

ДИНАМИКА НА ЦЕНИТЕ, РАВНИЩЕ НА БЕЗРАБОТИЦА И РОМСКО СЪДЪРЖАНИЕ ВЪВ ВСЕКИДНЕВНИЦИТЕ: АВГУСТ 2010 – ФЕВРУАРИ 2011 ГОДИНА

Любомир Стойчев¹

В статията е изследван ефектът, който два макроикономически процеса оказват върху обема на ромското съдържание в шест български всекидневника. С данни от Евростат и прес-мониторингови резултати от независима неправителствена организация, са проверени хипотези за наличието на статистически значима връзка между обема на ромското съдържание във всекидневниците и движението на цените – в частност, цените на хранителните продукти неалкохолните напитки, на дизеловото гориво и на безоловния бензин А 95. Допълнително е проверена хипотезата за връзка между равнището на безработицата и обема на ромското съдържание. Резултатите не показват наличие на статистически значима корелационна връзка между общото движение на цените и обема на ромското съдържание във всекидневниците. От друга страна се наблюдават силни и статистически значими връзки между цената на дизеловото гориво, хранителните продукти и обема на ромското съдържание. Подобен тип връзка не се установява, когато се наблюдава националистически всекидневник.

Ключови думи: инфлационни индикатори, цени на горива, безработица, ромско съдържание, всекидневници

ВЪВЕДЕНИЕ

В съвременното българско общество протичат редица промени в социални процеси като стратификацията, социализацията, институционализацията, мобилността, дигитализацията, депопулацията, пауперизацията, етнизацията и прочие. Наред със *социалното* в този тип процеси все повече отчитаме и нарастващ брой други аспекти – екологични, икономически, географски, медийни, технологични и т.н. Тази нараснала многоаспектност и преплетеност на *социалното* в наши дни го прави изключително сложно разбиране за изследване и най-вече за моделиране и прогнозиране. Искане ми се това да е контекстът, в който всеки читател критично общува с настоящата разработка (а защо не и с всяка друга в полето на социалната наука).

Взаимодействието на технологично и социално вече неколкократно показва, че е в състояние да породи и развие явления, без precedent в световната история. За по-малко от година светът стана свидетел на мощта на социалната мрежа Twitter, която оказва ключова роля при рухването на политическия режим

¹ Любомир Стойчев – асистент в Института за изследване на населението и човека при БАН.
Адрес за контакти: l.stoytchev@iphs.eu

в Египет (Bergstrom, 2011). А Twitter е продукт от практическото приложени на елементи от теорията за социалните мрежи – част от социологическата теория (social network theory/sociology) и теорията на мрежите като част от информатиката (network theory, information/computer science). Не по-различно е положението когато социални процеси се преплитат с климатични, екологични и много други подобни. Появяват се не само нови понятия (първо в професионалния жаргон, а впоследствие и в масовия език), но и невиджани явления.

Постоянно усложняващата се социална структура и развитието на нови начини за комуникация допълнително обогатяват многообразието и многоаспектността на социалните процеси. Ако за начин за комуникация приемем средството/ата, чрез което/които участниците общуват (лице в лице, чрез хартиена/електронна медия или интернет), искам специално да отбележа една от съществените особености при обмена на съдържание – **скоростта**. И въпреки, че проблематиката за скоростта (или за избора на скорост на общуване), с която днес се обменя информация е много важна, **акцентът на настоящата разработка е върху това дали определени икономически процеси оказват влияние върху съдържанието на всекидневниците като един от основните източници на информация в съвременното общество**. Тук попада фокусът на тази разработка като формално съм се абстрахирал от други съществени въпроси, като този за скоростта, прецизността и прочие характеристики, свързани с обмена на съдържанието, без изобщо да подценявам тяхната значимост.

МЕТОДОЛОГИЧНИ БЕЛЕЖКИ

Настоящата разработка е опит за анализ на връзките между определени икономически процеси и обема на ромско етническо съдържание в два типа медии – ежедневници и електронни вестници/информационни портали, които актуализират съдържанието си всеки ден. Неслучайно други видове медии – седмични и месечни издания, блогове и т.н. не са наблюдавани. Причината е методологична – считам за важно медиите да имат сходна скорост на обмен на съдържание.

В продължение на 7 месеца (от август 2010 до февруари 2011 г.) екип от неправителствени активисти наблюдава 6 всекидневника, работещи на национално равнище. Източниците са наблюдавани с различни цели, сред които е и реализирането на контент анализ на публикациите, свързани с роми. В настоящата разработка обаче от цялото наблюдение са използвани и прекодирани само месечните данни за броя на публикациите на ромска тематика в отделните издания. Паралелно с това влязоха в употреба данни, публикувани от статистически източници за различни измерители на инфлацията и заетостта.

Статистическите методи, с които събраната информация е анализирана и подготвена за интерпретация, включват корелационен анализ (Пирсън) и теста за проверка за автокорелация на Бокс-Пиърс при динамични редове (Q – Box-Pierce portmanteau). Изчисленията са направени с помощта на статистическия пакет Стата, версия 9.2.