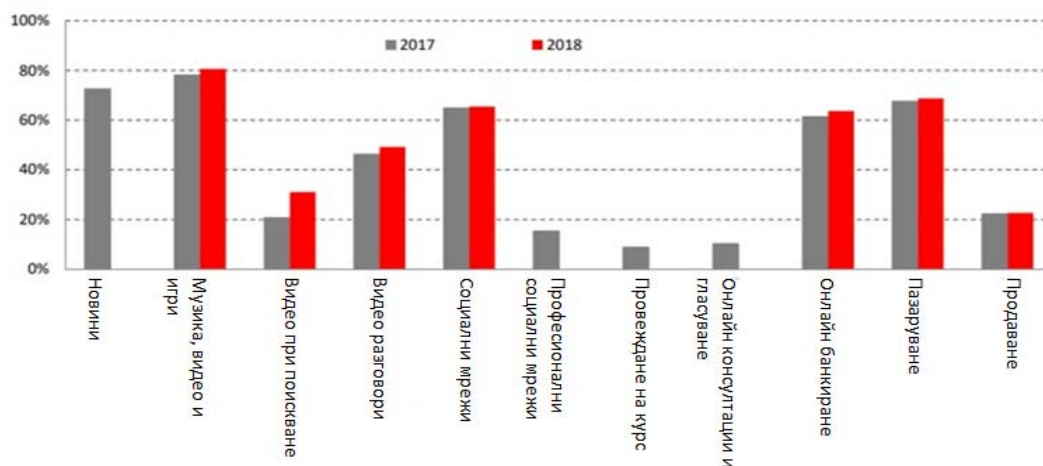
**Фиг. 1 Лица, които никога не са използвали интернет, 2017-2018 г.**  
(% от лицата)  
(Източник: DESI 2019, ЕС)

Дялът на населението, по отношение статистическия показател „редовно използване на интернет” варира от 60% до 95%, като най-голям е дялът в държави членки като: Дания, Нидерландия, Обединеното кралство и Финландия. Страните в процес на догонване на най-добре представените членове са държави като: Германия, Естония, Белгия и Австрия, които са отбелязали подобрения в това отношение през 2018г. Испания, Латвия и Малта също са постигнали значителен напредък през 2018г. и са много близо до средното ниво за ЕС, а най-малък е дялът на страни като: Португалия, Гърция, Румъния и България. Забележителен ръст са регистрирали в Румъния (+ 8%) в сравнение с 2017 г., но въпреки това, все още 31% от румънците и 36% от българите все още не използват интернет редовно. Най-голям е броят на интернет потребителите на възраст между 16-24 (97%) и тези, които имат високо ниво на образование (97%). През 2018 г. 83% от европейците използват интернет поне веднъж седмично и около 76% ежедневно (или почти всеки ден), в сравнение с предходната година съответно 81% и 72%.



**Фиг. 2 Редовно използване на интернет в ЕС, 2017-2018 г. (% от лицата)**  
(Източник: DESI 2019, ЕС)

Процентът на хората, които използват интернет за видео разговори, банкиране, музикални видеоклипове и игри, се увеличава умерено, като най-голямо увеличението при използването на интернет за видео при поискване, където делът на потребителите от 21% през 2016 г. се е увеличил до 31% през 2018 г. Второто най-популярно занимание, извършвано от интернет потребителите е четенето на новини онлайн, като другите популярни дейности са пазаруването и участието в социалните мрежи.



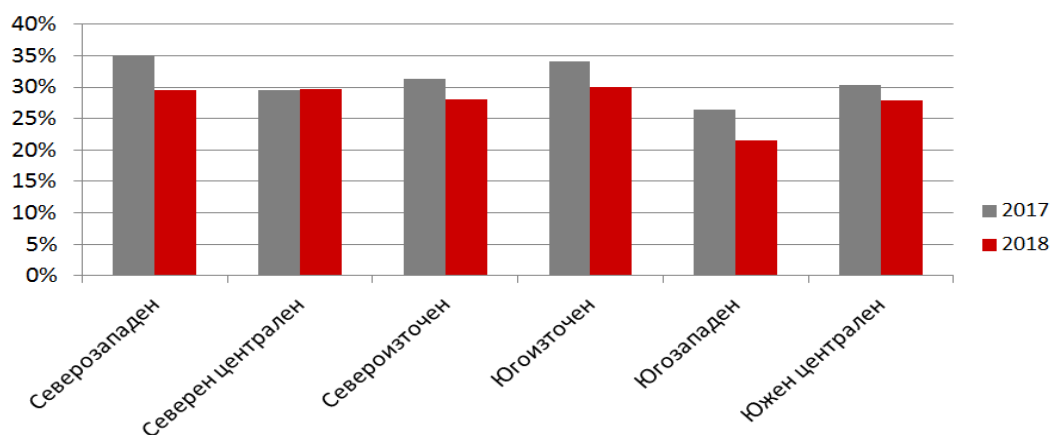
**Фиг. 3 Използване на интернет в ЕС, 2017-2018г., по избрани индикатори (% от интернет потребителите)**  
(Източник: DESI 2019, ЕС)

## 2. България

Данните от Националния статистически институт (НСИ), относно използването на информационни и комуникационни технологии (ИКТ) в домакинствата и от лицата показват, че 72.1% от домакинствата в България имат достъп до интернет в домовете

си през 2018 г., като с най-висок относителен дял на домакинства с достъп до интернет е Югозападният район (75.3%), а с най-нисък е Северозападният район (65,2%). За достъп до интернет домакинствата използват мобилна връзка, чрез мрежата на мобилните телефонни оператори (58,8%) и фиксирана кабелна връзка (57.9%).

Причините поради които домакинствата нямат достъп до интернет в домовете си са различни, като най-голям е дялът на лицата, които смятат, че нямат нужда от него (не е полезен, интересен и др.), друг голям процент посочват, като основна причина липсата на знания и умения за работа.



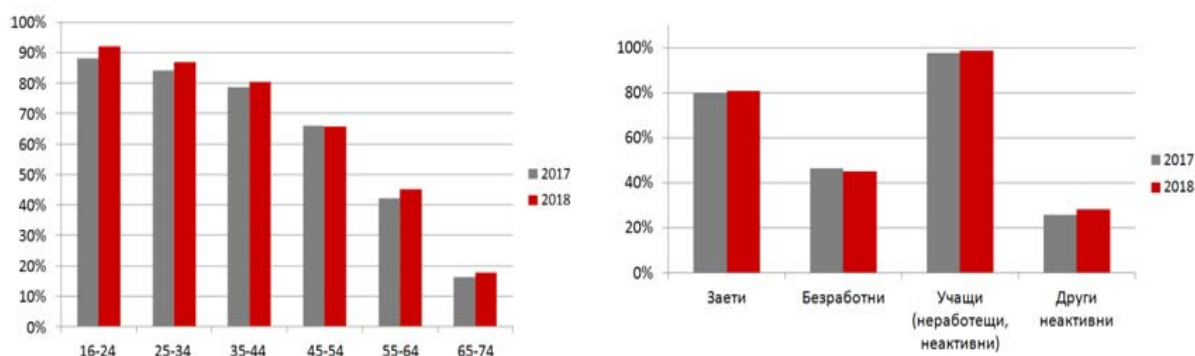
**Фиг. 4 Лица, които никога не са използвали интернет в България, по региони**

(Източник: НСИ)

Лицата, които са използвали интернет регулярно (всеки ден или поне веднъж седмично) през 2018 г. са 63,6 %, като най-голям е дялът на лицата от Югозападен регион 69,2%, като изостават дялът на лицата от Северозападния регион 58,3%. По пол процента съответно е 64,9% за мъжете и 62,4% за жените, като въпреки динамичното развитие на информационните технологии в България повече от една четвърт (26.7%) от хората никога не са използвали интернет.<sup>1</sup> По възрастова група най-висок е процента на лицата между 16-24 години е 88,1%, а най-нисък е процента на лицата във възрастова група 65-74 години – 16,3%, а по икономическа активност: заети 79,6% и безработни 46,3%.

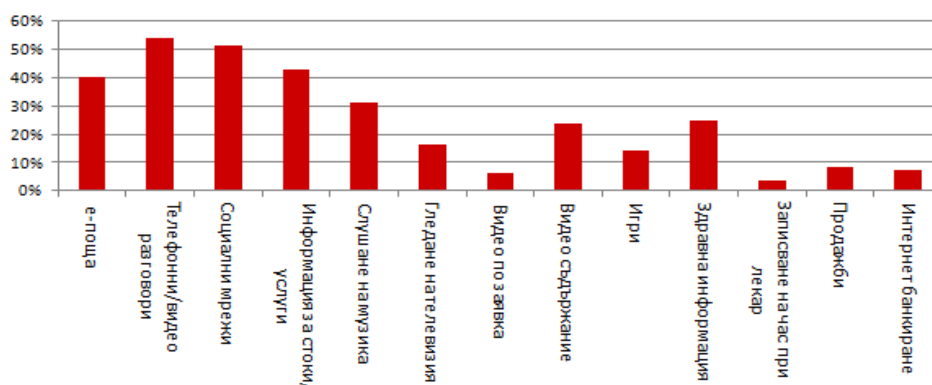
Върху активността на използването на населението на глобалната мрежа в България се отразява и трудовият статус, като данните показват, че най-често я използват учащите се (незаети), като дялът на тези които редовно използват мрежата е 98,6%, при работещите (наети и самостоятелно заети) е 80,8%, а при безработните този дял е 45,1%. Значителни са различията и при редовно използващите интернет по образование, като дялът на лицата с висше образование е 89,6% и 37,7% с основно или по-ниско образование. Лицата през 2018 г. предпочитат да използват мобилен телефон за достъп до интернет, като дялът им достига до 56,6%, а употребата на настолен компютър бележи спад 27.5%.

<sup>1</sup> Основни резултати от изследването на информационното общество в домакинствата през 2018 година, НСИ, с.2, Available at < [https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/ICT\\_hh2018\\_KV45Z0R.pdf](https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/ICT_hh2018_KV45Z0R.pdf)>



**Фиг. 5 Лица, регулярно използвали интернет в България по възрастова група и трудов статус, 2017-2018г.**  
(Източник: НСИ)

Най-често редовните интернет потребители в България използват глобалната мрежа с цел комуникация и забавление, като 53.9% провеждат телефонни или видеоразговори по интернет (чрез използване на приложения като Viber, WhatsApp, Skype, Facetime), а 51.4% участват в социални мрежи (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat и др.). Почти еднакъв е делът на използвалите глобалната мрежа за намиране на информация за стоки или услуги (43.0%) и на тези, които са изпращали/получавали е-поща (40.0%)<sup>2</sup>.



**Фиг. 6 Използване на интернет в България, 2018г., по избрани индикатори (% от интернет потребителите)**  
(Източник: НСИ)

### Заклучение

От направения преглед е видно, че през 2018 г. България изостава значително от държавите-членки на ЕС по отношение на брой лица, които използват интернет (62% от населението, спрямо 81% в ЕС). Нивото на уменията на населението в областта на цифровите технологии в България варира в големи граници при различните социално-икономически групи, като делът на лицата с ниски доходи, ниско ниво на образования и лицата, живеещи в слаборазвит райони на страната изостават значително спрямо ЕС. Според ЕК, основните причини за забавянето на цифровизацията в България са свързани именно с ниското ниво на този тип умения сред населението и недостатъчните инвестиции в цифровата инфраструктура.

<sup>2</sup> Пак там с.3

## ЛИТЕРАТУРА:

- [1] „Анализ на социално-икономическото развитие на страната след присъединяването ѝ към ЕС”, <https://www.minfin.bg/bg/1394>
- [2] Основни резултати от изследването на информационното общество в домакинствата през 2018 година, НСИ,  
[https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/ICT\\_hh2018\\_KV45Z0R.pdf](https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/ICT_hh2018_KV45Z0R.pdf)
- [3] Digital Marketing 101 - Key Tools for Engagement Marketing, 2015, p.2 Available at <<https://www.marketo.com/ebooks/digital-marketing-101-key-tools-for-engagement-marketing/>
- [4] Chaffey D., Ellis-Chadwick F., Mayer R., Johnston K., Internet Marketing – Strategy, Implementation and Practice, Third Edition, 2009, ISBN-13: 978-0-273-69405-2
- [5] Stokes R. and the Minds of Quirk, eMarketing: The essential guide to marketing in a digital world, Quirk eMarketing (Pty) Ltd, Fifth edition, 2013, ISBN: 978-0-620-56515

## ROLE OF THE DIGITAL MEDIA IN CONTEMPORARY ECONOMY AND SOCIETY

**Svetoslava Shaparova**

[shaparova@abv.bg](mailto:shaparova@abv.bg)

**Todor Kableshkov University of Transport**

**Sofia, 158 Geo Milev Str.**

**THE REPUBLIC OF BULGARIA**

**Key words:** *digital media, digital economy, internet services, role of ICT in the modern economy*

**Summary:** *In recent decades, economic and social development has been accompanied by an increasing role of ICT in the modern economy. Technological diversity and strong competition for consumer attention have increased consumer sovereignty over the choice of digital media, allowing new ways to connect. The application of digital media to access the necessary information for training and work, to choose and buy products and services, and to communicate worldwide has led to a "digital revolution". The Digital Economy and Society Index (DESI) is summarizing applicable indicators for European digital efficiency showing that Finland, Sweden, the Netherlands and Denmark have the most advanced digital economies in the EU, while countries such as Poland, Greece, Romania and Bulgaria have the lowest levels of the index. There are also major differences between EU Member States in the use of Internet services in which people participate.*