



**Фондация “Приложни изследвания и комуникации”
Програма за развитие на ООН**

Оценка на уеб-страниците на общините в България

София, 2004

СЪДЪРЖАНИЕ

<u>СПИСЪК НА ТАБЛИЦИТЕ:</u>	4
<u>СПИСЪК НА ГРАФИКИТЕ:</u>	4
<u>ВЪВЕДЕНИЕ</u>	5
<u>МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО</u>	7
КРАТКО ОПИСАНИЕ НА МЕТОДИКАТА ПО ПРОЕКТА KEELAN (2002)	8
СТРУКТУРА НА ИЗСЛЕДВАНИТЕ ГРУПИ УСЛУГИ	10
<u>ИНТЕРНЕТ-ПРИСЪСТВИЕ И ИНТЕРНЕТ-ЕКСПОНИРАНост НА БЪЛГАРСКИТЕ ОБЩИНИ</u>	13
КОЛКО И КОИ ОБЩИНИ В БЪЛГАРИЯ ИМАТ УЕБ-САЙТОВЕ	13
КАКВО Е “ОФИЦИАЛЕН САЙТ НА ОБЩИНА”?	17
КОИ СА САЙТОВЕТЕ НА ОБЩИНИТЕ В БЪЛГАРИЯ? КАКВА Е ТЯХНАТА ЕКСПОНИРАНост В ИНТЕРНЕТ?	18
САЙТОВЕТЕ НА ОБЩИНИ, ПРЕДСТАВЕНИ В САЙТОВЕТЕ НА САМАТА ДЪРЖАВНА АДМИНИСТРАЦИЯ	18
САЙТОВЕТЕ НА БЪЛГАРСКИ ОБЩИНИ, ПРЕДСТАВЕНИ В ГОЛЕМИТЕ СВЕТОВНИ ИНТЕРНЕТ-ТЪРСАЧКИ (СПОРЕД ДАННИ, ПОЛУЧЕНИ ПРИ ТЪРСЕНЕ С GOOGLE™)	20
САЙТОВЕТЕ НА ОБЩИНИ, ПРЕДСТАВЕНИ В УЕБ-ДИРЕКТОРИИТЕ НА ГОЛЕМИТЕ БЪЛГАРСКИ ПОРТАЛНИ САЙТОВЕ С ОБЩО ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ	23
ИНТЕРНЕТ-АДРЕСИТЕ И ИМЕНАТА НА ДОМЕЙНИ В САЙТОВЕТЕ НА ОБЩИНИТЕ В БЪЛГАРИЯ .	24
ИЗБОР НА ДОМЕЙН ОТ НАЙ-ВИСОКО НИВО	27
ИЗБОР НА СОБСТВЕНО ИМЕ НА ДОМЕЙН ВЪВ ВЕЧЕ ИЗБРАНА АДРЕСНА ОБЛАСТ ОТ НАЙ-ВИСОКО НИВО	30
ОБОБЩЕНИЕ И ПРЕПОРЪКИ, СВЪРЗАНИ С ДОМЕЙН ИМЕНАТА НА ОБЩИНСКИТЕ САЙТОВЕ	31
ВЪЗМОЖНИ ВАРИАНТИ ЗА БЪЛГАРСКО “E-GOV” ДОМЕЙН РЕШЕНИЕ	33
ОБРАТНА ВРЪЗКА ОТ ОБЩИНИТЕ	33
<u>АНАЛИЗ ПО МЕТОДИКАТА KEELAN</u>	35
ПОЛЗВАЕМОСТ (USABILITY)	35
ФОРМИРАНЕ НА ПОЛИТИКА (POLICY MAKING)	43
ИНФОРМАЦИЯ	49
КЛЪСТЕРЕН АНАЛИЗ НА ДАННИТЕ, ПОЛУЧЕНИ ПО МЕТОДИКАТА KEELAN	54
<u>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</u>	60
<u>ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА</u>	62
<u>ПРИЛОЖЕНИЯ</u>	65
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. МЕТОДИКИ ЗА ОЦЕНКА НА УЕБ САЙТОВЕ (КРАТЪК ОБЗОР)	66
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. “ОБЩИНАТА” В БЪЛГАРИЯ	75

Приложение 3: Списък на обхванатите от изследването официални сайтове на български общини	76
Приложение 4. Списък на общински сайтове, не включени в изследването и налични онлайн след завършването му	79
Приложение 5. Пълни резултати от изследване на уеб-експонираността на официалните сайтове на българските общини (с помощта на търсачката Google) – данни към 3 септември 2004 г.....	80
Приложение 6. Технически препоръки	87
1. Препоръки от гледна точка на уеб-дизайна.....	87
Функционалност	87
Съдържание.....	87
Потребителски интерфейс	87
Достъпност	88
Интерактивност.....	91
2. Препоръки от гледна точка на услугите.....	91
Очаквани резултати.....	93
Приложение 7. Принципи за достъпност на уеб-съдържанието	94
Достъпен дизайн – ниво на достъпност “А”	94
Как е организирано ръководството	94
Приоритетност	95
Съответствие.....	95
Принципи за достъпност на уеб-съдържанието	95

СПИСЪК НА ТАБЛИЦИТЕ:

Таблица 1. Оценени сайтове на общини по методиката KEE LAN	8
Таблица 2. Дял на общините със собствен официален уеб сайт (според броя на населението)	16
Таблица 3. Разпределение според поредното място на сайтовете в страницата с резултати в GOOGLE™ при търсене по името на общината по брой общини	21
Таблица 4. Проверка из международните WHOIS-регистри за принадлежността на домейна - Трявна	30

СПИСЪК НА ГРАФИКИТЕ:

Графика 1. Дял Интернет потребители в зависимост от размера на населенето място.....	14
Графика 2. Дял на общините със собствен официален уеб-сайт (от общо 264 общини в България).....	17
Графика 3. Разпределение според поредното място на сайтовете в страницата с резултати в GOOGLE™ при търсене по името на общината (процент от 110 сайта намерили място сред първите 10 резултата при търсене по името на съответната община)	20
Графика 4. <i>Разпределение на сайтовете на общини според избрания домейн от високо ниво</i>	25
Графика 5. Някои характеристики на сайтовете на общини в DOMINO.BG.....	25
Графика 6. Дял на сайтовете на общини	26
Графика 7. Сравнение между сайтове на общини в България и в областта Емилия-Романя в Италия (в %).....	27
Графика 8. Разпределение на сайтовете на общини със собствено име на домейн (общо 46).....	27
Графика 9. Средно унифицирано разстояние между клъстерите.....	55

Въведение

Развитието на информационното общество е ключов приоритет за Лисабонския процес, определящ икономиката на знанието като стратегическа цел на Европейския съюз (ЕС) с хоризонт 2010 г. За координираната реализация на този приоритет ЕС разработи програмата за действие eЕвропа и съответен процес за мониторинг и оценка. Електронното правителство (e-Government) и управление (e-Governance) заемат не само основно място в информационното общество, но и играят ролята на мощен мултипликатор за неговото развитие. След дълго и широко публично-частно обсъждане и на базата на съществуващата Стратегия за развитие на информационното общество България прие Стратегия за електронно правителство на 28 декември 2002 г., а едва през м. март 2004 г. и План за нейното изпълнение¹.

Въпреки множеството експертни препоръки през 2002 г., правителството не прие Стратегията да се отнася по-общо за управлението и да включи в периметъра си на действие по-експлицитно съдебната власт, парламента, президентството и други публични органи. Беше преценено, че е достатъчно реферирането в Стратегията на двадесетте индикативни услуги, някои от които предполагат предоставянето на услуги по електронен път и от администрациите на общините или отделни съдилища, както и един параграф, който указва, че реализацията на електронното правителство е комплексна задача, която обхваща всички сфери на публичната власт.

Едногодишното ѝ изпълнение обаче потвърди разбирането, че без специфична политическа ангажираност, включително на ниво програмно-стратегически документи, целево финансиране и конкретни методи за оценка и сравнение (бенчмаркинг), е практически невъзможно да се постигнат устойчиви резултати на местно равнище. Търсенето на услуги от местните власти се оказва съпоставимо или по-високо от услугите на централната администрация, а и предоставянето на е-услугите на централната администрация се оказва децентрализирано и силно зависимо от местната среда.

Ето защо в Плана за изпълнението на Стратегията до 2007 г. залегнаха множество проекти на ниво общини, области и региони, с което се целеше ускоряване и системен подход при въвеждането на електронното управление. До известна степен това преориентиране се дължеше и на факта, че Министерът на държавната администрация не успя да се пребори с Министерството на финансите да управлява повече ресурси свързани с изпълнението на Стратегията за електронно правителство и трябваше да се фокусира върху областите и общините, които по-очевидно влизат в неговия мандат.

Развитието на електронното управление и по-конкретно уеб-присъстието на общините (домейн-имената, платформи, дизайн, а дори и самите е-услуги), подобно на централните ведомства, през последните четири-пет години и повече е доста хаотично. Това се дължи на големите различия във визията за сайтовете - някои общини ги разглеждат само като рекламна притурка насочена към туристите или донорите, други ги интегрират в цялостен ре-инженеринг на процесите, както и на това, от къде идва инициативата – общината, частния сектор, ентузиастични-студенти и какво финансиране има за реализацията на уеб-присъстието.

¹ <http://www.ccit.government.bg/common/documents/RetriveDocument.aspx?DocID=54&LanguageID=1>

Изследването на уеб-присъствието на общините, предприето от Фондация “Приложни изследвания и комуникации” е в пряко изпълнение на Плана за изпълнение на стратегията за електронно правителство (в частта на планираните конкретни проекти – виж приложенията) и демонстрация на публично-частното партньорство по изпълнение на Стратегията. Изхождайки от разбирането, че оценяването на напредъка в реализацията на електронното правителство трябва да бъде непрекъснат управленски механизъм, екипът на Фондация “ПИК” избра инструмент, използван в Европейския съюз, чрез който може да се сравняваме с общините в ЕС, преведе го и разработи уеб-страница в рамките на Българския портал за развитие (<http://www.bgrazvitie.net/bg/159/>). Тази страница има за цел да подпомага лидерите на местно равнище да се самооценяват спрямо различни еталони и европейските изследвания, както и да намират актуална информация, свързана с изграждането на уеб-сайтове и предоставяне на електронни услуги.

Полевата работа на изследването беше проведена в периода юни-юли 2004 г. и обхвана 125 налични уеб-сайта на общини (от предварително идентифицираните 138 - вж. Приложение 3). Отпадането се дължеше на неотговарянето на критерия официалност на сайта или пък по време на оценката не са били досъпни (какъвто беше случаят с Враца). Поради голямата динамичност в появата и развитието на уеб-страниците на общините някои страници останаха неоценени. Основно това се дължи на факта, че през юни и юли те са били с регистриран домейн, но недостъпни или все още са нямали регистран такъв. Списък на невключените в изследването и достъпни през месец септември уеб-сайтове на общини могат да се намерят в Приложение 4.

Екипът работил по оценката и анализа е в състав:

- Любомир Сирков, Фондация “Приложни изследвания и комуникации”;
- Христо Христов, Витоша Рисърч;
- Мартин Димов, Витоша Рисърч;
- Нели Стоянова, Министерство на транспорта и съобщенията;
- Камен Спасов, Координационен център за информационни, комуникационни и управленски технологии;
- Зефира Николова, Българска асоциация за информационни технологии;
- Катерина Павкова, ФМИ, СУ “Св. Климент Охридски”.

Благодарности се дължат и на: Асен Тотин, България Онлайн; Даниела Минева, Център за изследване на демокрацията; Динка Динкова и Тодор Ялъмов, Фондация “Приложни изследвания и комуникации”.

Този доклад е разработен като част от проект финансиран от Програмата за развитие на ООН. Тази версия на доклада е работна и се предоставя изключително за включване в Бялата книга за електронното правителство на Сага Текнолъджи. За мнения и препоръки по доклада, моля пишете на адрес: todor.yalamov@online.bg

Методология на изследването

В българското публично пространство се заговори доста често за уеб-сайтовете на общините едва след т.нар. “корейско проучване” с ръководител проф. Seang-Tae Kim, което постави София на 36-то място сред световните столици по развитост на техните уеб-страници². Подробен анализ на методиките за оценка на уеб-сайтове и в частност – такива на общини, е дадена в Сирков, 2004 и Приложение 1. В България специфична методика за оценка на общински уеб-сайтове и предоставяните от тях услуги е разработена и апробирана от Gramatikov, 2002.

Изборът на методология за настоящото изследване се основаваше на няколко основни критерия:

а) да има международна сравнимост (методологията вече да е прилагана в други страни за оценка на уеб-сайтове);

б) по възможност да има оценки и на не-аграгирано равнище (напр. по конкретни услуги или характеристики);

в) съпоставимостта да обхваща максимално повече общини, в това число съпоставими с българските (по размер, икономическо развитие и т.н.) и/или европейски;

г) да бъде сравнително лесно адаптируема за самооценка от страна на местните администрации.

Въпреки че цитираните по-горе методики имаха своите предимства, най-пълно съответствие с предварително зададените критерии открихме в методиката KEeLAN, която в допълнение предоставяше и готов инструмент за самооценка. Една от причините да се отхвърли методиката на проф. Kim беше, че тя е разработена и приложена за столици, за които се очаква, че ще са по-готови да прилагат е-правителство и административни услуги онлайн от по-малките градове, а оттам и че ще бъде по-нечувствителна към развитието на по-малките и бедни общини, каквито се предполага да са българските. Освен това базата за сравнение в европейски план е много по-малка, отколкото KEeLAN (200 общини).

Тъй като се прецени, че за българската действителност освен характеристиките включени в KEeLAN методиката, е необходимо да се анализира и допълнителна информация като например такава, свързана със стратегията за избор на домейн-име, скоростта и качеството, с която служителите отговарят на запитвания на граждани, позиционирането на уеб-страниците, така че да бъдат лесно намирани в Интернет и др., беше разработен допълнителен въпросник за набиране на информация.

Реакцията на някои общински администрации при постъпване на запитване от гражданин по електронната поща беше проверена чрез рапращане на еднотипни запитвания (“Къде мога да получа информация как трябва да подам молба за разрешение за строеж?”) до тези адреси на електронна поща, които бяха идентифицирани по време на формалната оценка с помощта на KEeLAN.

В случаите, когато беше възможна идентификацията на разработчика на уеб-сайта или човек за неговата поддръжка, бяха изпратени отворени въпроси свързани с изграждането на уеб-сайта.

Позиционирането на уеб-страниците на общините беше оценено с помощта на класирането на отделните сайтове в списъка с намерените резултати при търсене по името на съответната община в масово използваната Интернет-търсачка “Google”,

² <http://www.andromeda.rutgers.edu/~egovinst/Website>

както и на броят на препратките към тях от други сайтове, включени в базата данни на Google. (Пълните резултати от това изследване могат да се видят в Приложение 5)

Кратко описание на методиката по проекта KEeLAN (2002)

Проектът KEeLAN (Key Elements for Electronic Local Authorities' Networks, което в превод означава Ключови елементи на мрежите на електронните местни власти) е стартирал през 2002 г. като проект по Пета Рамкова програма на ЕС, Програма за технологиите на информационното общество³.

В рамките на проекта KEeLAN партньорите са изследвали общо 700 сайта на местни органи на властта, както следва:

ТАБЛИЦА 1. ОЦЕНЕНИ САЙТОВЕ НА ОБЩИНИ ПО МЕТОДИКАТА KEeLAN

Гърция	20 сайта
Италия	90 сайта
Португалия	20 сайта
Испания	75 сайта
Великобритания	90 сайта
Ирландия	20 сайта
Франция	90 сайта
Люксембург	10 сайта
Германия	90 сайта
Австрия	20 сайта
Белгия	45 сайта
Холандия	45 сайта
Финландия	20 сайта
Швеция	45 сайта
Дания	20 сайта

Източник: Key Elements for electronic Local Authorities' Networks (KEeLAN), The Hague, 23 July 2002

Методиката KEeLAN се основава на специален модел на електронното правителство (**e-Government**), в който са открити шест фази на зрялост (наричани “поколения” или “generations”), групирани в две групи според ролята, която играе електронното правителство: “предоставя възможности” и “трансформира”:

Роля “предоставяне на възможности”

В по-ранните фази на зрялост вкарването в действие на елементи на “електронно правителство” не изисква трансформиране на дейностите по извършване на услуги от страна на органа на местната власт. Елементите на “електронно правителство” не са

³ Партньори по този проект са изследователски екипи от Холандия (PinkRocade NV; PWC Consulting), Германия (Kommunale Gemeinschaftsstelle für Verwaltungsvereinfachung-KGSt), Ирландия (Local Government Computer Service Board - LGCSB), Финландия (Efektia Ltd.; Sonera Corporation, Information Society Unit) и Италия (ANCINET s.r.l.; Siemens Informatica S.p.A.)

интегрирани в организацията на местната власт. В тази фаза могат да се разграничат три различни поколения:

- **Поколение 0: Не е онлайн.** Органът на местна власт няма собствен уеб сайт;
- **Поколение 1: Информация.** Онлайн се предоставя информация за основните извършвани услуги и интересоващи потребителите теми;
- **Поколение 2: Еднопосочно взаимодействие.** От сайта потребителят може да изтегли информация и бланки, с които може да поиска съответните услуги – след като ги попълни и изпрати по традиционния начин: по пощата или по факса.

Трансформираща роля

В следващите, вече по-напреднали фази на зрялост, прилагането на елементи на “електронно правителство” води до реорганизиране на процеса на предоставяне на услуги от органа на местната власт. Елементите на “електронно правителство” са вече неразделна част от самата организация на местната власт. Тук също могат да се открият три отделни поколения:

- **Поколение 3: Двупосочно взаимодействие.** Уеб-сайтът и “вътрешният офис” (“back-office”) са свързани, което позволява електронно обработване на постъпилите заявки за услуги. Примери: изпращане на запитване и получаване на отговор по електронна поща; онлайн изпращане на заявка за услуги и онлайн достъп до данните за собствената личност, налични в базите данни на органа на местната власт;
- **Поколение 4: Транзакция.** Услуги се предоставят онлайн чрез безопасен уеб-сайт свързан с вътрешния офис. Има възможност за електронно решаване на случаи (взимане и оповестяване на решение, доставка на услуги, включително заплащане);
- **Поколение 5: Интеграция на услуги.** Услуги се предоставят онлайн чрез безопасен уеб-сайт свързан с различни вътрешни офиси – включително такива на други институции и организации.

Проектът **KEeLAN** предоставя за ползване един специално разработен инструмент за уеб-сканиране (“web-scanning tool”) във вид на интерактивен Excel-файл, който позволява извършващият оценката на даден сайт да отбелязва с мишката валидните отговори на включените в инструмента въпроси като в резултат за всеки сайт се получава цифрова стойност от кое поколение (от 1 до 4) е сайтът заедно с обобщена оценка (“score”) за сайта. Тази оценка служи за разграничаване на различните нива на качество на предоставяните услуги вътре в рамките на едно поколение.

Структура на изследваните групи услуги

От 20-те индикативни публични услуги, приети от Европейската комисия като основни за оценка на развитието на електронното управление, само някои се извършват от органите на местната власт във всички европейски страни. Ако тези 20 услуги бъдат взети като основа за изследване на местните органи на властта, съществува опасност да се получат изкривени резултати, тъй като в някои страни част от тези услуги не се извършват от органите на местната власт просто защото според законодателството не те са задължени да осъществяват тези услуги.

От друга страна, ако за целите на изследването бъдат подбрани само тези услуги, които се предоставят във всички европейски страни, това ще доведе до съставянето на твърде ограничен списък и ще намали възможностите за открояване на всички най-добри практики.

За да се осигури обхващането на значителен обем разнообразни публични услуги, в методиката на проекта KEeLAN са дефинирани **девет групи** публични услуги. Според авторите на методиката от тези девет **поне четири** би трябвало да се окажат валидни за всеки произволно избран орган на местната власт навсякъде в Европа.

Деветте групи основни публични услуги са дефинирани в широк смисъл. Подолу са представени по-подробно различните възможни под-услуги, включващи се в деветте групи. Ако една от тези под-услуги е налична в сайта, се приема, че съответната група услуги е обхваната от сайта на изследвания орган на местната власт.

Групите услуги и причислените към тях конкретни услуги са посочени и дефинирани така, че да не се получава припокриване.

1. Формиране на политика (POLICY MAKING)

Изследването на групата от услуги “обществена политика” отразява до каква степен с помощта на уеб-сайта всички заинтересовани са включени в процеса на вземане на решения от местната власт.

2. Икономическо развитие (ECONOMIC DEVELOPMENT)

Групата от услуги, свързани с “икономическото развитие” се предоставят в подкрепа на фирмите и се представя от следните примерни под-услуги:

- Набиране на персонал;
- Намиране на подходящи за стопанска дейност сгради и парцели;
- Справка за фирми, действащи на територията на общината;
- Подаване на данъчни декларации.

3. Лични документи (PERSONAL DOCUMENTS)

Групата от услуги “лични документи” включва подаване на заявления за издаване на документи свързани с различни житейски епизоди и се представя от следните под-услуги:

- Молби за издаване на паспорти;
- Молби за издаване на шофьорска книжка;

- Молби за издаване на лични карти;
- Молби за издаване на “свидетелство за раждане/за женитба”.

4. Кредити и заеми (CREDITS AND LOANS)

Групата от услуги “кредити и заеми” включва финансова подкрепа на граждани и се представя от следните под-услуги:

- Подаване на молби за парична помощ на безработни;
- Подаване на молби за детски издръжки;
- Подаване на молби за ученически стипендии;
- Подаване на молби за финансова подкрепа за медицински разходи;
- Подаване на молби за данъчни декларации.

5. Образование (EDUCATION)

Групата от услуги “образование” включва оказване на услуги на учащите се при записването им в учебни заведения и при получаване на достъп до информация за получените от тях оценки.

- Записване в училища;
- Записване в университети;
- Провеждане на контролни приемни изпити;

6. Разрешения за строителство (BUILDING PERMITS)

Групата от услуги “разрешения за строителство” включва подпомагане на компании и граждани при получаване на разрешения за строителство и се състои в следните под-услуги:

- Достъп до информация за регулационните и застроителните планове;
- Подаване на молби за строителство.

7. Околна среда (ENVIRONMENT)

Групата от услуги “околна среда” включва услуги за фирми и граждани при подаване на молби за разрешителни и контрол на тяхното изпълнение. Тя се състои от следните под-услуги:

- Подаване на молби за разрешителни;
- Контрол върху тяхното изпълнение.

8. Култура и свободно време (CULTURE AND LEISURE)

Услугите, обединени в групата “Култура и свободно време”, включват информация за всички инвеститори в общината и техните искания и молби. Тази услуга се състои в следните под-услуги:

- Информация за културата и свободното време в дадената община;

- Достъп до обществената библиотека;
- Информация и достъп до спортни площадки.

9. Информация (INFORMATION)

Групата от услуги “информация” включва информация относно други освен посочените услуги (като например важни телефонни номера).

Освен по предлаганите групи публични услуги уеб-сайтовете са оценявани и по тяхната **“ползваемост”(USABILITY)**. Тя включва основния външен вид на уеб-сайта.

За да се гарантира по-голяма обективност при оценката с инструмента на KЕeLAN бяха използвани независими оценки от двама оценители на всеки уеб-сайт, като след това се сравниха оценките и след дискусия между двамата оценители се стигна до консенсус по оценката. Там където имаше по-големи различия в оценяването беше използван трети арбитър. Общо при оценяването бяха използвани пет оценителя.

Интернет-присъствие и Интернет-експонираност на българските общини

Колко и кои общини в България имат веб-сайтове

За целите на изследването използваме списъка с имена на общини, който може да се извлече от *“Единен класификатор на административно-териториалните и териториалните единици в Република България”* (ЕКАТТЕ) (виж <http://www.nsi.bg/EKATTE/Oblasti.htm>⁴). Според данните в ЕКАТТЕ общините са 264 (заедно с новосъздадените общини Куклен и Сопот, съответно през 2001 и 2003 г.).

В редица досегашни чуждестранни изследвания на сайтовете на общини е отбелязана връзката между броя на населението на дадена община и нейното онлайн-присъствие. Проведено през 2000 г. изследване на Федерацията на канадските общини констатира: *“Съществува пряка линейна зависимост между размера на общината и нейното онлайн-присъствие, както и между размера на общината и планирането на разработване на сайт. Както можеше да се очаква, процентът на общините със собствен сайт или планиращи да създадат такъв, нараства с заедно с броя на населението”* (<http://www.fcm.ca/english/national/telecom.htm>).

Групиране на местните органи на властта според размера на обслужваното от тях население се прилага при изследванията на веб-сайтовете на местните органи на властта в САЩ. Пример за това са ежегодните изследвания на веб сайтовете на американските градове и "окръзи" ("counties"), провеждани от Center for Digital Government (USA, <http://www.centerdigitalgov.com>) – изследователски и консултативен център от федерален мащаб. За 2004 г. е планираното изследването⁵ да групира "окръзите" в 4 категории според тяхното население: над 500 000; от 250 000 до 499 999; от 150 000 до 249 999; и по-малко 150 000 жители. В аналогичното изследване на Center for Digital Government за градовете в САЩ е предвидено те да бъдат групирани в 3 категории: над 250 000 жители, от 125 000 до 249 999 и от 75 000 до 124 999 жители⁶. Това групиране на градовете и окръзите според тяхното население се запазва от 2002 г. насам.

Световната практиката при формулирането на политика по отношение на това каква част от местните органи на властта е желателно да имат собствени веб-сайтове и в какъв срок трябва да се постигне това, не е особено богата. Затова известно внимание все пак заслужава опитът на щата Уисконсин. Сформираната през април 2000 г. с решение на Губернатора на Щата Уисконсин дву-партийна, 36-членна комисия *“State-Local Partnerships for the 21st Century”* в своя доклад (публикуван през януари 2001 г.) излезе със следната конкретна препоръка: *“Всички местни власти с Уисконсин, които обслужват население повече от 25 000 граждани, трябва до 30 юни 2002 г. да създадат собствени веб-портали.”* (Kettl Commission, 2001)⁷.

Какво би се получило, ако се опитаме да “пренесем” тази препоръка в България? Кои наши общини (определени според броя на населението в тях) и в какъв срок би

⁴ ползвано през юли 2004 г., с налично към момента обозначение "Актуално към 01.07.2004 г."

⁵ Виж <http://www.centerdigitalgov.com/center/04digitalcounties.php>

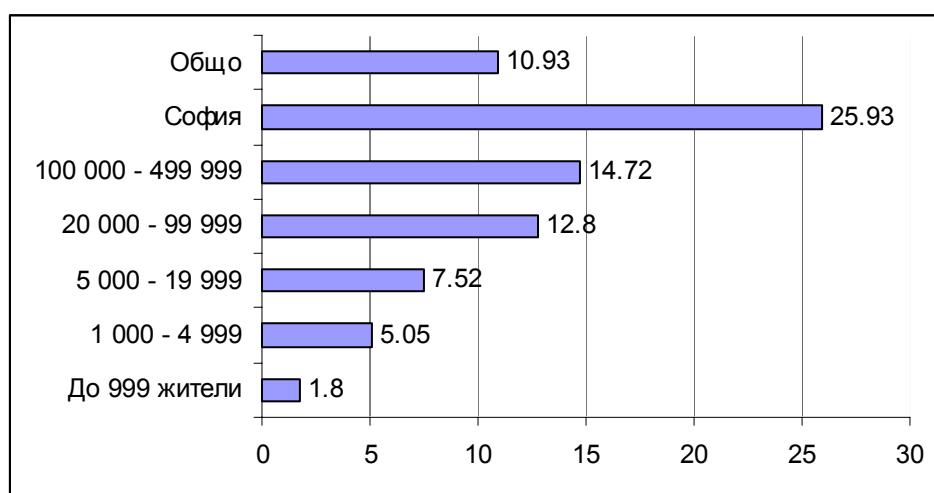
⁶ Виж <http://www.centerdigitalgov.com/center/04digitalcities.phtml>

⁷ **Kettl Commission** (2001). Full Report of the Kettl Commission ("Governor's Blue-Ribbon Commission on State-Local Partnerships for the 21st Century"). URL: <http://www.lafollette.wisc.edu/reform/report011001.pdf> [Accessed : June 2004]

трябвало да имат свои уеб-сайтове? Въпросът има две страни: готовност на общинските администрации (да предоставят електронни услуги) и готовност на обслужваното население (да се възползва от предлаганите електронни услуги). Откъм готовност на местните власти бихме могли да приемем условно, че нивото на онлайн-готовност на местните власти в България от 2004 г. е съпоставимо с това в щата Уисконсин от 2000 г.⁸ Остава да решим проблема и със съпоставимостта на готовността на населението да ползва електронни услуги.

Според данни на Витоша рисърч от национално представително проучване през м. март 2004, въпреки че не е представително по съответния размер населено място, разпределението на респондентите в зависимост дали ползват или не Интернет е индикативно за “цифровото разделение” по места.

Графика 1. Дял Интернет потребители в зависимост от размера на населеното място



Източник: Витоша рисърч, март 2004 г.

Тези и други аналогични констатации неизбежно ще породят въпроси и съмнения относно ефективността при създаването на собствени уеб-сайтове от общините в тази група (с население под 20 000 души, общо 175 общини).

Трябва да се отбележи обаче, че това е валидно само при краткосрочен хоризонт на анализ, в който се търси ефективност от вложените средства за предоставяне на онлайн услуги към гражданите със сегашното ниво на мобилност. Ако погледнем в перспектива и от гледна точка на опита на Сингапур например, където изграждането на електронното правителство е стояло в основата на ръста на Интернет потребителите и оценките за много по-голяма мобилност на гражданите вътре в страната и на

⁸ Потвърждение на преценката, че нивото на електронните услуги при местните органи в по-слабо развитите щати на САЩ от 2000 г. е съпоставимо с това в България през 2004 г. можем да намерим и в следния цитат от един доклад за щата Джорджия от 2001 г.: "... от 23 селски общини в Джорджия, по-малко от половината имат уеб-сайтове. За няколко от окръзите, които все пак имат собствено уеб-присъствие, то се свеждаше единствено до уеб-страницата на местния шериф. Много малко от уеб-страниците на местните органи на властта предоставят услуги, надминаващи елементарното показване на информация за контакт. В три от сайтовете бяха публикувани телефонни номера, но не и адреси за електронна поща, което подсказва, че самата администрация на практика не употребява тази технология, независимо, че си има сайт." (Източник: <http://www.ntia.doc.gov/ntiahome/broadband/comments/georgia/ruralit.htm>)

естественния ръст на навлизането на новите технологии (включително мобилни телефони, чрез които може да се ползват услуги на електронното правителство през WAP), изграждането на подобни уеб-сайтове е повече от необходимо. Навременното започване на работа по подобни проекти ще гарантира по-лесна миграция към алтернативни канали на достъп до информацията, освен класическата връзка Интернет-браузер-компютър. Още повече, че работата по сайтовете може да се използва като инструмент за реинжинеринг на процесите вътре в общината, процес на синхронизация на процесите в малки общини от една област и т.н.

Заслужават внимание препоръките от изследването на Musgrave, St. (2003), който обосновава следното решение: местните органи на властта да осигуряват чрез своите уеб-сайтове (наричани “порталчета”, “portlets”) един запазващ местния си колорит потребителски интерфейс към интегрирани на национално (или регионално, б.н.) равнище бази от данни (Musgrave, St. 2003)⁹.

Както посочва Swianiewicz, P.(2003)¹⁰, средният размер на общините (измерен с броя на населението) в европейските страни варира в големи граници : от 123 000 души в Англия и Уелс до 1300 души във Франция. Според данни от Ivanov, St. et al. (2003) в България общините имат средно 30 000 души население. Зад тази средна стойност обаче също се крият огромни различия: най-малката община е с население 1 300 души, а най-голямата: 1 134 000 души. В изследването на Ivanov, St. et al. (2003) се установява също, че с намаляването на размера на общините се намалява и делът на градското население в тях, намалява делът на населението в трудоспособна възраст и се увеличава делът на населението в напреднала възраст¹¹ – все фактори, свързани с по-ниски нива на Интернет-потребление.

Moon, M. (2002)¹² обобщавайки редица изследвания върху разпространението и възприемането на новите технологии в организациите, посочва като безспорно установен резултат, че

1. Териториалните единици, възприемащи новите технологии, е по-вероятно да имат по-многобройно, по-заможено и политически по-активно население;
2. По-големите по население органи на местната власт е по-вероятно да бъдат в обкръжението на повече заинтересовани действащи лица (“stakeholders”) и са по-податливи на външен натиск, насочен към постигане на по-висока ефективност на управлението;
3. По-големите общински администрации по-лесно възприемат и по-лесно могат да си позволят технологични иновации в сравнение с по-малките общини.

⁹ Musgrave, Steve (2003). Community Portals - A False Dawn Over the Field of Dreams? - a plenary talk delivered at the "Institutional Web Management Workshop 2003", URL: www.ukoln.ac.uk/web-focus/events/workshops/webmaster-2003/talks/musgrave/musgrave-paper.doc [Accessed: August 27, 2004]

¹⁰ Swianiewicz, Pawel (Ed) 2002. Consolidation or Fragmentation? The Size of Local Governments in Central and Eastern Europe. Budapest: Local Government and Public Reform Initiative, 2002. Full text available online: <http://lgi.osi.hu/publications/default.asp?id=215>

¹¹ Ivanov, Stefan, Guinka Tchavdarova, Emil Savov and Hristo Stanev (2002). "Does Larger Mean More Effective? Size and the Function of Local Governments in Bulgaria". Published in: Swianiewicz, Pawel (Ed). Consolidation or Fragmentation? The Size of Local Governments in Central and Eastern Europe. Budapest: Local Government and Public Reform Initiative, 2002. pp.167-217. URL (chapter 4): lgi.osi.hu/publications/2002/215/169-CF-Bulgaria.pdf ; Full text available online: <http://lgi.osi.hu/publications/default.asp?id=215>

¹² Moon, M. Jae [2002]. The Evolution of E-Government among Municipalities: Rhetoric or Reality? *Public Administration Review*, Vol. 62, No.4, July/August 2002, 424-433. URL:<http://www.andromeda.rutgers.edu/~ncpp/cdgp/articles/moon-2002.pdf> [Ползвано на 09.8.2004].

В България засега не е извършвано групиране на общините според тяхното население специално с оглед на нуждите от въвеждане в тях на елементи на електронно правителство. Разработването на подобна класификация не влизаше в целите на настоящето изследване и затова за нуждите на изследването беше използвано групирането на общините според тяхното население, предвидено в чл.19 от Закона за местното самоуправление и местната администрация. За определяне на броя на общинските съветници, които следва да се избират във всяка община, законът разделя общините на девет групи, съответно с население: "До 5000 души", "От 5001 до 10 000", "От 10 001 до 20 000", "От 20 001 до 30 000", "От 30 001 до 50 000", "От 50 001 до 75 000", "От 75 001 до 100 000", "От 100 001 до 160 000", "Над 160 000".

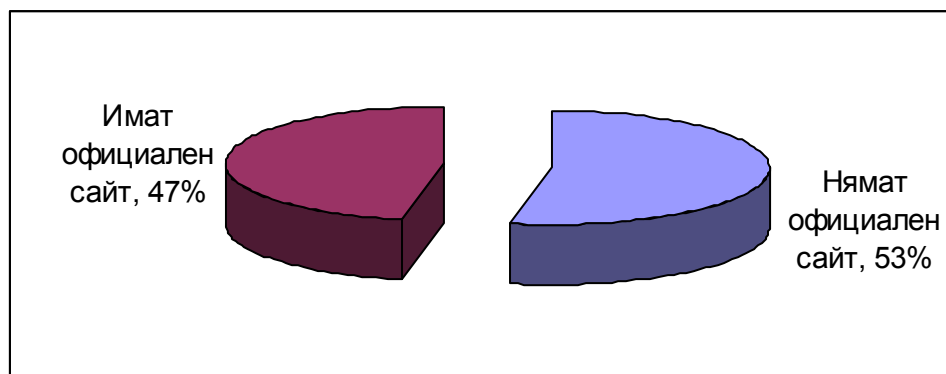
ТАБЛИЦА 2. Дял на общините със собствен официален уеб сайт (според броя на населението)¹³

Общини с население:	брой общини	Брой общини онлайн*	Дял на общините със собствен сайт спрямо общия брой общини
До 5000 души	31	2	6,4 %
От 5001 до 10 000	66	19	28,7 %
От 10 001 до 20 000	78	35	44,8 %
От 20 001 до 30 000	33	22	66,6 %
От 30 001 до 50 000	21	16	76,1 %
От 50 001 до 75 000	14	13	92,8 %
От 75 001 до 100 000	8	7	87,5 %
От 100 001 до 160 000	5	5	100 %
Над 160 000	6	6	100 %
Всички	262	125	47,7 %

Източник: Фондация "приложни изследвания и комуникации", 2004

¹³ * Тук "онлайн" означава "със собствен официален уеб сайт". Забележка: Общият брой на общините тук е 262, тъй като са ползвани данните от преброяването на населението през 2001 г., когато още не са били създадени сегашните общини Куклен и Сопот.

ГРАФИКА 2. Дял на ОБЩИНИТЕ СЪС СОБСТВЕН ОФИЦИАЛЕН УЕБ-САЙТ (ОТ ОБЩО 264 ОБЩИНИ В БЪЛГАРИЯ)



Източник: Фондация “приложни изследвания и комуникации”, 2004

Въпреки че съпоставянето на данните е затруднено заради наличните различни системи за самоуправление, могат да се отбележат следните факти: Докладът Report on e-Commerce/e-Government in Local Government: Outreach Results and an Action Plan¹⁴ (January 30, 2002) при проведено през лятото на 2001 г. в Щата Ню Йорк изследване е установено, че “Повечето от околиците “counties” (74%) и от големите градове “cities” (69%) имат собствени уеб-сайтове, докато преобладаващата част от градовете “towns” (75%) и селата (66%) нямат.”

В предишни изследвания (Граматинов, 2003) са установени за България общо 113 органи на централната власт (Министерски съвет, 17 министерства, 7 държавни агенции, 7 държавни комисиции, 41 изпълнителни агенции и 41 други държавни институции, създадени със закон или постановление на Министерския съвет), като според изследването от тях “някаква форма на интернет сайт имат 71”. Идентифицирани са са 125 сайта на общини.

Какво е “официален сайт на община”?

Официално утвърдено чрез нормативен акт определение какво е “уеб-сайт на орган на властта” засега в България няма. В своето “Изследване на потребителската стойност на интернет сайтовете на централната администрация” (2003) Мартин Граматинов е възприел следното определение за “интернет сайт на публична организация”: “*съвкупността от WWW страници, които са създадени, поръчани или контролирани от публичната организация, представляват официалното издание на организацията в Интернет и от която гражданите и техните организации могат да получават информация, да комуникират, да осъществяват правни сделки и други форми на взаимоотношения с публичната организация*” (Граматинов, М. 2003).

За целите на настоящото изследване са възприети следните правила при установяване на официалните сайтове на общините в България:

¹⁴ <http://www.oft.state.ny.us/ecommerce/localgovt/plan/localgovernmentactionplan.pdf>

Всяка община към даден момент може да има само един официален уеб-сайт. При едновременното наличие на конкуриращи се уеб-сайтове, за по-близък до статута на официален се приема сайтът, който:

А) е разположен върху собствено име на домейн, особено в случаите, когато самото име на домейн е регистрирано на името на общината;

Б) показва други съществени свойства: обозначение “официален”, наличие на герба на общината върху началната страница на сайта, общо впечатление за сериозност и официалност (наличието на елементи на комерсиалност не допринася за “официалния” статут на сайта).

Кои са сайтовете на общините в България? Каква е тяхната експонираност в Интернет?

Провежданите в международен мащаб изследвания на Интернет-потреблението достатъчно често потвърждават простата истина, че наличието на даден сайт не предопределя автоматично неговото ползване от Интернет-потребителите. Особено показателни в това отношение са данните от изследването “Появата на е-гражданина: Как хората ползват уеб-сайтовете на правителствените институции” (2002 г.) [Larsen, E. (2002).], според които само *половината* от анкетираните потребители на Интернет в САЩ са могли да отговорят на въпроса *дали техният орган на местна власт има сайт или няма*.

Според същото изследване в сравнение с останалите нива на властта, именно сайтовете на органите на местната власт привличат най-малко на брой посетители: от всички анкетираните, които са посочили най-общо, че са посещавали уеб-сайтове на правителствени институции, само 41% са посещавали сайтове на органи на местната власт.

Затова наред с въпросите за наличието на уеб-сайт (*Интернет-присъствие*) не трябва да се пренебрегват и въпросите, свързани с *Интернет-експонираността*¹⁵ на съответния сайт.

Тук няма да изследваме равнищата на индивидуална експонираност на отделните сайтове на общини, а ще направим по-скоро един общ преглед на експонираността на самата категория “сайтове на общини” като цяло.

Сайтовете на общини, представени в сайтовете на самата държавна администрация

По отношение на самите сайтове на общини преди всичко трябва да се отбележи, че реално не съществува официален и изчерпателен *регистър* на сайтовете на правителствените институции в България, който да включва и данни за сайтовете на органите за местно самоуправление. Наличието на подобна информация в разнообразни други форми (списъци с препратки в сайтовете на други правителствени институции, различни указатели в хартиен или електронен вид) не може да замести функционалността на един регистър. Един достъпен по електронен път *регистър* на сайтовете на правителствените институции би повишил доверието на потребителите при ползването на електронните услуги и би обезсилил съмненията доколко наистина

¹⁵ Масово използваният, но трудно преводим английски термин е “visibility”. На български в подобен контекст понякога се употребява и понятието “позиционираност”.

официални и функциониращи към момента на ползването им от потребителя са сайтовете на органите на централната и местната власт.

Един електронен регистър би могъл да функционира така, че всяка от публичните институции да бъде задължена по закон сама да декларира в регистъра редица съдържателни и технически характеристики на своя официален сайт и да предоставя на електронен носител за съхранение в регистъра архивно копие (образец) от нейния действащ към момента официален сайт, което копие след това да се актуализира при всяка следваща съществена промяна. По този начин потребителите ще бъдат защитени срещу "сайтове-самозванци".

От съществуващите към юли 2004 г. български сайтове ролята на подобен регистър може би има единствено порталът "Официални страници на българските институции" (<http://portal.government.bg>). Този портал е създаден и се поддържа от Дирекция "Информационни технологии и комуникации", Администрация на Министерския съвет, с активното съдействие на Hewlett-Packard България.

В списъка с темите (общо 46), обхванати от портала има под-тема "Общини" (<http://portal.government.bg/themes.php3/10/41/>) на по-голямата тема "Регионално развитие" - наред с кадастъра и областните управители (които реално са органи на централното правителството). Причисляването на общините единствено към темата "Регионално развитие" може би е следствие от недооценяването на техния правен статут на "основна административно-териториална единица, в която се осъществява местното самоуправление", както е записано в Закона за местното самоуправление и местната администрация.

В раздела "Общини" на темата "Регионално развитие" в портала "Официални страници на българските институции" са включени общо 10 страници на общини, разположени в сайта на Асоциацията на българските черноморски общини (АБЧО) (<http://www.ubbsla.org>).

Сайтът на *Националното сдружение на общините в Република България - НСОРБ* (<http://www.namrb.org>), в което според собствените му данни членуват всички общини в страната, предлага собствен списък със линкове към общо 131 сайтове на общини (http://www.namrb.org/categories.php?category_no=49). Ако се съди по факта, че през месец юли 2004 върху страницата стоеше обозначение, че е актуализирана на 1 юли 2004 г., може да се приеме, че този списък се обновява редовно. Една проверка за валидността на тези линкове обаче показва, че към юли 2004 г. общо 21 от посочените в списъка 131 сайта всъщност не функционират, а значителна част от функциониращите често водят не към собствени сайтове на съответните общини¹⁶. Изобщо характерно за списъка на *Националното сдружение на общините* е безкритичното предоверяване на самоопределилите се като "официални" сайтове, хоствани в [domino.bg](http://www.domino.bg) – такива се оказват цели 75 от общо 131 сайта в списъка.

Дори когато е извлечена от формално напълно официален източник (каквато е например "Регистър на административните структури", <http://www1.government.bg/ras/index.html>), информацията за наличието на даден сайт на община не винаги е защитена от грешки: един пример в това отношение е община

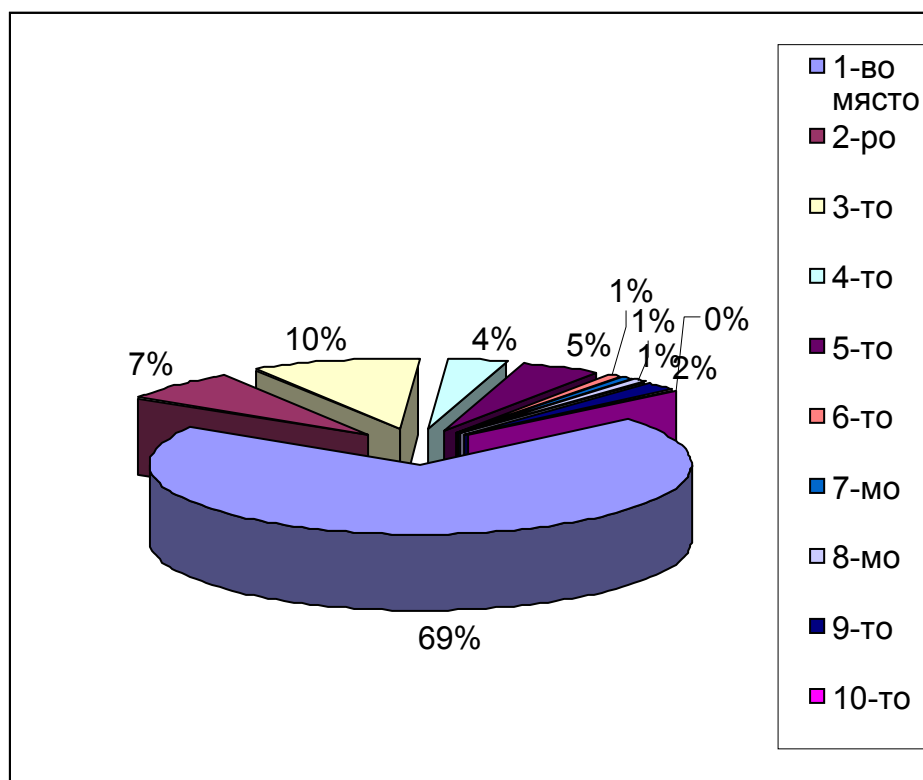
¹⁶ Особено значим в това отношение е случаят с големи общини като Пловдив и Плевен: вместо към техните собствени, редовно обновявани и поддържани официални сайтове, съответно <http://www.plovdiv.bg> и <http://www.pleven.bg>, списъкът в посочената по-горе страница от сайта на *Националното сдружение на общините в Република България* отправя потребителите към <http://bulgaria.domino.bg/plovdiv> и <http://bulgaria.domino.bg/pleven>, които предлагат информация с дата 2001 г.

Банско, за която в "Регистър на административните структури" в раздела "Органи на изпълнителната власт/Кметове на общини" (<http://www1.government.bg/ras/index.html?menuTab=3&TypeStruct=20>) към месец юли 2004 г. бе посочен "Интернет адрес: www.obabansko.bg", който обаче не отговаря на действителността (www.bansko.bg).

Сайтовете на български общини, представени в големите световни Интернет-търсачки (според данни, получени при търсене с Google™)

Ползването на *интернет-търсачки* (специализирани сайтове, които в отговор на въведена от потребителя дума или фраза предлагат списък с намерени интернет-страници) е един от най-важните канали, по които Интернет-потребителите стигат до необходимия им уеб-сайт. Според някои най-нови данни от проучването "qSearch" на фирмата comScore от април 2004 г. Интернет-потребителите от различни държави осъществяват търсене средно между 30 и 40 пъти всеки месец.

ГРАФИКА 3. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ СПОРЕД ПОРЕДНОТО МЯСТО НА САЙТОВЕТЕ В СТРАНИЦАТА С РЕЗУЛТАТИ В GOOGLE™ ПРИ ТЪРСЕНЕ ПО ИМЕТО НА ОБЩИНАТА (ПРОЦЕНТ ОТ 110 САЙТА НАМЕРИЛИ МЯСТО СРЕД ПЪРВИТЕ 10 РЕЗУЛТАТА ПРИ ТЪРСЕНЕ ПО ИМЕТО НА СЪОТВЕТНАТА ОБЩИНА)



Източник: Фондация "Приложни изследвания и комуникации"

За целите на настоящото изследване беше избрана търсачка "Google" поради изключителната популярност на тази търсачка сред интернет-потребителите, включително и в България.¹⁷

¹⁷ Данните от проучването "qSearch" на фирмата comScore от април 2004 г. показват, че Google е най-предпочитана търсачка във всички обхванати от изследването страни, като преднината на Google пред следващата препочитана търсачка се увеличава значително, когато се вземат предвид отделно данните

Използвана бе опцията “Разширено търсене” в българо-езичната версия на Google (http://www.google.com/advanced_search?hl=bg) при зададен език “български” и “100 резултата”. Търсенето се извършваше по името на общината (някои от общините имат имена, които се състоят от две думи, затова всички имена на общини бяха поставяни в полето “Точна фраза”)

От гледна точка на интернет-експонираността на общинския потенциал за електронно управление много добро впечатление прави фактът, че за един голям процент (61,6 %, или в абсолютни стойности: 77 от 125) от общините именно сайтът на общината застава на първо място в списъка с резултати при търсене в Google. Реално за тези 77 общински сайтове можем да бъдем напълно сигурни, че ще бъдат намерени от своите потенциални потребители.

На първите десет места (които обикновено също попадат в ползването на потенциалния потребител) в страниците с резултати от търсене в Google попадат общо 109 сайта на общини

ТАБЛИЦА 3. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ СПОРЕД ПОРЕДНОТО МЯСТО НА САЙТОВЕТЕ В СТРАНИЦАТА С РЕЗУЛТАТИ В GOOGLE™ ПРИ ТЪРСЕНЕ ПО ИМЕТО НА ОБЩИНАТА ПО БРОЙ ОБЩИНИ

Място в резултатите	Брой общини
1-во	77
2-ро	8
3-то	11
4-то	4
5-то	5
6-то	1
7-мо	1
8-мо	1
9-то	2
10-то	0
Общо: сред първите 10	110
От 10-то до 100-то място	8
Извън първите 100	7 сайта

Източник: Фондация “Приложни изследвания и комуникации”

Извън първите 100 (т.е. на практика *неоткриваеми* чрез Google, защото много малка част от потребителите полагат усилието след първите 100 намерени резултата да прегледат и следващите 100¹⁸) са общо 7 сайта: на общините Търговище (<http://targovishte.elnics.com>), Гълъбово (<http://www.bulgaria.domino.bg/galabovo>), Лясковец (<http://www.lyaskovets.com>), Банско (<http://www.bansko.bg/municipality/>),

само за Интернет-потребителите извън САЩ, виж <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=464> .
Описание на методиката на comScore е може да се прочете тук:
http://www.comscore.com/method/arf_cs_review11502.pdf)

¹⁸ Според авторитетни автори в областта на онлайн-маркетинга, включването на даден сайт в основните Интернет-търсачки може да увеличи потенциалната му аудитория, но за да влезе той сред опциите, които потребителите разглеждат при взимането на решение, сайтът трябва да попада сред първите 10, най-много 20 резултата от търсенето. Виж Spencer Stephan M. and Brian S. Klais (2003) The State of Search Engine Marketing 1.0 (March 2003) <http://www.netconcepts.com/learn/state-of-search-summ.pdf>

Ардино (<http://municipality.hit.bg>), Калояново(<http://www.kaloianovo.dir.bg>) и Белене (<http://belene-bg.com>).

Вероятни фактори, допринесли за получения нисък резултат за тези общини:

Община Търговище. Официалният сайт на *община Търговище* получава много ниски стойности вероятно поради недостатъчната разгласа за съществуването на този сайт. Данните от статистиката на разположение върху този сайт брояч “EasyCounter” (виж <http://www.x-kom.com/stats.php?name=targ>) показват, че сайтът съществува поне от октомври 2003 г.

Община Гълъбово. Сайтът на община Гълъбово (<http://www.bulgaria.domino.bg/galabovo>) който е от серията сайтове, разработени от фирма Домино ООД (Стара Загора) липсва в Google, въпреки че реално съществува и работи (а и броят на самия сайт отчиташе 4892 посещения към 5 септември 2004 г.). Вероятно причината за това е, че в самия основен сайт на Домино ООД (<http://www.bulgaria.domino.bg>), посветен на общините, името на тази община Гълъбово е вписано наред с имената на много други общини, но линк към сайта му няма.

Община Лясковец. Изпадането на сайта на община Лясковец извън първите 100 резултата при търсене в Google вероятно е било в резултат на наличието на алтернативен сайт <http://www.lyaskovec.com>.

Община Банско. Тук става въпрос по-скоро за правилно дефиниране на точния Интернет-адрес на сайта на общината. За адрес на официалния сайт на общината за целите на настоящето изследване беше възприет <http://www.bansko.bg/municipality/>, а на първо място при търсене в Google излиза <http://www.bansko.bg>.

Община Калояново. При тази община на първо място се оказва <http://www.kaloianovo.org>, въпреки че всеки посетил този сайт може да забележи, че всички линкове в него водят реално към страници от сайта <http://www.kaloianovo.dir.bg>.

Община Белене. Тук оказва своето въздействие един особен факт около сайта на тази община: съществува име на домейн “belene-bg.com”, но то служи само за пренасочване на потребителя към действителното местоположение на сайта на общината, а то реално е разположено в една от под-директориите на сайт с фамилиарното название “vlado1” (<http://www.vlado1.com/~belene/>)

Таблицата по-долу позволява съпоставяне на така получените данни с резултатите от аналогично изследване пак чрез търсачката Google за Великобритания и Австралия¹⁹.

ТАБЛИЦА 4. СРАВНЕНИЕ НА ПОДОБНО GOOGLE ИЗСЛЕДВАНЕ В АВСТРИЯ И ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Място	Австралия (2003)		Великобритания (2001)		България (2004)	
	Брой	Процент	Брой	Процент	Брой	Процент
1-во място	19	86,5 %	367	98 %	77	61,6 %
Сред първите 10	1	4,5 %	8	2	33	26,4 %

¹⁹ **McKeown T.**, J. Teicher & N. Dow. (2004) "Evaluating the Value: Comparing Local Government Initiatives in E-Gov in the UK and Australia" (April 2004). URL: http://www.buseco.monash.edu.au/depts/mgt/research/working_papers/2004/wp16-04.pdf , visited September 2004).

Извън първите 10	2	9 %	0	0 %	15	12 %
Общо	22	100 %	375	100 %	125	100 %

Източници: McKeown T., J. Teicher & N. Dow. (2004) "Evaluating the Value: Comparing Local Government Initiatives in E-Gov in the UK and Australia" (April 2004) и данни от настоящото изследване.

Както се вижда от горната таблица, при сайтовете на общините в България резултатите са по-близки до тези в Австралия, отколкото до тези във Великобритания. Като се вземе предвид обаче значителната непълнота на извадката в данните за Австралия (реално броят на сайтовете на местните органи на властта в Австралия е много по-голям от обхванатия в изследването на McKeown), може да се допусне, че при съпоставим обхват на органите на местната власт по този показател данните за България и за Австралия биха отразявали приблизително едно и също ниво.

Как биха могли да се подобрят резултатите на сайтовете на българските общини - особено на тези, които получават място извън първите 10 при търсене с Google? В литературата по онлайн-маркетинг темата "оптимизиране на уеб-сайта за целите на постигане на по-добро място в търсачките"²⁰ е застъпена достатъчно широко. Тук можем да изтъкнем само някои от най-простите и ефективни процедури, които трябва да прилагат създателите на общински уеб-сайтове:

1. Разполагане на сайта върху подходящо име на домейн: да е кратко, областта от по-високо ниво да не е прекалено екзотична (каквато засега например е .biz);

2. Разумно оползвотворяване на HTML-опциите за МЕТА-таговете ("keyword" МЕТА-тагът вече е остарял и днес вече не се прилага така активно от търсачките, както преди години, трябва да се обърне повече внимание на тага Title. В МЕТА-тага "description" трябва с 2 изречения да се обясни предназначението на сайта.);

3. Първата (началната) страница на сайта трябва да съдържа около 150-200 думи текст, който да е изцяло релевантен;

4. Наличието на повече препратки от други сайтове към вашия сайт ще подобри мястото, което той заема при търсене с големите и масово ползвани Интернет-търсачки.

Сайтовете на общини, представени в уеб-директориите на големите български портални сайтове с общо предназначение:

Българският портал **Гювеч.бг** (първоначално: www.gyuvetch.bg, по-късно: <http://www.gbg.bg>), е един от най-старите (съществува от 1997 г.) и утвърдени уеб-указатели в българското Интернет пространство. Според данни от фирмата Нет Инфо БГ АД (собственик на портала от 2001 г.) в Гювеч.бг има над 30 000 индексирани сайта²¹.

Гювеч.бг е един от малкото български портали, в които сайтовете на общините са обособени в отделна категория: това е категорията "Общини", която наред с още 11 други категории ("Бизнес Асоциации", "Други Организации", "Държавни Агенции и Служби", "Закони", "Институции", "Комитети и Комисии", "Международни

²⁰ Тази изключително интензивно разработвана област от онлайн-маркетинга е известна повече с английското си наименование "search engine optimization"

²¹ Виж <http://adv.netinfo.bg/sites.htm>

Организации", "Министерства", "Политически", "Посолства", "Фондации") е част от по-голямата категория "Институции и Организации".

Въпреки названието си ("Общини"²²) тази категория реално включва в себе си както сайтове на "по-едри" единици (например на областните администрации, въпреки че са органи на централната власт), така и на "по-дребни" (сайтовете на някои села също са разпределени в категорията "Общини". От общо 179 линка в категорията "Общини" при проверка валидни се оказаха 162 (т.е. 17 се оказаха сгрешени).

Другата значима българска уеб-директория с голяма национална аудитория - **dir.bg** - определя общините като отделен вид "организации" и разполага информацията за сайтовете на общини в рамките на под-категорията "Общински"²³, която е част от по-голямата категория "Организации" (наред с останалите видове организации, които според възприетата от Dir.bg категоризация биват "Военни", "Международни", "Неправителствени", "Партии", "Правителствени", "Стопански", "Търговски", "Други").

Също както и в Гювеч.бг, в тази категория наред с несъмнено принадлежащите към нея сайтове на общини за съжаление донякъде произволно са включени и редица сайтове, чиито място просто не е там. Такива са, от една страна: сайтовете на съвсем различен тип органи на властта (областни администрации, регионални дирекции на Националната служба по заетостта, които са реално органи или местни клонове на органи на централната власт), а от друга страна: сайтовете на някои съвсем явно неправителствени единици: общински организации на отделни партии (например "Общински съвет на СДС - Велико Търново"), професионални сдружения (например "Сдружение на Предприемачите - Панагюрище") и дори фирми ("Омонит ООД", "Паркстрой ЕООД - Русе"). Трудно е да се оцени еднозначно включването в тази категория на няколко от т. нар. "агенции за регионално развитие", защото по своя произход те обикновено са един вид "публично-частни партньорства" с участието и на общинските администрации и поради това може да се приеме, че поне отчасти е оправдано тяхното включване в категорията, предназначена за "общински" сайтове.

Интернет-адресите и имената на домейни в сайтовете на общините в България

Значението на името на домейна (Интернет-адреса), на който е разположен сайтът на дадена община, е двустранно:

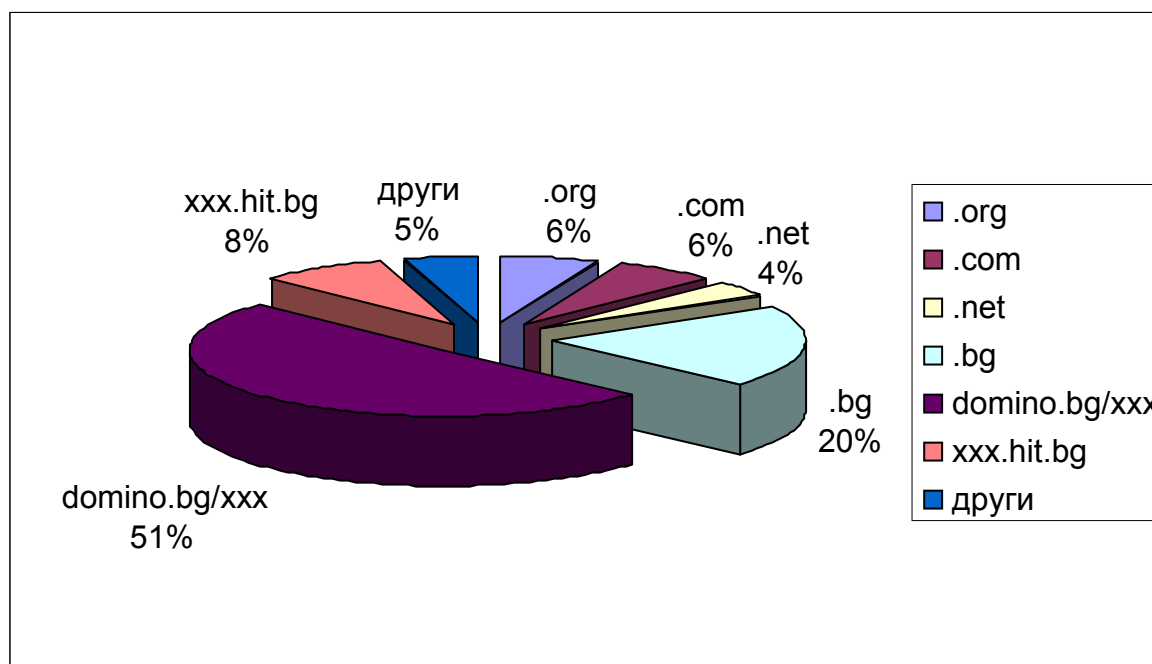
- 1. От гледна точка на потребителя, името на домейна оказва влияние върху:**
 - 1.1. Доверието, с което потребителите подхождат към сайта при първоначалния си контакт с него;
 - 1.2. Начинът, по който потребителят стига до сайта (известно е, че масово ползваните от потребителите сайтове за търсене в Интернет извеждат на първостепенни места в списъците с намерените страници именно тези, чиито имена на домейни съвпадат с - или максимално се доближават до - думата, която сте въвели за търсене).
- 2. От гледна точка на самата общинска администрация:**

²² Виж <http://spravki.gbg.bg/institut/obstini>

²³ <http://www.dir.bg/dir.php?city=0&eshop=&d=330>

- 2.1. Разполагането на сайта на общината в Интернет върху собствено име на домейн е показател за по-висока степен на ангажираност на общината със сайта;
- 2.2. Собственото име на домейн позволява да се ползват стандартизирани еднотипни официални (служебни) адреси за електронна поща от служителите в общинската администрация.

Графика 4. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА САЙТОВЕТЕ НА ОБЩИНИ СПОРЕД ИЗБРАНИЯ ДОМЕЙН ОТ ПО-ВИСОКО НИВО



Източник: Фондация “Приложни изследвания и комуникации”

Почти половината (или 51 %) от общините със собствени уеб-сайтове (а те са общо 125), имат сайтове на сървъра **Domino.bg** (поместени във вид на поддиректории на домейна bulgaria.domino.bg/, например <http://bulgaria.domino.bg/pernik>).

Графика 5. Някои характеристики на сайтовете на общини в DOMINO.BG

Силни страни:

- пълна двуезикова версия на български и английски език (т.е. не е преведен само текста);
- наличие на брояч;
- предоставят възможност за търсене;
- съдържат информация за общината, както и в областите “туризъм”, “здравеопазване”, “образование”, “селско стопанство”, “бизнес”, “екология”, “култура и изкуство”.

Слаби страни:

- не добре развита еднотипна архитектура, но разнообразен дизайн за всяка община
- липса на карта на сайта;
- малко от тях предлагат “форум”;
- информацията за общинската администрация е ограничена обикновено до обща структура на администрацията, кратки данни за кмета и членовете на общинския

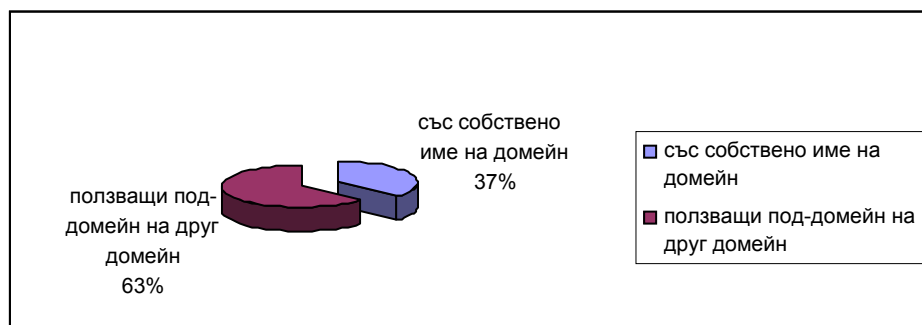
съвет, общ адрес, e-mail, често пъти отделни телефони на звената в администрацията, описание на предлаганите услуги, придружено с “място”, “срок” и “такса”;

- не се предлагат електронни услуги;
- голяма част от тях съдържат стара, неактуализирана с години (например от 2000 г.), информация;
- не е предвидена секция “новини”;
- сайтовете са предимно статични HTML.

Източник: Оценка на екипа оценители

Друга значителна група общини (20%) са разположили своите уеб-сайтове в регистрирани от тях имена на домейни в областта **.bg**. Общо 16 % от сайтовете са в домейни от типа ***.com** (6%), ***.net** (6%) и ***.org** (4%). При 8% от общините сайтовете им са под-домейни на предлагащия безплатен хостинг български портал **hit.bg**, а останалите 5% от установените към момента на изследването сайтове на общини са разположени като под-домейни на сайтовете на други хостинг-доставчици.

ГРАФИКА 6. ДЯЛ НА САЙТОВЕТЕ НА ОБЩИНИ

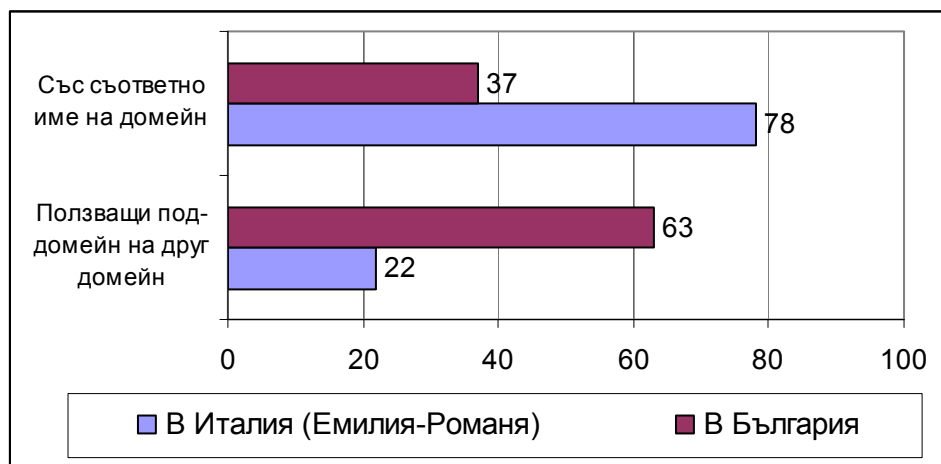


Източник: Фондация “Приложни изследвания и комуникации”

За съжаление наличните данни не позволяват цялостно сравнение на установеното за България съотношение с резултатите, получени в страни от Европа, но все пак известна възможност за съизмерване по този показател на общините в България с тези в други страни ни дава едно изследване на развитието на информационното общество в Италианската област Емилия-Романя²⁴.

²⁴ Виж: <http://www.regionedigitale.net/wcm/erdigitale/pubblicazioni/vol5/testi/benchuk.pdf>

ГРАФИКА 7. СРАВНЕНИЕ МЕЖДУ САЙТОВЕ НА ОБЩИНИ В БЪЛГАРИЯ И В ОБЛАСТТА ЕМИЛИЯ-РОМАНЯ В ИТАЛИЯ (В %)

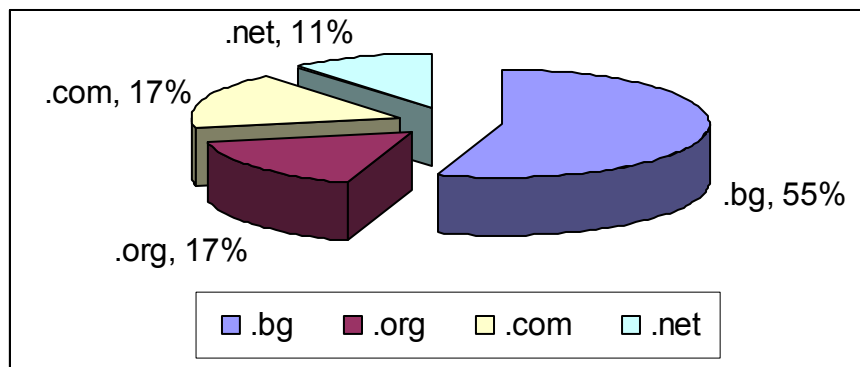


Източник: Benchmarking Emilia-Romagna Region On Information Society”, 2003

Избор на домейн от най-високо ниво

При избора на домейн от най-високо ниво сред сайтовете на български общини със собствено име на домейн наблюдаваме следното разпределение:

ГРАФИКА 8. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА САЙТОВЕТЕ НА ОБЩИНИ СЪС СОБСТВЕНО ИМЕ НА ДОМЕЙН (ОБЩО 46)



Източник: Фондация “Приложни изследвания и комуникации”

Една значителна част (45%) от общините със сайтове със собствено име на домейн са избрали име извън адресната област **.bg**, като предпочитанията им са разделени почти поравно между адресните области **.org** и **.com** (всяка от тези две категории е представена от по 8 общини), докато общините, избрали адресната област **.net** са само 5.

Обяснения за избор на домейн извън областта **.bg** можем да потърсим в няколко посоки:

1. Част от общините създават собствени сайтове насочени не толкова “навътре” (към собственото им население), а по-скоро “навън” (към потенциални външни

инвеститори или чуждестранни туристи.). Това е отглас от масово разпространената сред населението нагласа, че Интернет е не просто едно универсално средство за комуникация, а има предназначението да служи главно за “връзка към света”. От такава гледна точка става по-обяснимо решението да се избере за сайта на дадена община име на домейн от адресната област **.com**, **.org** или **.net**;

Една от фирмите (“аЛинк ООД” – София), занимаващи се с хостинг и посредничество при регистрирането на имена на домейни, има списък с изброени общо 10 общини: Добрич, Генерал Тошево, Гърмен, Каварна, Калояново, Кирково, Козлодуй, Трявна, Оряхово, Самоков (<http://the-gate.dombg.com/klienti.html>).

2. Част от общините са възложили всички дейности по създаването на сайта, включително и регистрирането на име на домейн, на комерсиален доставчик на услугата – в такъв случай изборът на домейн **.bg** всъщност отразява предпочитанията на доставчика. Това се наблюдава особено ясно при общините, чиито сайтове са в адресната област **.com**: при половината от тях името на домейна, на който е разположен сайтът на общината, е регистрирано не като собственост на общината, а като принадлежащо на частна фирма или дори на физическо лице;

Някои по-характерни примери за отклоняване от нормалната практика при имената на домейни

Община Горна Оряховица има сайт, разположен върху домейн (“g-oryahovica.com”), който е собственост на фирма ГелеСофт – местен Интернет-доставчик.

Физическо лице се разпорежда с домейна “valchedram.com”, на който се намира сайтът на община Вълчедръм.

Община Белене си е регистрирала име на домейн (belene-bg.com), но то служи само за пренасочване към действителното местоположение на сайта на общината, а то реално е разположено в една от под-директориите на сайт с фамилиарното название “vlado1” (<http://www.vlado1.com/~belene/>).

3. Изборът на домейн извън областта **.bg** (особено ако е от типа **.com**), в някои случаи може и да е мотивиран от съображения за удобство на потребителя: тъй като голямото мнозинство от сайтове в Интернет са върху домейни от областта **.com**, много от потребителите са свикнали да изписват това “.com” в полето за адрес на сайт ползания от тях браузър;

Според редовно обновяваните данни от <http://www.webhosting.info/registries/> в световен мащаб близо **75%** от всички регистрирани имена на домейни в общоприложимите адресни области са именно в областта **“.com”**. Същият източник посочва също, че за всички сайтове, които физически са разположени в България, в разпределението по адресни области в общоприложимите (“генерични”) домейни от най-високо ниво делът на сайтовете от адресната област **“.com”** към месец август 2004 г. е 73,73 % (виж http://www.webhosting.info/registries/country_stats/BG).

4. Цената на домейн в .bg е по-висока от тази в другите TLD и самата процедурата е доста тромава;
5. Не на последно място е липсата на единна държавна политика за имената на публичните уеб-сайтове – както общински, така и на министерствата, изпълнителни агенции, областни управи и т.н.

Независимо от горните съображения, все пак можем да препоръчаме наред с всички останали публични институции в България и общините да се придържат към използване на адресната област .bg – от съображения, свързани с доверието на потребителите към техните сайтове.

Към момента функциите по регистрирането на имената в областта .bg се изпълняват от фирмата "Регистър.БГ" ООД - правопреемник на дейността на "Цифрови системи" ООД, която извършва тази дейност от 1991 г. В прилаганите от 16 юни 2003 г. "Правила за регистрация" (публикувани на адрес http://www.register.bg/bg/regprocedure_bul.html) съществува текст (член 4.4.1.), според който общините до известна степен са защитени срещу комерсиална злоупотреба с техните имена. Обаче недостатъчно изчистената формулировка на този текст ("4.4.1. Имената на населени места са резервирани за общините или областите.") в някои случаи може да създаде напрежение между общините и съответните областни администрации (което може да се засили и от факта, че регистрирането се извършва с изписване на имената на латиница и на названията в техния английски еквивалент). Известен "сблъсък на интереси" може и сега да се забележи при регистрирането на имената на домейни в два случая: например името "ruse.bg" е дадено на "Regional Administration Ruse", а името "rousse.bg" - на Rousse Municipality; аналогичен е случаят и с имената "vratsa.bg" - предоставено на "Regional Administration" (на 25.04.2003) и "vratza.bg" - дадено на "Vratza Municipality"(на 08.09.2003).

За съжаление вече има и случай, при който като че ли в противоречие с вече цитирания член 4.4.1. ("Имената на населени места са резервирани за общините или областите.") едно име на домейн, съответстващо на названието на община, е дадено на фирма, а не е запазено за съответната община: това е името на домейн "ruen.bg", което е дадено на Руен АД (София), вместо да бъде запазено за Община Руен. Вероятно за такива случаи е предвиден член 4.4.5. от същите правила, който гласи: "Когато заявеното име, по мнението на Регистъра на имена в .bg, може да доведе до объркване, заявителят трябва да избере друго име". Други случаи на вероятни отклонения от прилагането на правилата са тези, при които част от имената на домейни са регистрирани на името не на общината, а на съответния "град" ("city"). Това са: dryanovo.bg - "City of Dryanovo", shoumen.bg – "City of Shoumen", troyan.bg – "City of Troyan". В сайта на Регистър.БГ липсват данни за предходните версии на "Правила за регистрация" и затова не може да се установи със сигурност дали посочените по-горе случаи представляват нарушение на действалите към момента на регистрирането правила.

Всъщност една от причините, поради които е възможно общините в бъдеще да започнат по-активно да ползват запазените за тях имена на домейни в адресната област .bg е засиленото регистриране на имена на български населени места от частни лица и фирми в останалите адресни области, където не съществува подобна правна защита на интересите на българските общини. Изчерпателно изследване още не е направено, но и приведеният тук пример с община Трявна е достатъчно показателен.

Община Трявна

Както личи от поместената по-долу таблица, една проверка из международните WHOIS-регистри за принадлежността на домейните с името на тази община (при това и в двата ѝ варианта за изписване на латиница: “tryavna” и “triavna”) в най-популярните адресни области (.COM, .NET, .ORG) показва, че реално нито един от следните домейни не е регистриран на името на общината.

ТАБЛИЦА 5. ПРОВЕРКА ИЗ МЕЖДУНАРОДНИТЕ WHOIS-РЕГИСТРИ ЗА ПРИНАДЛЕЖНОСТТА НА ДОМЕЙНА - ТРЯВНА

Име на домейн:	Принадлежи на:	От дата:
Tryavna.com	Бохемия ЕООД (София)	9 април 2003 г.
Tryavna.net	Бохемия ЕООД (София)	9 април 2003 г.
Tryavna.org	Philippe Nihoul	9 април 2004 г.
triavna.com	Техно-Маш (София)	26 септември 2003 г.
triavna.net	Иво Балеvски	9 април 2004 г.
triavna.org	Philippe Nihoul	9 април 2004 г.

Източник: Фондация “приложни изследвания и комуникации”

Избор на собствено име на домейн във вече избрана адресна област от най-високо ниво

Огромното мнозинство от български общини, които имат официални уеб-сайтове разположени върху собствени имена на домейни, са избрали за тях имена, съвпадащи с някои от разпространените варианти на изписването на името на самата община на латиница: това е изборът на 39 общини от общо 46 със собствено име на домейн. Примери за такова решение са **sofia.bg**, **plovdiv.bg**, **varna.bg** и др. (Малко по-особен вариант на това решение е случаят с община Генерал Тошево, в адреса на чийто сайт за краткост е изпусната една от съставките на името на общината: <http://www.toshevo.org>.) Предимствата на подобен избор са очевидни: потенциалният потребител, дори и на не знае за съществуването на сайта, лесно ще го налучка. От друга страна подобно решение е трудно приложимо при някои от общините, чиито имена съвпадат с други географски названия (например община Мизия) или дори с функционално-отраслови обозначения (каквото е името например на община Минерални бани), защото може да предизвика объркване. Наред с вече посоченият по-горе случай на изпускане на част от името на общината се наблюдават и отделни случаи на съкращаване на името: например <http://www.g-oryahovica.com> (Община Горна Оряховица).

В пет от собствените имена на домейни се установява наличие на обозначение, че става въпрос именно за сайт на община. Най-ярко това е отразено в имената на сайтовете на общините Бургас (<http://www.obstina-bourgas.org>), Ямбол (<http://www.obshtinayambol.org>) и особено на Димитровград (<http://www.obshtinadg.org>), където дори обозначението за община преобладава в името на домейна, докато самото название на общината присъства в съвсем съкратен вид, представено само от двете

букви “dg”, които не всеки потребител би се досетил, че олицетворяват именно Димитровград. Почти обратното е съотношението между двете съставки в името на домейна на община Тунджа (<http://www.obs-tundja.org>), където потребителят ще трябва да се досети, че “obs” е съкращение от “община”. Но несъмнено най-загадъчно за неинформирания посетител звучи името на домейна на сайта на община Благоевград: <http://www.blgmun.com> – което представлява съчетание от трибуквено съкращение на името на общината (“blg” за Благоевград) с трибуквено съкращение от английската дума за община (“mun” за “municipality”). В оправдание на община Благоевград можем да посочим факта, че именно този домейн е един от най-старите регистрирани на името на община в България – домейнът <http://www.blgmun.com> е регистриран още през 1998 г. и в името на традицията и приемствеността заслужава да продължи да съществува.

Обобщение и препоръки, свързани с домейн имената на общинските сайтове

Така очертана, текущата практика на българските общини в областта на използването на имена на Интернет-домейни се осъществява в условията на отсъствие на нормативно утвърдена държавна политика по отношение на имената на сайтовете на държавните органи в България. Разбира се, до някъде това се дължи и на факта, че по същество Интернет-адресирането в България (както и в други, но не всички) страни се осъществява от частна фирма или консорциуми от такива, чиито правила не винаги се съобразяват с изискванията за подреденост и строгост, които бихме имали към един държавен орган или в пазар с утвърдени институции и традиции. От години както частния сектор, така и различните администрации на Министерство на транспорта и съобщенията се опитват да променят институционалната уредба на интернет-адресирането, но поради трудността от подтигане на консенсус този пазар все още е монополен и нерегулиран.

Като добър пример може да се посочи **Австралия**, която за нуждите на управлението на имената на домейни на публичните институции е създавала специален регистър (<http://www.domainname.gov.au>) при Службата по управление на информацията (“Information Management Office”, <http://www.agimo.gov.au>) към националното правителство на Австралия. Прилаганите в Австралия правила за регистриране на имена на под-домейни в рамките на утвърдения основен за всички правителствени органи домейн (“gov.au”) са разумни и ясни.

Задължителни изисквания към имената на правителствени домейни в Австралия:

Имената на домейни, които не съдържат названието на съответния орган на властта, трябва носят в себе си пряка семантична връзка с изпълняваните от съответния орган функции. Освен това, подобни имена на домейни трябва да представляват лесно разпознаваеми понятия, отнасящи се до съответната дейност или проект.

Отделно от горното, имената на домейни **не трябва** да:

- представляват географски названия, освен ако те се съдържат в самото название на заявения ги орган;
- да бъдат собствени имена на физически лица;
- да бъдат по-дълги от 60 знака, заедно с частта "xxx.act.gov.au" или "xxx.gov.au", както и да се състоят само от цифри;

- да съвпадат с названието на избирателен район, освен в случаите, когато заявеният името орган е орган на местната власт;
- да изразяват политическо послание или да носят в себе си каквато и да било семантична връзка с регистрирана в страната политическа партия;
- да съдържат неприлични или обидни думи или по друг начин да опорочават репутацията и доверието в домейна gov.au;
- да нарушават правата на интелектуална собственост на трети страни.

Източник: <http://www.domainname.gov.au/register.html>

Освен това в правилата на Австралийския регистър на правителствените имена на домейни изрично е записано изискването органът, подаващ заявка за определено име, да представи “подробна обосновка”, а веднъж получено, името на домейн трябва да бъде използвано “специфично и изключително само по заявеното предназначение.”

В сравнение с Австралия, политиката на *Великобритания* е по-либерална: според съответния раздел в издадените от правителството “Насоки за правителствените сайтове във Великобритания” (“Guidelines for UK government websites: Framework for local government”, версия от Февруари 2004 г., <http://e-government.cabinetoffice.gov.uk/assetRoot/04/00/41/42/04004142.pdf>) е допустимо съответният орган на властта да разполага свой уеб-сайт (или уеб-сайтове) и извън правителствения домейн (**gov.uk**), но само при условие, че върху началната страница на всеки от сайтовете си органът на властта трябва да разположи ясно обозначена препратка към страница с разяснения по прилаганата от органа политика в областта на имената на домейни. Същевременно в документа изрично се подчертава, че достигането на потребителите до информация и услуги няма да е много лесно, ако органът на властта създаде значителен брой свои сайтове, всеки от които посветен на различен отдел или дейност. Колкото повече различни имена използва съответният орган за своите уеб-сайтове, толкова по-слабо ще бъде доверието на гражданите в тях и толкова по-голяма несигурност ще изпитват те, че информацията, която получават, наистина произлиза от органа на властта.

Политика при имената на домейни на органи на местната власт във Великобритания

Образец за описание на прилагана от местен орган на властта във Великобритания политика по имената на домейни ни дава страницата: <http://www.salford.gov.uk/online/howto/otherwebsites>.

На първо място ясно е заявено, че "Всички отдели, дирекции, стопански звена на градския съвет на Салфорд Сити, както и съвместните проекти с повече от 50% участие на Салфорд Сити, ще публикуват своето уеб-съдържание в домейна www.salford.gov.uk."

По-нататък се прави уговорката, че поради различни причини (например утвърдена вече друга практика, или участие в национални инициативи, които изискват създаването на самостоятелни сайтове), като допълнение към съдържанието в www.salford.gov.uk, в полза на Салфорд Сити съществуват и известен брой специализирани уеб-сайтове - те са изброени на същата страница поименно с имената на техните домейни и с препратки към самите сайтове. По този начин потребителите получават увереност, че съдържанието на въпросните сайтове наистина произлиза от съответния орган на властта.

В САЩ отделните щати провеждат собствена политика в областта на имената на домейни на щатските органи на властта. Примери за най-добре разработена политика в тази област са щатите Джорджия и Айдахо. Особено внимание заслужава практиката в щата Джорджия, където регулирането на имената на домейни на органи на властта се осъществява чрез документ с ранга на “стандарт” за всички под-домейни на домейна **georgia.gov**.²⁵ и обширното “Ръководство за присъединяващите се към **georgia.gov**” (“Joining georgia.gov Guide: A Reference Guide”^{26 и 27}).

Възможни варианти за българско “e-gov” домейн решение

Практиката в повечето развити страни говори в полза на въприемането за сайтовете на всички органи на властта на единен кратък под-домейн на националния домейн, най-често съдържащ в наименованието си съкратено изписване на английската дума “government” (“правителство”). САЩ са особен привилегирован случай, тъй като за целта разполагат направо с домейна от най-високо ниво **.gov**.

Сред примерите за различните варианти на прилагането на специализирани правителствени под-домейни на националния домейн можем да посочим Австрия (**gv.at**), Великобритания (**.gov.uk**), Австралия (**gov.au**), Нова Зеландия (**govt.nz**) и Република Корея (**go.kr**).

В България от март 2003 г. правителството е регистрирало домейн с име “e-gov.bg”. Като негови под-домейни засега функционират само два сайта: на област Русе и отскоро на община Якоруда²⁸.

Името на домейн “e-gov.bg” със своята краткост и с принадлежността си към централен орган на властта (правителството на Република България) е подходящо за утвърждаване като основен домейн за сайтовете на всички български правителствени институции.

Обратна връзка от общините

За целите на настоящето изследване беше проведена и една пробна e-mail анкета с ограничен обхват, предназначена да даде най-обща представа за съвременното състояние на някои от характеристиките на общуването по електронна поща между гражданин и общинска администрация. По електронна поща бяха разпратени еднотипни запитвания до някои общини, които бяха предоставили в своите уеб-сайтове ясно обозначени адреси за електронна поща за връзка с общинската администрация: сред тях са Благоевград, Бургас, Димитровград, Кърджали, Ловеч, Перник, Провадия, Стара Загора, Търговище, Хасково. Същото запитване беше изпратено и до Столична община, но не директно, а през специално предназначена за целта онлайн-форма в сайта на Столична община, за да се провери и тази функционалност на сайта.

Рзпратеното еднотипно запитване във връзка с конкретна административна услуга беше извършено с цел да се провери наличието, вида и скоростта на реакция от страна на общинската администрация.

²⁵ http://gta.georgia.gov/vgn/images/portal/cit_1210/2583411Domain_Name_Standard.pdf

²⁶ http://www.georgia.gov/vgn/images/portal/cit_1210/3618694JGGGV2.0.pdf, версия 2.1. от септември 2003

г.

²⁷ Следващата версия (2.2. от юни 2004 г.) е по-кратка (60 страници) и се намира на адрес http://www.georgia.gov/vgn/images/portal/cit_1210/52/4/25664053JGG_Guide_ver2.2_6_04.pdf

²⁸ Този сайт не е включен в настоящото изследване поради по-късната му поява – той не е вписан и в портала “Официални страници на българските институции”, <http://www.portal.government.bg>.

Формулировката на запитването (“Къде мога да получа информация как трябва да подам молба за разрешително за строеж?”) позволяваше на общинската администрация при желание да отговори както къде може да се получи исканата информация, така и по същество: какво точно е необходимо за получаването на разрешително за строеж.

Получените данни не могат да претендират за представителност, но все пак позволяват да се очертаят някои от възможните проблеми при този канал за комуникация между гражданин и общинска администрация.

Преди всичко може да се отбележи положителният факт на добрата експедитивност на администрацията при комуникиране по електронна поща: повечето отговори на запитването бяха изпратени в рамките на 1 или най-много 2 работни дни. Единственият пример в разрез с тази тенденция бе отговорът от община Кърджали, който беше получен с близо месец и половина закъснение, но затова пък беше с най-силна Интернет-насоченост: пренасочваше потребителя към конкретно посочена (чрез нейния URL) страница от уеб-сайта на общината (това е може би най-високата наблюдавана степен на конкретност на отговора). При други получени отговори се наблюдава пренасочване на потребителя към:

- название на отдел в общината;
- телефонен номер, от който да се получи търсената информация;
- сайта на общината най-общо, понякога с посочване на раздела от сайта, където следва да бъде потърсена информация.

Два от получените отговори бяха “подписани” от конкретни поименно назовани служители на съответните общини, а останалите – от името на общия е-мейл на общината. Може да се спори, кое от двете е за предпочитане – гражданинът да получава информация от идентифицируем, подписващ се със собственото си име служител на общината, или да получава анонимен отговор от името на отдел или служба. Засега се оформя впечатление, че в общините не се прилага ясно формулирана политика по този въпрос.

Друг спорен проблем пред самата е-мейл комуникация между гражданин и общински служител е въпросът за използването на изписване на текст на български език с латинската азбука. При разпратеното във връзка с настоящето изследване запитване беше използван именно такъв текст (“Kude moga da polucha informacia kak tryabva da podam molba za razreshenie za stroezh?”). Повечето получени отговори бяха в същия вид: на български език с латиница (Само от две общини отговорите бяха на кирилица). От една страна естествено е потребителят да очаква с каквото изписване е изпратил своето запитване, с такъв вид изписване да е и отговорът от страна на общинската администрация (служителите в общината би трябвало да имат предвид, че в противен случай има опасност потребителят по чисто технически причини изобщо да не успее да разчете отговора). От друга страна обаче едва ли можем да очакваме от администрацията да използва за комуникация с гражданите нерегламентирани форми на българския език, различни от официално възприетите. Необходима е ясна регламентация по този въпрос. Евентуални стандарти за този вид комуникация се обсъждат тук: <http://metodii.com/Iniciativa.html>.

Анализ по методиката KEELAN

Ползваемост (USABILITY)

Ползваемостта на даден уеб-сайт е основна негова характеристика, от която в голяма степен зависи доколко потребителите ще могат да се възползват от всички останали характеристики на сайта.

Този показател се оценява за всички уеб-сайтове. Целта на въпросите, свързани с ползваемостта е да се оцени функционалността, потребителския интерфейс и достъпността на общинските сайтове. Начинът на публикуване на информацията, колко лесно и бързо може да се достигне до нея и дали тя е достъпна за хора с увреждания, определят до голяма степен качеството на всеки уеб-сайт.

Добрата ползваемост изисква специално внимание от страна на разработчиците на уеб-сайтове за спазване на определени стандарти, принципи, правила и инструкции, създадени за максимална достъпност в отговор на изискванията и очакванията на потребителите.

Действащият в момента в областта на ползваемостта международен стандарт е ISO 9241, “Ергономични изисквания към офисна работа с видеотерминали”, като софтуерната ползваемост е засегната в части от 12 до 17 от стандарта.²⁹ Предвидено е до средата на 2006 г. да бъде разработен и да влезе в сила нов стандарт на ISO (ISO 23973), посветен специално на “Софтуерната ергономия на потребителските интерфейси в World Wide Web”³⁰.

В методиката на проекта KEELAN индикаторът “ползваемост” включва цялостния вид на уеб-сайта и начина му на функциониране като потребителски интерфейс. Оценката на ползваемостта се извършва по общо 11 критерия, групирани по посока на нарастване на тяхната сложност по следния начин: “навигация” (2 критерия), “характеристики на потребителския интерфейс” (5), “изследване на възприемането на сайта от потребителите му”(1), “възможности за ползване на информацията по множество канали” (1), “наличие на търсачка (проста или разширена)” (1) и “наличие на помощна информация (Help)”(1).

1. Навигация

Качеството на “навигацията” (придвижването на потребителя из отделните части на сайта) се измерва в методиката на проекта KEELAN по два критерия: наличие на “ясно структурирано меню” и наличие на “карта на сайта или на азбучен указател”.

Менюто може да бъде структурирано по теми, услуги или характерни особености на потребителите. Началната страница на общинския сайт може да бъде разработена така, че да предоставя автоматично специално избрана информация, свързана с интересите на отделни потребителски групи, които са определени въз основа на възраст, професия, гражданство (дали са граждани на общината или туристи) и др.

²⁹ Добра начална ориентация в този стандарт дава едно ръководство от David Travis публикувано тук:
<http://www.userfocus.co.uk/articles/ISO9241.pdf>

³⁰

<http://www.iso.ch/iso/en/stdsdevelopment/techprog/workprog/TechnicalProgrammeProjectDetailPage.TechnicalProgrammeProjectDetail?csnumber=37031>

Информация за специфичните изисквания на всяка от тези групи или отделни фирми и хора се събира с помощта на онлайн въпросници. Достъпът до тази персонализирана информация се осъществява чрез въвеждане на парола.

Картата на сайта представлява подробно описание на целия сайт.

Азбучният указател улеснява намирането на информация чрез търсене по теми в азбучен ред.

По първия критерий измерените стойности показват, че в близо 70% от официалните сайтове на българските общини е изпълнено елементарното изискване ползването на информацията в сайта да е улеснено от наличието на структурирано меню. Същевременно обаче трябва да се отбележи, че следващата по-висока степен на доразвиване на тази функционалност – всеки потребител да е в състояние сам индивидуално да адаптира структурата на това меню според собствените си нужди – не се наблюдава в нито един от сайтовете на българските общини (0%). При голяма част от изследваните сайтове последното може да се оправдае и с факта на ограниченото количество предлагана информация в сайта, което не изисква прилагане на подобна функционалност. При сайтовете на най-големите български общини обаче, които предлагат значителна по обем и разнообразна информация, може би в средносрочна перспектива ще е желателно да се потърси удачна реализация на някаква форма на адаптируемо от потребителя (или “персонализирано”) меню.

По втория критерий за нивото на навигацията – наличието на карта на сайта или на азбучен указател – само при 5 % от изследваните сайтове се установява присъствие на такъв елемент. Причините за толкова нисък резултат могат да се потърсят от една страна в недостатъчната утвърденост на подобна практика в българското Интернет-пространство като цяло, от друга: в относително малкия обем информация, предлаган в много от изследваните сайтове (което позволява ориентиране на потребителя и без карта на сайта), и от трета: в относителната трудност на поддържането на подобен елемент от сайта в случаите, когато създаването му не е било предвидено още от самото начало.

Три поредни години сайтът на София печели награди в категория “Институционален сайт” в конкурса “Български сайт” – за 2001, 2002 и 2003 година, като несъмнено ползваемостта му, наред с конкретните услуги, които предлага (като Виртуално деловодство) е една от причините за това.

Същевременно не може да не направи впечатление, че дори в сайта на Столична община елемент “карта на сайта” липсва въпреки иначе доста богатото (състоящо се от общо 19 елемента) меню в лявата част на началната страница (виж <http://www.sofia.bg>).

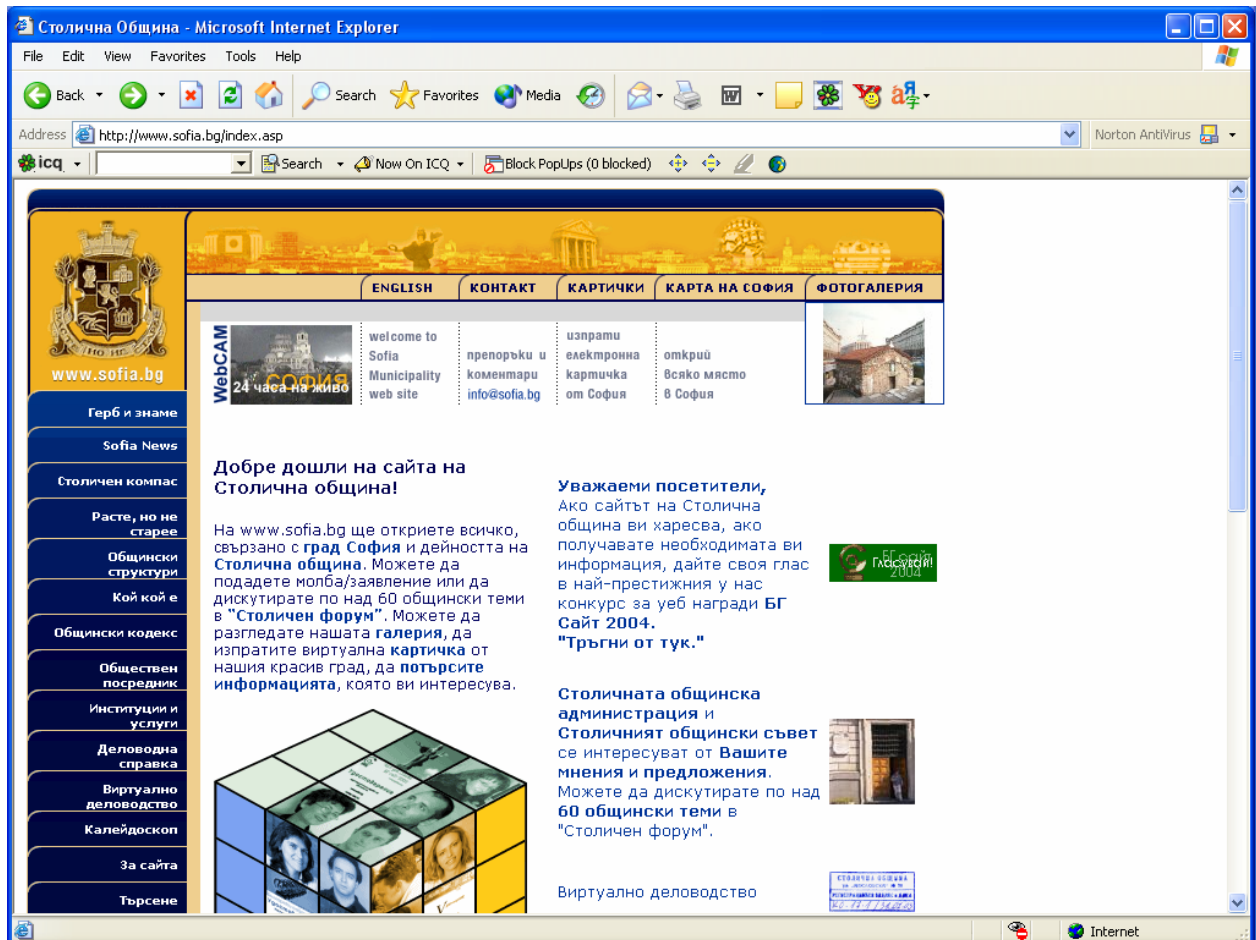
Разбира се, развитието на един веб-сайт е доста динамичен процес и е много вероятно някои от сайтовете на български общини да са в процес на изграждане на такава функционалност, както това личи по някои от вътрешните страници например в сайта на община Бургас, където може да се забележи опция “Карта на сайта”, която обаче засега не е функционираща³¹.

На фона на отсъствието на “карта на сайта” в сайта на Столична община добро впечатление прави наличието на такава в сайта на един от районите на Столична община: Район “Средец”³². Този сайт обаче е на район, а не на община, и като такъв не попада в обхвата на настоящото изследване.

³¹ Виж например <http://www.obstina-bourgass.org/new/administration/index.html>, към август 2004 г. разположено в дясната част на страницата обозначение “Карта на сайта” не функционираше.

³² Виж [http://www.sofia-sredec.com/web/emunis/sredec/home.nsf/vPagesLookup/\\$sitemap~bg?OpenDocument](http://www.sofia-sredec.com/web/emunis/sredec/home.nsf/vPagesLookup/$sitemap~bg?OpenDocument)

Интернет-страницата на Столична община



Дата на посещение: 28 октомври 2004 г.

Оптимизиране на менюто в сайта на Столична община

При измерването по методиката KEeLAN сайтът на Столична община (<http://www.sofia.bg>), разбира се, попадна сред тези, които са “организирани в съответствие с ясно структурирано меню”. Същевременно внимателният наблюдател не може да не забележи недобрата структурираност на основното меню, разположено в лявата част на началната страница на сайта. Към момента на оценяване на сайта основното меню се състоеше от следните елементи:

“Герб и знаме”, “Актуално”, “Sofia News”, “Столичен компас”, “Расте, но не старее”, “Общински структури”, “Кой кой е”, “Общински кодекс”, “Обществен посредник”, “Институции и услуги”, “Деловодна справка”, “Виртуално деловодство”, “Калейдоскоп”, “За сайта”, “Търсене”, “Екозона София”, “Столичен форум”, “Достъп до информация”, “Избори”.

Ще е много по-естествено и удобно за потребителя, ако сегашните опции “Общински структури”, “Институции и услуги”, “Деловодна справка”, “Виртуално деловодство”, “Обществени поръчки”, “Общински кодекс”, “Обществен посредник”, “Достъп до информация” (може и не непременно в тази последователност) бъдат разположени непосредствено една след друга така, че да сформират една група, а останалите - “Герб и знаме”, “Расте, но не старее”, “Столичен компас”, “Кой кой е” (въпреки названието си тази секция представлява по-скоро исторически преглед), “Избори”, “Калейдоскоп”,

“Екозона София” - да оформят друга група. По този начин първата група ще обединява служебно-административните функции на сайта, а втората – информативно-развлекателните.

2. Потребителски интерфейс

Следващият показател - “Характеристики на потребителския интерфейс” – включва следните критерии: “Наличие на раздел *Какво ново*”, “Многоезичност” (установява се наличие на съдържание на 2, 3 или на повече от 3 езика), “Пълнота на друго-езичната версия на сайта” (нивата на функционалност тук са “преведен е целия сайт” или “преведени са извадки от съдържанието”), “Наличие на функционалност, насочена към специфични групи от потребители с увреждания” и “Единство на оформлението на съдържанието из целия сайт”.

Наличието на раздел “Какво ново?” може да бъде организирано общо, чрез ясно структурирано меню, или персонализирано по потребителски групи, фирми или отделни граждани.

Актуалното състояние на новините се оценява в частта “Информация” чрез три дефинирани периода за актуализация: ден, седмица и година.

Многоезиковата поддръжка е разделена по брой поддържани езикови версии и по това дали само част от информацията е преведена на съответния език или целия сайт е преведен.

От разгледаните общински уеб-сайтове, 57 % предлагат двуезикова версия, а само два уеб-сайта имат триезикова версия, като 30 % от всички многоезикови уеб-сайтове са налични изцяло на съответните езици (единият навсякъде е английски), а 28 % от тях предлагат частично преведена информация в сайта.

Достъпността на хора с увреждания и възрастни хора е засегната само до оценка на това дали я има или не, без да се прави уточнение на нивата на достъпност.

Оценяването на показателя “Наличие на функционалност, насочена към специфични групи от потребители с увреждания” беше затруднено поради липсата на обективни критерии, които еднозначно да определят достъпността за всички категории хора с увреждания. Затова бе възприет следния подход: *подобна функционалност ще се приема за налична в сайта само когато в самия сайт изрично е обозначено, че определена негова част, раздел или друг елемент е предназначен именно за хора с определен тип увреждания*. Подобен подход има основания, тъй като от една страна действително е изключително трудно да изгради *целият* сайт така, че да бъде *напълно* достъпен за *всички* категории хора с увреждания, а от друга страна е логично да се очаква, че ако някои от създателите на сайтовете все пак е включил подобна функционалност, то тя би била подобаващо отразена още в началната страница, ако не с друго, то поне с препратка от типа “За хора с увреждания”³³.

За съжаление е много трудно да се очаква в близко бъдеще в България при изработването на уеб-сайтове да се наблюдава спазване дори и на най-елементарните изисквания за достъпност. Основната причина за това е непознаването на тези изисквания от страна както на *поръчителите*, така и на *създателите* на уеб-сайтове. След като този проблем е идентифициран при мащабни изследвания в други много по-

³³ При проведени във връзка с настоящото изследване консултации с хора със зрителни увреждания, те определиха уебсайтовете на община София и Варна за частично достъпни за тях, но потвърждение за достъпността на тези уебсайтове от друга категория хора с увреждания (със слухови или умствени увреждания) не беше направено

напреднали страни³⁴, няма как да очакваме, че в България той ще бъде преодолян бързо.

В своето изследване от април 2004 на тема “Сравнителна оценка на уеб-достъпността и на спазването на техническите стандарти в 4 страни от ЕС”³⁵ авторите Carmen Marincu и Barry McMullin от ирландския Изследователски институт по мрежи и комуникационен инженеринг към Университета в Дъблин (Ирландия) сравняват извадки от уеб-сайтове от 4 страни от ЕС (Ирландия, Великобритания, Франция, Германия), като посочват и как конкретно са включени препоръките на WCAG 1.0 (Web Content Accessibility Guidelines, “Насоки да достъпността на уеб-съдържанието”) във вътрешната нормативната база на всяка от страните: Ирландия³⁶, Великобритания³⁷, Франция³⁸, Германия³⁹. Същото изследване съдържа и една много удобна таблица на съответствията между WCAG 1.0 и елементите от популярния автоматизиран инструмент за безплатна онлайн-диагностика на достъпността на уеб-сайтовете *Bobby* (<http://bobby.watchfire.com/bobby/html/en/index.jsp>), предоставен от Watchfire Corporation.

Всяка общинска администрация може и сама да провери доколко нейният уеб-сайт съответства на WCAG 1.0: след попълване на адреса на сайта в *Bobby* интерактивно се генерира подробен отчет за намерените из сайта несъответствия, групирани по техния вид, като за по-голямо удобство при отстраняването на недостатъците в самия отчет са посочени конкретните редове от HTML-кода, в които са установени несъответствията⁴⁰.

В Приложение 6 е представено резюме на основните насоки на Инициативата за достъпност Web Accessibility Initiative (WAI) на W3C Consortium (<http://www.w3.org/WAI>) в обществените Интернет страници, които са залежали като препоръки за изпълнение в Плана за действие eEurope+, поставящ приоритетите за развитие на информационното общество в България.

Стилът включва съчетанието на цветове, художественото оформление (дизайна) и текста. Изборът му обикновено е “в ръцете” на уебдизайнерите, като добрият резултат се получава тогава, когато е постигнат баланс на цветове, текст, звук и видео изображения, в тясна връзка с предназначението на уеб-сайта. Крайният ефект от добрия стил е по-лесното възприемане на информацията.

Този показател до голяма степен е субективен, но използваната методика го оценява по неговата последователност – дали е еднакъв за целия сайт или е ограничен

³⁴ При проведена от британската "Комисия за правата на хората с увреждания" през 2004 г. анкета върху уеб-достъпността, разпратена до 388 уеб-разработчици, само 25 са си направили труда да отговорят на въпросите, като от тези 25 само 2 (двама) са заявили, че имат познания в тази област. Виж UK Disability Rights Commission. "The Web: Access and Inclusion for Disabled People. A formal investigation conducted by the Disability Rights Commission", URL: <http://www.drc-gb.org/publicationsandreports/2.pdf>

³⁵ <http://eaccess.rince.ie/white-papers/2004/warp-2004-00/warp-2004-00.pdf>, ползвано на 7 Септ. 2004, достъпно също и от http://www.firstmonday.org/issues/issue9_7/marincu/index.html

³⁶ NDA (2001), "Guidelines for Web Accessibility", Irish National Disability Authority (NDA), at <http://accessit.nda.ie/>,

³⁷ OeE (2002), "Guidelines for UK Governmental web sites", Cabinet Office - Office of the e-Envoy, at <http://e-government.cabinetoffice.gov.uk/Resources/WebGuidelines/fs/en>,

³⁸ French Government (1999), "Circulaire du 7 octobre 1999 relative aux sites internet des services et des établissements publics de l'Etat", L'Action de l'Etat et societe de l'information, at <http://www.admi.net/jo/19991012/PRMX9903708C.html>

³⁹ German Government (2002), "Barrierefreie Informationstechnik-Verordnung", DE, at <http://www.webforall-heidelberg.de/html/deutsch/bitv.php>,

⁴⁰ Обзор на редица други безплатни онлайн-инструменти за проверка и за подобряване на достъпността на уеб-страниците може да се ползва тук: <http://www.webaim.org/techniques/articles/freetools/>

до отделни функции, услуги и страници. Резултатите показват, че 78 % от общинските уеб-сайтове следват еднакъв стил за целия сайт.

3. Проучвания за удовлетвореността на потребителите

Този показател отразява наличието в сайта на елементи от типа на въпросници за използваемостта на общинския уеб-сайт, за желанието на потребителите да получават специализирана информация, съобразно техните интереси и начин на живот, както и коментари по организацията на уеб-сайта и въпроси, свързани с политиката на общинската администрация.

Едва четири уеб-сайта предоставят възможност за събиране на специфична информация за потребителите или мнения, свързани с дизайна. Това е показателно за все още слабата заинтересованост на общинските уеб-сайтове да отговорят на конкретните нужди и желания на своите потребители и е присъщо за началния етап на развитие на електронните услуги, когато те все още не се предоставят персонализирано.

4. Многоканален достъп

Един уеб-сайт може да бъде достъпен чрез различни потребителски устройства, като персонален компютър, PDA (Personal Digital Assistant), мобилен телефон (WAP), или чрез едновременно няколко от изброените устройства, всяко от които използва различен софтуер за достъп до Интернет. Различните видове софтуер визуализират по различен начин една уеб-страница и често пъти технологията при създаване на един уеб-сайт ограничава достъпността до него от различни потребителски устройства.

5. Възможност за търсене

Показателят оценява наличността “просто търсене” - само по текст и “разширено търсене” – търсене по теми, дата, услуги и потребители, което може да бъде в целия уеб-сайт или в отделен документ.

Според получените резултати само 54% от общинските уеб-сайтове предоставят възможност за търсене и то от типа “основно търсене”, т.е. търсене само по текст. Разширено търсене може да се прави само в един от уеб-сайтовете.

Трябва да се отбележи, че е необходим по-детайлен анализ на възможностите за търсене, защото българската практика показва, че дори водещи седмичници дълго време не поддържаха добри търсачки, а за някои публични институции беше практически невъзможно да се използват всички възможности на търсачките (защото не са описани на съответните сайтове). Разбира се, в повечето случаи информацията в сайтовете на общините не е толкова голяма, колкото в един вестник или надзорен орган, който предоставя огромно количество информация във вид на бази данни.

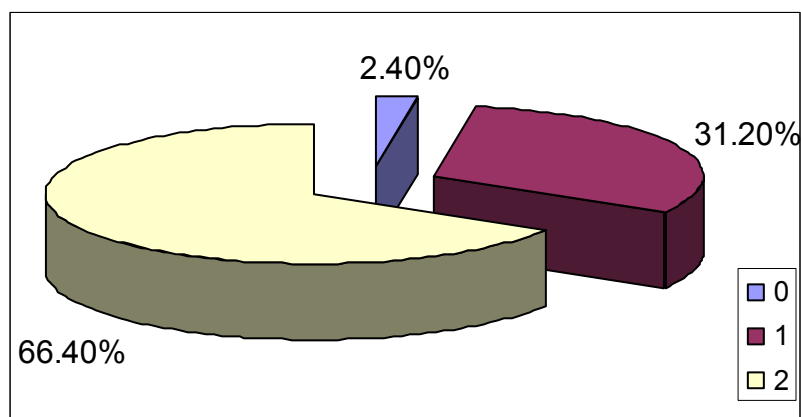
6. Помощни страници

Индикаторът може да се каже “прости помощни страници”, на които да се приемат въпроси, свързани с отделна услуга, организиран със стандартно падащо меню или списък на често задавани въпроси; “разширен онлайн помощник”, с възможност за въпроси, свързани със специфична услуга, често пъти организиран в комбинация с падащо меню; “външен помощник”, който е професионален помощник, упълномощен

от администрацията да извършва същите услуги, но извън общинската администрация (има посочен номер за контакт с него, който е различен от посочения номер на контактното лице от общинската администрация).

Нито един от общинските уеб-сайтове не е предвидил тази възможност в улеснение на своите потребители – това важи дори и за тези уеб-сайтове, които предлагат повече електронни услуги.

ГРАФИКА 9. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА УЕБ-САЙТОВЕТЕ ПО ПОКОЛЕНИЕ НА ПОЛЗВАЕМОСТТА



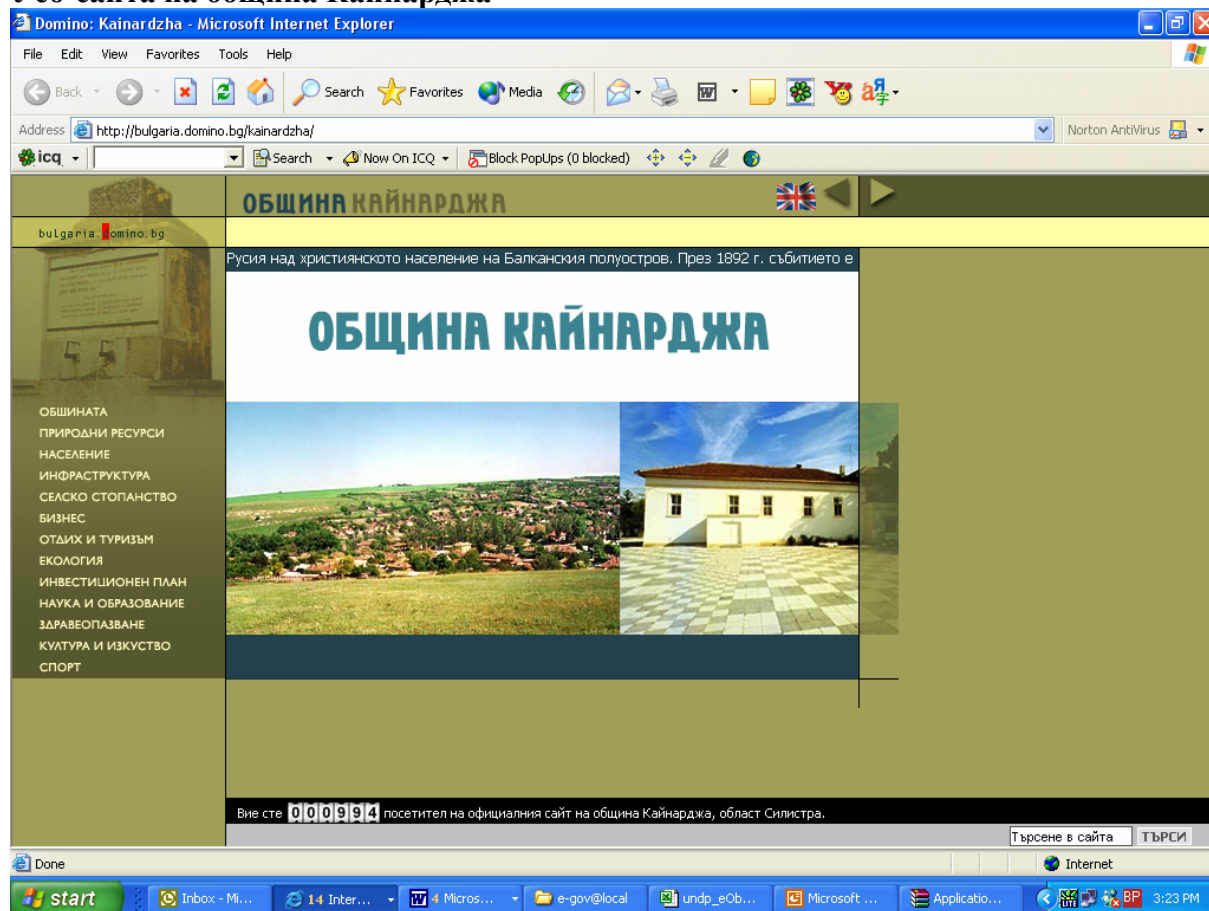
Източник: Фондация “Приложни изследвания и комуникации”

Обобщените данни за поколението на уеб-сайтовете по категорията ползваеост показват най-добро развитие в сравнение с останалите категории – само тук средното поколение при закръгление е 2 (1.64). Две трети от сайтовете на общините в тази категория се намират в поколение 2 – “**еднопосочно взаимодействие**”. Сред най-добрите пет общини се нареждат: Елхово, София, Свищов, Кайнарджа и Болярво. Три от тези пет сайта се поддържат от Домино (без София и Свищов).

Заслужава отбелязване факта присъствието сред 5-те най-добри на малка община като Канайрджа, област Силистра с население от по-малко от 6,000 души разпръснати в 15 села. Вероятно положителен фактор за това е и включването на читалище “Отец Паисии”⁴¹ в Проект “Читалища” на ПРООН и Министерство на културата. За съжаление обаче, информацията не е осъвременявана от близо две години. Броячът показваше около 1000 посещения, и за съжаление не брой само уникалните посещения. Сайтът на Елхово беше обновен за последно през март 2004 г.

⁴¹ <http://www.chitalishte.bg/pageview.php?chitid=406>

Уеб-сайта на община Кайнарджа



Дата на посещение: 1 ноември, 2004 г.

Някои допълнителни препоръки по *ползваемостта* на сайтовете

По принцип за цялата информация в уеб-сайта на общинската администрация следва да се прилага изискването да е оформена по начин, който я прави подходяща и удобна за ползване от потребител *пред екрана на компютър*.

Същевременно не трябва да се забравя, че за различни специфични части от предлаганата в Интернет информация е добре да се спазват и няколко *други*, съвсем елементарни, но значително улесняващи потребителя *изисквания*.

Най-общо казано, определена част от информацията следва да бъде представена по начин, който:

1. Улеснява отпечатването (*принтирането*) върху хартия стандартен формат.

За целта е уместно поне за част от информацията да се осигури в уеб-сайта и версия "подходяща за принтер" ("printer-friendly").

2. Улеснява записването (изтеглянето, "даунлоудването") на части от информацията за използване от потребителя не само в момента, а и в *друго* време, както и на *друго* място (и съответно на друг компютър).

За целта е добре информацията да е достъпна за изтегляне и записване под формата на отделни *неголеми файлове* (което ще позволи при необходимост потребителят да я пренесе - например чрез дискети - на друг компютър), както и *във файлов формат*, който потребителят да може да ползва независимо от вида на

компютъра и на операционната система (например за текстово съдържание универсално най-широко приложим е форматът **RTF**).

3. Улеснява операцията *Copy/Paste* от страна на потребителя.

Когато потребителят не може, не желае или няма време

- да прочете (в момента и на място от екрана),
- да отпечата, или
- да си запише във вид файл за последващо ползване

необходимата му информация, той би трябвало да получи поне възможността да *маркира* върху екрана тази част от текста, която му е нужна, и чрез стандартните команди *Copy* и *Paste* да я пренесе на друго място, в друг файл, който след това вече да отпечата или запише с цел да го ползва в друго време и на друго място.

За съжаление много често осъществяването именно на тази елементарна операция - маркиране на част от текста с последващо прилагане на командите *Copy* и *Paste* - се оказва силно затруднено поради самия начин на представяне на информацията в уеб-сайтовете. (Най-честите и най-дразнещи потребителите проблеми са свързани с разместването на редовете на текста след пренасянето му с *Copy* и *Paste*, появата на дълги ненужни интервали, които след това трябва да се отстраняват на ръка, и др.)

Формиране на политика (POLICY MAKING)

Чрез анализа на тази група услуги се оценява развитието на електронната демокрация на местно ниво, като важен елемент на електронното правителство. Тя се постига чрез създаване на възможности за диалог в онлайн обществени форуми. Хората очакват чрез обществените уеб-сайтове да могат да изразяват своите мнения и предложения към администрацията по отношение на въпроси от обществен интерес. Те очакват от администрацията да вземе предвид техните мнения и предложения при формиране на своята политика, както и да получат потвърждение за това, че становището им по даден въпрос, дискутиран от общинския съвет, е било разгледано, независимо от това дали е било одобрено и взето под внимание или не.

Оценката на “обществената политика” се извършва по общо 20 критерия, групирани по посока на нарастване на тяхната сложност по следния начин:

1. наличие на пощенски адрес на общината/кмета (2 възможности за отговор);
2. наличие на телефонни номера на членовете на общинския съвет и/или кмета (3 възможности за отговор);
3. наличие на адрес на електронна поща на членовете на общинския съвет и/или кмета (3 възможности за отговор);
4. кратко, частично или пълно описание на отделните структурни единици в общинската администрация, даващо информация за техните отговорности, бюджет, планове и програми (4 възможности за отговор);
5. публикувани онлайн документи на общинската администрация – протоколи от заседания и решения, или има и общински обяви, или има и доклади от проучвания и градоустройствени планове (4 възможности за отговор);

6. възможност за дискуссионен форум в реално време, при който се извършва комуникация чрез писане на текст (“чат”) с членовете на общинския съвет и/или кмета (4 възможности за отговор);
7. дискуссионен форум, свързан с работата на общинския съвет (2 възможности за отговор);
8. осигурена ли е възможност някой от потребителите да се обърне с молба да получи информация за срещите на общинския съвет и резюме на взетите решения (2 възможности за отговор);
9. осигурена ли е възможност за подаване на молба за включване на даден въпрос в дневния ред на общинския съвет (2 възможности за отговор);
10. уеб-сайтът има ли индикация за автоматично целенасочено информизиране на гражданите и бизнеса за политически въпроси от техен интерес, чрез разделяне по райони (2 възможности за отговор);
11. има ли възможност за анонимно електронно гласуване във връзка с въпроси по политиката на общинския съвет (2 възможности за отговор);
12. има ли възможност някой от потребителите да инициира такова гласуване (2 възможности за отговор);
13. има ли възможност някой от потребителите да инициира дискусия (2 възможности за отговор);
14. при наличие на дискуссионен форум: той следи ли се от общинската администрация (чрез актуализация и/или даване на официален отговор на поставените мнения ежедневно, ежеседмично или ежемесечно) (4 възможности за отговор);
15. резултатите от дискуссионния форум взимат ли се предвид при провеждането на политиката в общината (2 възможности за отговор);
16. резултатите от анонимното електронно гласуване взимат ли се предвид при провеждането на политиката в общината (2 възможности за отговор);
17. има ли възможност за официално електронно гласуване за избор на общински съвет или кмет (2 възможности за отговор);
18. електронното гласуване узаконено ли е в общината (2 възможности за отговор);
19. резултатите от електронно гласуване взимат ли се предвид при провеждането на политиката в общината, ако то не е узаконено (2 възможности за отговор);
20. има ли отделен “помощник” за тази група услуги (4 възможности за отговор). (“Помощникът” и тук може да бъде “основен”, “разширен” и “външен”).

От общо 125 изследвани уеб-сайтове на общинските администрации по отношение на публикуваните онлайн пощенски адрес, телефони номера и адрес на електронна поща на членовете на общинския съвет и/или кмета:

- 35 уеб-сайта имат и трите показателя;
- 16 уеб-сайта нямат и трите показателя;
- 27 уеб-сайта нямат пощенски адрес, (98 уеб-сайта имат пощенски адрес);
- 29 уеб-сайта нямат телефонни номера;
- 21 уеб-сайта имат само един телефонен номер;

- 75 уеб-сайта имат и персонални телефонни номера;
- 72 уеб-сайта нямат адрес на електронна поща;
- 33 уеб-сайта имат само един общ адрес на електронна поща;
- 20 уеб-сайта имат и персонални адреси на електронна поща.

По отношение на описанието на отделните структурни единици в общинската администрация:

- 19 уеб-сайта нямат описание на структурата и функциите на общинската администрация;
- 99 уеб-сайта дават общо описание на структурата на общинската администрация
- 6 уеб-сайта дават малко по-подробно описание на структурата и функциите на общинската администрация;
- 1 уеб-сайт (на община Бургас) дава детайлно описание на структурата и функциите на общинската администрация.

Община Бургас – Администрация

The screenshot shows the website of the Bourgas Municipality Administration. The main content area displays the organizational structure under the heading "Разпределение по етажи" (Distribution by floors).

Партер

партер	Н-к отдел "Връзки с обществеността и международно сътрудничество"	843016
партер	Център за обслужване на гражданите	841491
партер	деловодство	231
партер	деловодство ТСУ	314
партер	гражданско състояние	311
партер	жалби	232
партер	ЕСГРАОН	312, 313

Първи етаж

101	Кмет	841313
102	Сътрудник	840286
103	Дирекция "Отбранително-мобилизационна подготовка и обществен ред"	843841
104	Зам. Кмет: Имуществено и финанси	841315
105	Сътрудник	843037
106	Сътрудник	840201
107	Главен секретар	842068
108	Сътрудник	841300

The website also features a navigation menu on the left with categories like "ОБЩИНСКА АДМИНИСТРАЦИЯ", "УСТРОЙСТВЕН ПРАВИЛНИК", "СТРУКТУРА", and "ЗАКОН ЗА МЕСТНОТО САМОУПРАВЛЕНИЕ И МЕСТНАТА АДМИНИСТРАЦИЯ". On the right, there is an "АНКЕТА" (Survey) section and a "Бургаски справочник" (Burgas directory).

Дата на посещение: 28 октомври, 2004 г.

По отношение на публикувани онлайн документи на общинската администрация:

- 86 уеб-сайта нямат публикувани онлайн документи на общинската администрация;
- 31 уеб-сайта публикуват онлайн протоколи от заседания и решения на общинската администрация; 7 уеб-сайта публикуват онлайн освен протоколи от заседания и решения на общинската администрация и общински обяви;

Към датата на оценяване на сайтовете като пример за подробно отразяване на заседанията и решенията на сесиите на общинските съвети може да се дае сайта на Ямбол, който към 29 октомври 2004 г. обаче дава информация за осмата сесия (25 юни – 2 юли 2004 г.), като няма индикация дали има проведена сесия след това (http://www.obshtinayambol.org/os_resheniq8.html). Нещо повече, информацията от културния афиш е актуална към същата седмица (до 4 юли), което означава, че сайта не се обновява много често. Недостатък е, че се дават фактическите решения на съвета, като съпътстващата документация (дори когато е публична информация) липсва. Подобен е случаят с приетият на тази сесия План за работа на общинския съвет до края на 2004 г., който липсва на страницата.

Община Ямбол – решения на общинския съвет

Дата на посещение: 29 октомври 2004 г.

От получените резултати по оценяването показатели се забелязва, че нито един общински веб-сайт не предоставя възможност на своите потребители да се обръщат с молба към общинската администрация за получаване на информация по електронен път за срещите на общинския съвет и резюме на взетите решения, както и да поставят отделни въпроси в дневния ред на общинския съвет. Веб-сайтовете не генерират автоматично информация, насочена към гражданите и бизнеса за политически въпроси от техен интерес.

Само в един от 20 веб-сайтове, които предлагат дискуссионен форум, е осигурена възможност потребителите да инициират дискусия (веб-сайтът на община Русе). Дискусиите на форума на сайта на Община Русе се свеждат до обсъждането на

актуални проблеми на града - бездомните кучета, осветление, сметосъбиране, канализация, общински автотранспорт, незаконни заграждения, ремонт на улици и други, почти всичките започнати от граждани. На подадените сигнали отговаря администратор, който дава информация какво има намерение да направи общината по различни проблеми (каквото са бездомните кучета и контейнерите за смет например). На 28.10.2004 г. администраторът на форума е открил и нова тема "Питайте за ЕС", който вероятно също ще предизвика активността, с която се задават въпроси относно проблемите на град Русе.

Дискусионен форум на Интернет-страницата на Община Русе

www.rousse.bg

Община Русе
Добре гошли!

ENGLISH Карта на сайта Фотогалерия Търсене В новините Търси

Форум за проблемите на град Русе

Нова тема | Начало | Търсене По-стари съобщения

Тени	Автор	Дата
<input type="checkbox"/> Отново за бездомните кучета ново	ADMINISTRATOR	09-02-04 14:40
<input type="checkbox"/> Re: Отново за бездомните кучета ново	Atanas	09-02-04 22:56
<input type="checkbox"/> Re: Отново за бездомните кучета ново	Красимир	10-11-04 16:41
<input type="checkbox"/> Re: Отново за бездомните кучета ново	Даниел Цанев	09-03-04 13:43
<input type="checkbox"/> Re: Грешно зададена тема ново	BREV LUS	09-06-04 14:48
<input type="checkbox"/> Re: Отново за бездомните кучета ново	Антон Паунков	09-07-04 09:28
<input type="checkbox"/> Re: Отново за бездомните кучета ново	Rossi Davis	09-27-04 20:32
<input type="checkbox"/> Re: Отново за бездомните кучета ново	аксиния Маринова	09-06-04 16:53
<input type="checkbox"/> Re: Отново за бездомните кучета ново	Тонка Petrova	09-06-04 19:41
<input type="checkbox"/> Re: Отново за бездомните кучета ново	Ценка Златева	09-10-04 17:07
<input type="checkbox"/> Re: Отново за бездомните кучета ново	Мария	09-06-04 19:43
<input type="checkbox"/> Re: Отново за бездомните кучета ново	Теодора Колчева	09-07-04 08:49
<input type="checkbox"/> Re: Отново за бездомните кучета ново	Теодора Колчева	09-07-04 11:03
<input type="checkbox"/> Re: Отново за бездомните кучета ново	Александър	09-07-04 12:09
<input type="checkbox"/> Eutanaziata ne e podhod za razrebenie na problema ново	Marta Geotgieva	09-07-04 15:52

Дата на посещение: 28 октомври, 2004 г.

Само в един веб-сайт (на Община Хасково) има възможност за анонимно електронно гласуване, но няма информация за това дали резултатите от него се взимат предвид при провеждането на политиката в общината. Положителен факт е, че сървърът им разпознава IP адреса и блокира многократното гласуване. Това е наложително пояснение, защото дори в популярни медии това понякога се случва.

Анкетни на Интернет-страницата на Община Хасково

Община Хасково - официален сайт - Microsoft Internet Explorer

Address: <http://haskovo.bg/main.php?module=poll&PHPSESSID=b91a60e2aaf653bd2d16bb79be5963ef>

28-10-2004

Haskovo.bg

Седмична анкета

Ще подкрепите ли кампания да не хвърляме боклуци през тераси и балкони?

Да
 Не

Гласувай

Управление

Да (90.7%)
 Не (9.3%)

Забрави чакането!

Новини

15-Окт-2004 - XXIX МУЗИКАЛНИ ДНИ "НЕДЯЛКА СИМЕОНОВА" ХАСКОВО 2004 25 - 27 ОКТОМВРИ

25.10. 2004 г., Понеделник- 18.30 часа ДКТ "Иван Димов"

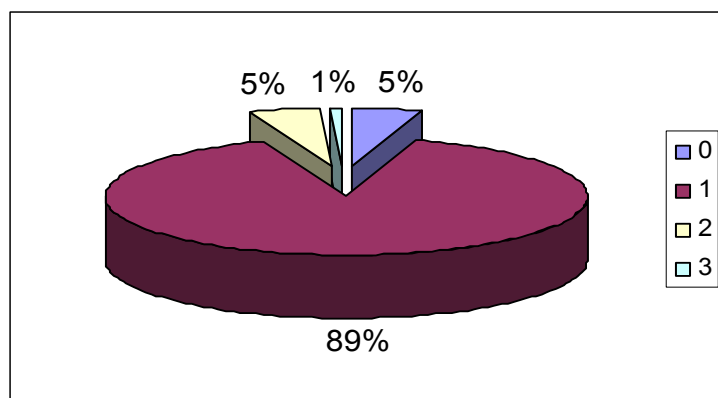
КОНЦЕРТ НА СИМФОНИЧЕН ОРКЕСТЪР ... [прочети повече](#)

15-Окт-2004 - ДЕН БЕЗ СМЪРТ ПО УЛИЦАТА ХАСКОВО, 16 ОКТОМВРИ 2004г.

Дата на посещение: 28 октомври, 2004 г.

Всички останали показатели, отнасящи се до дискуссионните форуми и електронното гласуване, както и наличието на "помощник" не са получили положителен отговор.

Графика 10. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА УЕБ-САЙТОВЕТЕ ПО ПОКОЛЕНИЕ НА ФОРМИРАНЕ НА ПОЛИТИКА



Източник: Фондация "Приложни изследвания и комуникации"

Категорията "Формиране на политика" е единствената, в която има сайт от категория 3 "двупосочно взаимодействие" (Русе). Тя е и втората категория по осреднено поколение (1.02).

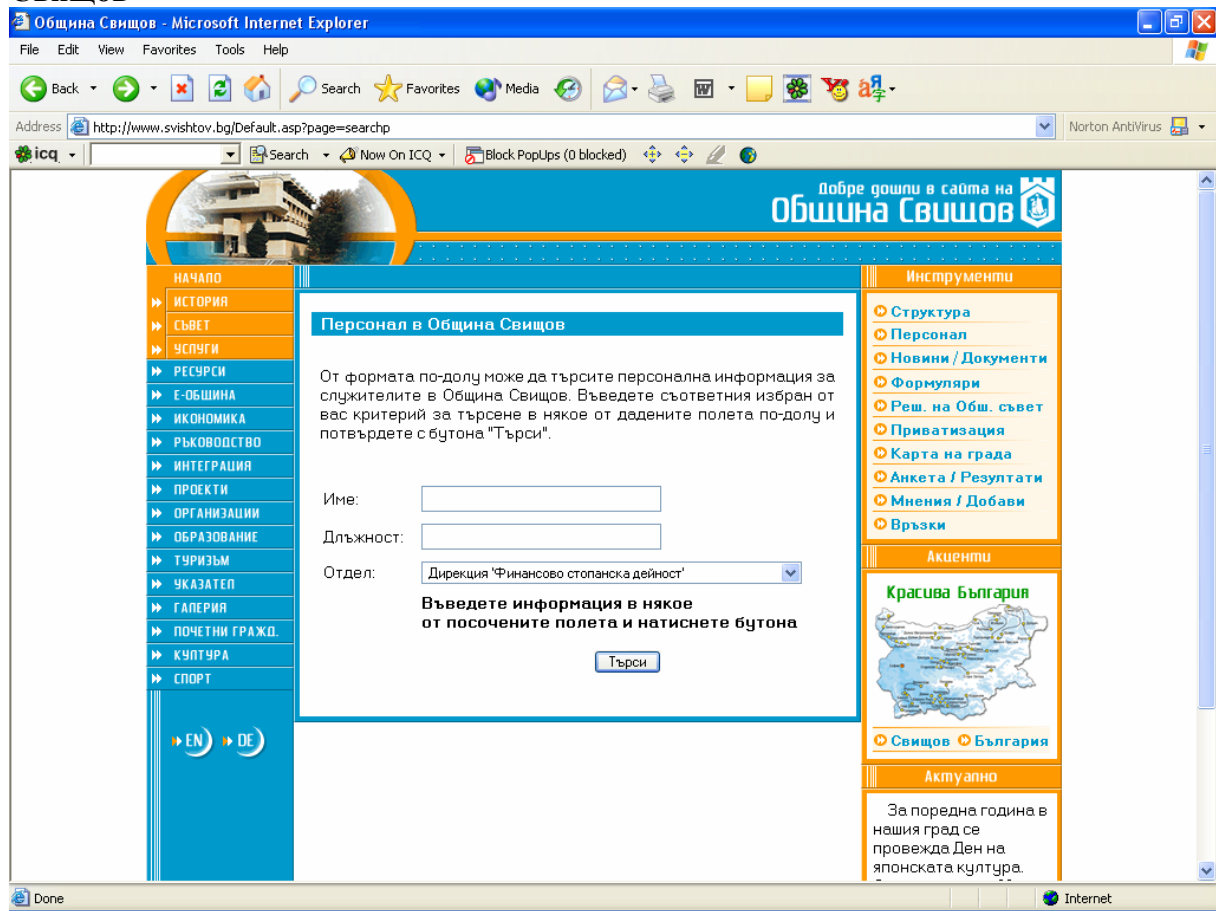
Въпреки, че фокусът на изследването тук е уеб-присъствието и предоставянето на услуги, интеракция и трансформация чрез Интернет, си заслужава да се спомене един експеримент, по същество – използване на електронни средства в полза на разширяване базата на формиране на обществена политика в Априлци още през 2000 година. Там кметът беше организиран местната кабелна телевизия да предава сесиите на общинския съвет, като беше осигурил няколко телефона за връзка в залата, където се провеждаха сесиите, така че всички заинтересовани да могат да участват.

Информация

Информационните услуги (в групата услуги **“Информация”**) също биха могли да се разгледат отделно като изключително важни, тъй като актуалната и изчерпателна информация, предоставяна от общината, е най-търсената услуга от гражданите и бизнеса. Те се оценяват по общо 10 критерия:

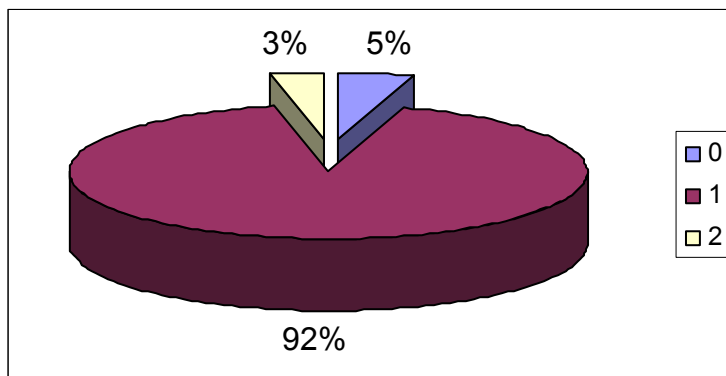
1. наличие на основни данни за контакт с общината: пощенски адрес, телефонен номер и работно време (2 възможности за отговор);
2. наличие на общ адрес на електронна поща за контакт с администрацията (2 възможности за отговор);
3. наличие на географски карти и обща туристическа информация за общината (2 възможности за отговор);
4. наличие на адреси на здравните заведения в общината, лекари и аптеки, полицейски участъци, пожарни служби и други (2 възможности за отговор);
5. наличие на местни новини и събития, информацията за които се актуализира веднъж на ден, на седмица или на месец (4 възможности за отговор);
6. възможност за получаване на персонализирана информация, чрез абонамент (2 възможности за отговор);
7. наличие на “книга за гости”, където може да се оставят съобщения (2 възможности за отговор);
8. възможност за подаване на молба по електронна поща или онлайн чрез електронна форма за услуги, извън предлаганите официално от общината, но свързани с работата на общината (3 възможности за отговор);
9. възможност за подаване на молба по електронна поща, чрез снемане на електронна форма или онлайн чрез електронна форма за получаване на определена информация от общината, извън предлаганите официално общински услуги, по електронен път (3 възможности за отговор);
10. наличие на отделен “помощник” за тази група услуги (4 възможности за отговор).

Възможност за търсене на персонална информация за служители на Община Свищов



Дата на посещение: 28 октомври, 2004 г.

ГРАФИКА 11. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА УЕБ-САЙТОВЕТЕ ПО ПОКОЛЕНИЕ НА ИНФОРМАЦИЯ



Източник: Фондация "Приложни изследвания и комуникации"

Средното поколение в категория информация е практически първо ниво (0.98). Едва 3 % от общините се намират във второ ниво – това са София, Стралджа и Каварна. Специална похвала заслужава община Каварна защото постигна това ниво само за няколко месеца след последните метсни избори, главно заради визията на новия кмет.

Уеб-сайтът на община Каварна



Дата на посещение: 1 ноември 2004 г.

Останалите седем групи услуги: “Икономическо развитие”, “Лични документи”, “Социално подпомагане”, “Образование”, “Разрешения за строителство”, “Околна среда” и “Култура и свободно време” се оценяват по еднакви 19 критерии:

1. наличие на основни данни за контакт с общината във връзка с конкретната услуга: пощенски адрес и/или телефонен номер и работно време на общинската структура, предоставяща услугата (2 възможности за отговор);
2. наличие на адрес на електронна поща на съответната общинска структура (4 възможности за отговор);
3. възможно ли е потребителите да подават по пощата молба за съответната услуга (3 възможности за отговор);
4. възможно ли е потребителите да подават по електронен път молба за съответната услуга (4 възможности за отговор);
5. възможност за снемане на електронни формуляри за извършваната услуга, които след това да бъдат подавани по традиционните начини в общината (2 възможности за отговор);
6. възможност за онлайн кандидатстване за съответната услуга (2 възможности за отговор);

7. възможност за снемане на електронни формуляри за извършваната услуга, които след това да бъдат подавани по електронен път в общината (3 възможности за отговор);
8. възможност за онлайн попълване и изпращане на електронни формуляри за извършваната услуга (2 възможности за отговор);
9. в случай на електронно подаване на документите за съответната услуга, какъв тип база данни използва администрацията – вътрешна (администрирана от самата община) или външна (администрирана от друг държавен орган) (3 възможности за отговор);
10. услугата изисква ли вход с парола (2 възможности за отговор);
11. услугата изисква ли използването на специален сървър за осъществяване на защитени връзки (при извършване на електронни разплащания и предоставяне на лични данни) (2 възможности за отговор);
12. услугата изисква ли използването на PKI (Public Key Infrastructure) за сигурни електронни комуникации на местно ниво (2 възможности за отговор);
13. уеб-сайтът предоставя ли динамично информация по въпроси, свързани със съответната услуга (2 възможности за отговор);
14. уеб-сайтът информира ли персонализирано гражданите и бизнеса по въпроси, свързани със съответната услуга (2 възможности за отговор);
15. възможност за онлайн проследяване на подадените лични данни (3 възможности за отговор);
16. възможност за онлайн промяна в подадените лични данни (3 възможности за отговор);
17. възможност за онлайн проследяване на движението на подадените документи (3 възможности за отговор);
18. ако услугата изисква плащане, уеб-сайтът генерира ли фактура заедно с възможността за електронни разплащания или фактурата се изпраща по пощата (3 възможности за отговор);
19. наличие на отделен “помощник” за тази група услуги (4 възможности за отговор).

За всяка от оценяваните групи услуги има отделна класация.

Най-широко представяне на общините има по отношение на “Формиране на политика” и “Информация”, където са класирани 119 общини.

Ето някои допълнителни обобщени данни за това, колко уеб-сайтове за били оценявани (участват в класирането):

“Икономическо развитие” – 43 общини, “Лични документи” – 22 общини, “Социално подпомагане” – 1 община (Свищов), “Образование” – 21 общини, “Разрешения за строителство” – 17 общини, “Околна среда” – 5 общини и “Култура и свободно време” – 29 общини.

В останалите услуги или по-точно категории услуги най-развити (в смисъл на наличие на сайт с поколение 2) се оказват разрешенията за строителство и икономическо развитие – в Хасково и лични документи – във Варна, докато останалите са с максимално поколение 1.

ТАБЛИЦА 6. РАЗПРЕДЕЛЕНИЯ ПО ПОКОЛЕНИЯ И ТИП УСЛУГИ НА ОБЩИНСКИТЕ САЙТОВЕ

Поколение	Разрешения за строителство	Икономическо развитие	Лични документи	Околна среда	Кредити и заеми	Образование	Култура и свободно време
0	95.20%	65.60%	84%	96.00%	99.20%	88.80%	92.80%
1	4%	33.60%	15.20%	4.00%	0.80%	11.20%	7.20%
2	0.80%	0.80%	0.80%				

Източник: Фондация “Приложни изследвания и комуникации”

Най-добре развитите сайтове на общини по отношение околна среда са тези на Бургас, Несебър, Раднево, Горна Оряховица и Кубрат. Прави впечатление, че и в петте общини има сериозни екологични рискове (нефт, мини, депа за отпадъци, критична инфраструктура и логистични центрове), което обяснява и наличието на съответната информация в уеб-сайтовете на общините. Въпреки че отново има проблем с осъвременяемостта на данните (например данните за Кубрат са към 2001 година) е положително, че все пак го има. Нещо повече те са доста по-критични от това, което може да се намери на страниците на Софийска община например (т.нар. Екозона София – която представя Програма Местен Дневен ред 21 и не предоставя актуална рискова информация за самата екологична обстановка).

Бургас и Добрич се представят най-добре по представимостта на услугите/информацията свързана с образованието, а Мездра, Добрич и Ямбол – по отношение на култура и свободно време. Вероятно отсъствието на големите образователни и развлекателни центрове от тази класация може да се обясни, че при тях функционират множество частни портали и специализирани издания, които предоставят далеч по-развити услуги и в по-голям обем. Така се обезсмисля инвестирането на общински ресурс в поддържането на такава информация и проблема се решава с препращането към съответните доставчици на такива услуги (които имат онлайн присъствие) – както е примерът със София (<http://www.sofia.bg/kompas.asp>).

Клъстерен анализ на данните, получени по методиката KEE LAN

Състоянието и видът на един общински уеб-сайт са повлияни от различни ендогенни и екзогенни фактори. Те варират от една страна по отношение на редица макроикономически и обективни условия като конкретните конюнктурни, инфраструктурни и социално-икономически възможности на общината, пряко повлияни от гео-политическото развитие на региона. От друга страна важно място при оценката на нивото на развитие на електронното правителство оказват и мотивационните условия, свързани с използването на ИКТ и разбиране за основните предимства, които предлагат те. Данните недвусмислено показват, че икономическото развитие на дадена община не оказва значимо влияние върху развитието на нейния сайт, дори напротив – наблюдава се по-скоро обратна зависимост – по-слабо развитите икономически общини имат като цяло по-добре работещи сайтове, предлагащи повече административни услуги за гражданите и намиращи се в по-горно поколение, отколкото по-голямата част от икономически развитите общински и най-вече областни центрове. Това вероятно се дължи на фактори като донорската помощ, която се насочва към по-бедните и малки общини (например Хасково, Кърджали и Тетевен), както и че често кметовете на по-малките общини или дори села искат бързи резултати, искат да демонстрират, че са “модерни” или да привлекат медийно, инвестиционно или туристическо внимание (например Каварна, Габрово, и с. Пали лула, Монтанско).

Стандартните статистически и емпирични процедури на анализ са до голяма степен ограничаващи, тъй като разглеждат взаимодействието на конкретен фактор само в контекста на връзките и интеракциите му само с друг индивидуален фактор. Важно обаче е не само да бъдат разгледани отделните индивидуални страни при взаимодействието между явленията, а да се наблюдават и тяхната взаимосвързаност и въздействията на факторите в тяхната съвкупност. На помощ в този случай идват многомерните статистически методи. В този смисъл голям практически интерес представлява разкриването на вътрешната структура на съвкупността от Интернет сайтове на изследваните общини от гледна точка на общите и различните характеристики между тях. В по-конкретен смисъл необходимо да се направи класификация на общините според значението на изследваните индикатори.

Практическото класифициране на елементите в една съвкупност има няколко смисъла. На първо място необходимо е да се идентифицират основните групи, в които попадат общините според нивото на развитие на електронното предоставяните услуги на населението. С други думи ако приемем, че развитието на общинския Интернет сайт представлява косвен измерител за нивото на електронното правителство, то по този начин можем да получим и оценка за неговото състояние общо в страната. Разкриването на еднаквост или различие по отношение на тази проблематика би разкрила особеностите на вътрешната структура. От друга страна може да се установи значимостта и силата на въздействие на различните фактори, формиращи добре работещия Интернет сайт на общината..

Фактът, че класификацията на елементите на една съвкупност е необходимо да се извърши въз основа на множество признаци, прави клъстер-анализа особено подходящ метод за това. Резултатите от него генерират един обобщаващ образ на съответната група и позволяват сравняването на отделните елементи според индивидуалните им показания⁴².

⁴² Клъстерният анализ е итерационна процедура, при която единиците от изследваната съвкупност се класифицират в определен брой групи, наречени клъстери, на базата на определен набор от признаци (променливи). Целта на клъстер-анализа е да се групират n на брой елементи (обекти, наблюдения, единици) в k на брой кластери, като се

Анализът включва различни по вид обединяващи процедури или още известни като “дървовидни” алгоритми. Основната им цел е последователно да обединяват единиците от съвкупността във все по-големи кластери, използвайки стойностите на специфични мерни единици за разстояние и отдалеченост между тях. Основният практически резултат от тази процедура е т. нар. “йерархично дърво” (дендограма). При този тип процедура в първоначалния момент всеки един отделен обект (наблюдение) представлява собствена група (клъстер)⁴³.

За целите на настоящия анализ, в класификационния модел са включени онези индикатори, които показват броя на услугите, предлагани от общинската администрация по Интернет. Услугите от този тип, както стана известно от предишните глави, са дефинирани като „поколения”. По конкретно на анализ бяха подложени следните променливи:

1. Използваемост на сайта
2. Формиране на политики
3. Социално икономическо развитие
4. Лични документи
5. Кредити и заеми
6. Степен на предлаганата информация
7. Образование
8. Разрешителни за строителство
9. Околна среда
10. Култура и свободно време.

Графика 12. СРЕДНО УНИФИЦИРАНО РАЗСТОЯНИЕ МЕЖДУ КЛЪСТЕРИТЕ

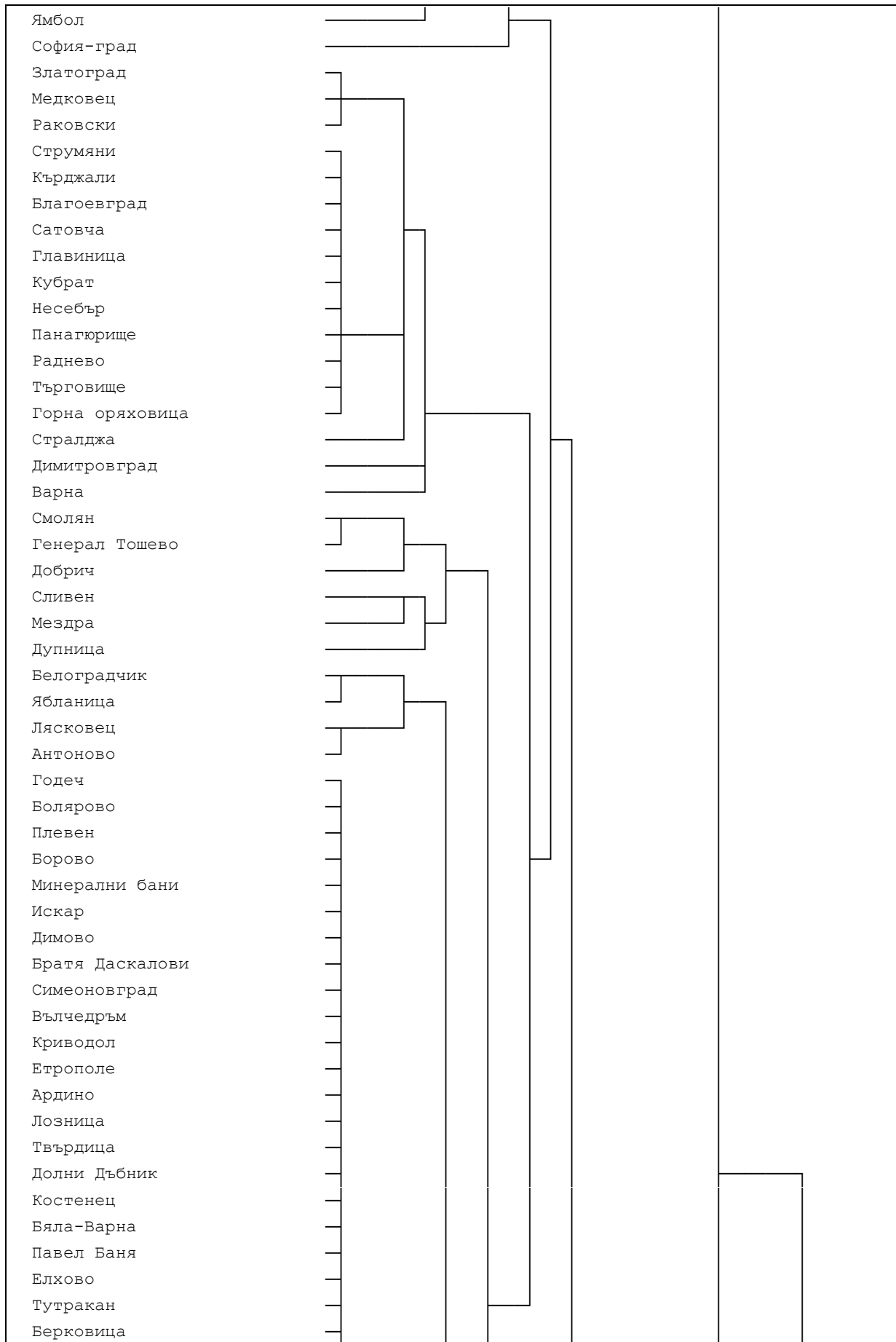


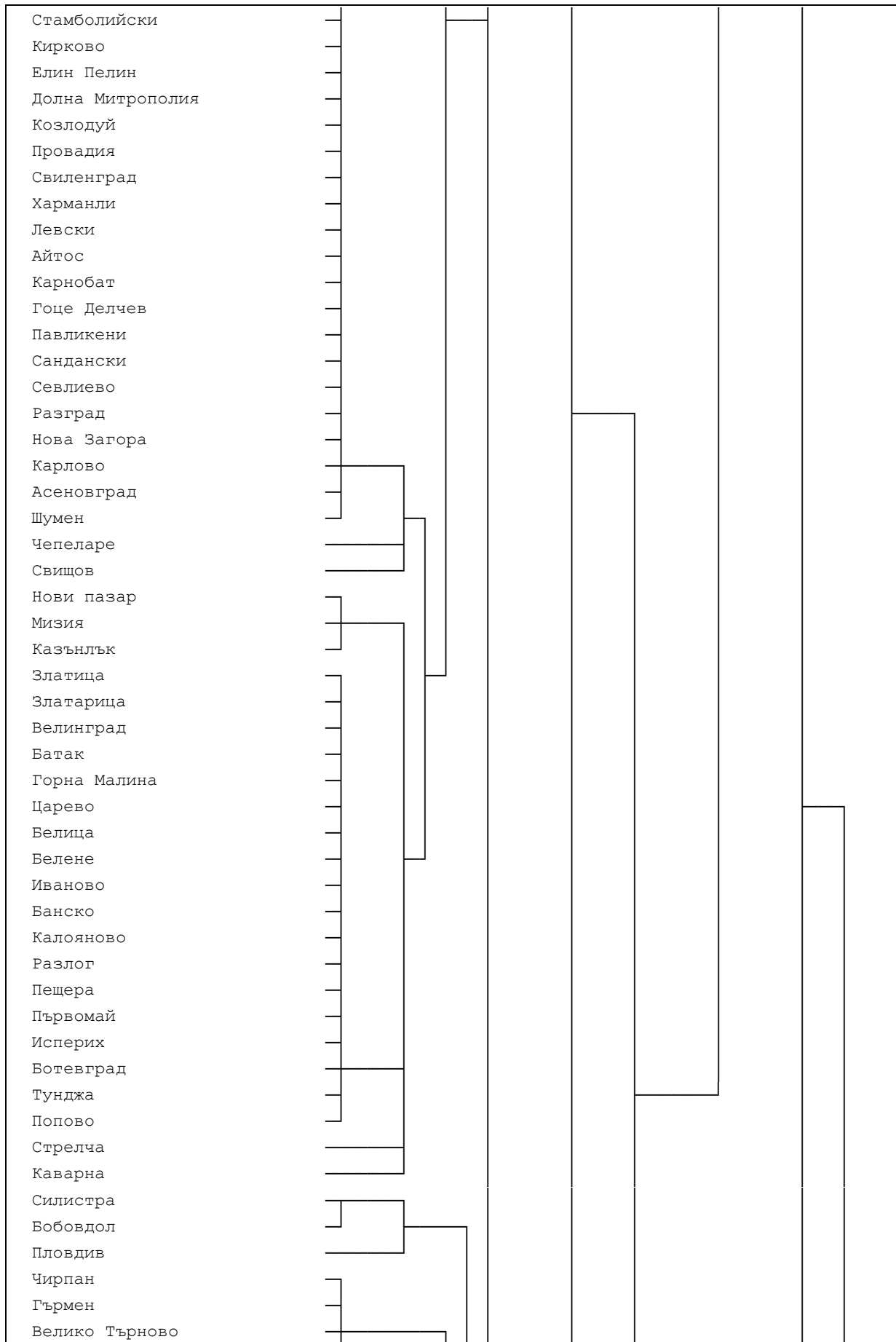
използват p на брой признака. Този тип анализ включва поредица от практически изчислителни процедури, чиито основни характеристики са:

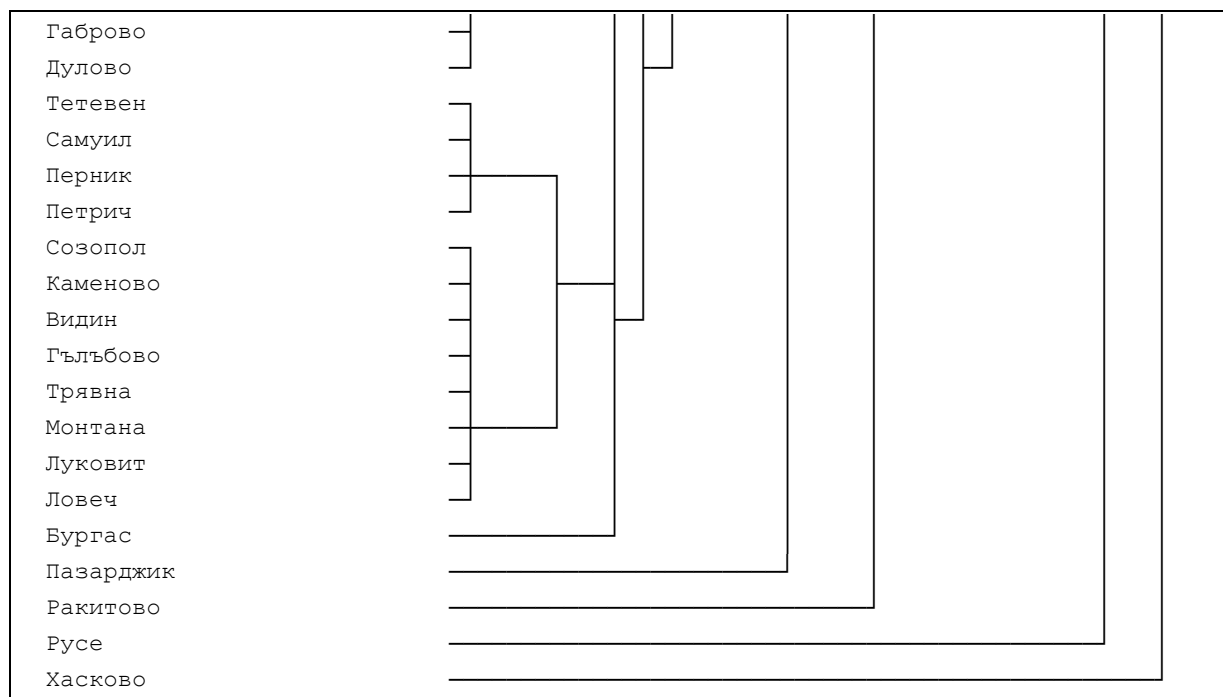
- Формиране на подгрупи в изследваната съвкупност (кълъстери), като в тях влизат определен брой променливи или наблюдения.
- Като входящи данни се използват матрица на съответствията между отделните елементи. Пример за това може да послужи корелационната матрица, макар и не винаги да се използва в чистия си вид.
- Използват се данни, представени на всички видове скали
- Предполага се априори, че съвкупността съдържа кластери, които са сформирани на базата на конкретните данни. За повече подробности по теоретичната и математическа концепция на модела вж. Kinnear T, Taylor J, “Marketing research – an applied approach”, McGraw-Hill International Editors, 1991, стр.615.

⁴³ В основата на кластеризационните процедури стоят различията между отделните елементи в n -мерното пространство. Разбира се, подобно пространство може да съществува само хипотетично. На практика то не може да се представи по графичен начин. Можем само да предполагаме за неговата форма и обем, но не и да я представим с познатите ни алгебрични и геометрични инструменти.

Процедурата продължава с агрегирането все по-големи кластери на растящи и различаващи се елементи. В крайна сметка всички елементи в съвкупността са класифицирани в различни групи според индивидуалните им характеристики по отделните променливи. Когато данните съдържат ясна “структура” от гледна точка на отделните кластери от отделните елементи, които са близки помежду си, то тя се регистрира от йерархичната процедура като отделни “разклонения”. Всички те могат да се идентифицират и в крайна сметка интерпретират.







Източник: Фондация “приложни изследвания и комуникации”

Интерпретацията на резултатите от клъстер-анализа се извършва чрез прокарването на мислени вертикални линии от скалата (тя измерва стандартизираното разстояние между елементите на съвкупността), като се започва или от най-високата ѝ стойност (в случая 25) или от най-ниската в зависимост от това колко броя кластера трябва да се анализират. Броят на точките, при които вертикалната линия се пресича с хоризонтални линии представляват броя на кластерите. Така, ако се разглежда съвкупността като класификация между два кластера се спуска мислена линия започваща от интервала 25 – 20 там, където тази линия ще пресече две хоризонтални. В първия кластер се съдържат всички елементи от съвкупността т.е. всички общини. Вторият кластер съдържа само един елемент и той е Община Хасково. Както се вижда от диаграмата този елемент е най-отдалечения, което означава, че независимо на колко кластера е разделена съвкупността, тази община винаги ще представлява отделен кластер. С други думи, съвкупността от променливи, които се включват в анализа определят уникално място на община Хасково, като я поставят в доста по-далечно място и по този начин дефинират нейния уеб-сайт като уникален и значително по-различен от останалите. Като вземем предвид особеностите на променливите, които използвахме за анализа, то може да се каже, че уникалността на сайта се дължи по-скоро на по-високото му развитие от гледна точка на комплексността от услуги, които администрацията предлага чрез него.

При класифициране на три основни елемента в първия клъстер се включват почти всички общини, във втория е само Русе, а в последния - Хасково. С други думи тези два сайта значително се различават от тези на другите общини и са значително на по-високо място в своето развитие.

Зад тази теза стоят и обективни факти. Според информация от пресата Интернет сайта на община Хасково е финансиран от американската организация "World Learning", чрез Американската агенция за международно развитие (USAID). В него се предлага подробна информация за структурата на общинската администрация и всички услуги, търгове, решения и наредби на Общинския съвет, както и за

забележителностите в областния център. Успоредно с това от общината развива и активна интерфейсна връзка с жителите чрез открити форуми, електронна поща и др⁴⁴.

В същото време сайта на община Русе е получил международна награда за най-добър сайт в град Храдец Кралове в Чехия по време на конференция за информационни технологии. След Русе награди са получили още 6 града от Чехия, Словения, Естония, Сърбия, Словакия, Босна и Херцеговина⁴⁵. С други думи организацията, интерактивността и комплексните услуги, които предлагат тези сайтове, напълно удовлетворяват критериите, заложили в системата за оценка KEeLAN, както и международните стандарти за общински сайтове.

Описаната класификация на елементите се осъществява на базата на стандартизираното разстояние между тях в многомерното пространство. Разбира се, то не трябва да се възприема в стандартните мерни единици. Определящото при това разстояние са значенията на отделните признаци, които включихме в началото. Освен това същността на клъстеризационната процедура е да обединява близки по значение единици (в случая общини). Следвайки тази логика ще установим, че най-близки т.е. с почти еднакво развитие са сайтовете на общини Бяла Слатина и Челопеч. При тях дължината на хоризонталните линии (показващи графично разстоянието между елементите в n-мерното пространство) са най-къси. Детайлният анализ на данните обаче показва, че единствено тези два сайта има средно поколение нула в сравнение с всички останали общински сайтове. Това на практика показва, че те не предлагат нито една предвидените за оценка административни услуги. Този емпиричен факт поставя сайтовете на тези две общини в дъното на класацията. Т.е. за тях може да се каже, че също са уникални, но представляват огледален образ на сайтовете на Община Хасково и Община Русе.

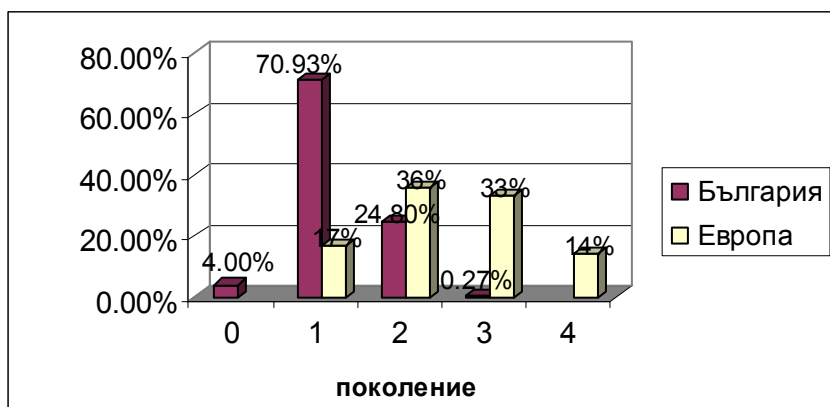
⁴⁴ В-к “Монитор”, 09.07.2004 г.

⁴⁵ В-к “Стандарт”, 27.03.2003 г.

Заклучение

Като цяло електронното развитие на местните власти (ниво общини) е ниско и е от поколение 1 “Информация”. Това означава, че общините имат предимно представителни функции - онлайн се публикува информация за основните административни услуги, предоставяни от тях. Това ниво е твърде ниско спрямо нивото на електронно развитие на страните членки на Европейския съюз, участвали в проекта “KEeLAN”, и то – две години по-късно. От 694 изследвани европейски уеб-сайта, 17% попадат в поколение 1, 36% - 2, 33% - 3 и 14% - 4. За сравнение в България от изследваните общински уеб-сайтове по-голямата част (70.93%) са от поколение 1.

ГРАФИКА 13. СРАВНЕНИЕ НА ПОКОЛЕНИЯТА НА ОБЩИНСКИТЕ САЙТОВЕ В БЪЛГАРИЯ И ЕВРОПА



* Изчисленията за България са направени въз основа на трите услуги, фигуриращи най-често на изследваните уеб-сайтове – Ползваемост, Формиране на политика и Информация⁴⁶

Източник: Фондация “Приложни изследвания и комуникации” и Key Elements for electronic Local Authorities’ Networks (KEeLAN), The Hague, 23 July 2002

Обнадеждаващ е фактът, че голямата част от общините в България (47,7%) имат свои собствени уеб-сайтове (включени в изследването). Имайки предвид темповете на нарастване на уеб-сайтовете и информацията за някои общини, които в момента разработват своите уеб-сайтове, можем да очакваме, че към края на 2004 г. уеб-сайтове ще имат почти към 2/3 от общините.⁴⁷

Резултатите от това изследване трябва се вземат под внимание от ръководителите на местните общини, за да могат да бъдат положени съответните усилия за развитието на едно по-силно онлайн присъствие.

Особено внимание трябва да се отдели на количеството и качеството на предлаганата от общините информация, нейната достъпност и възможност за обратна

⁴⁶ Оценката е за средноаритметичен брой сайтове, които имат съответното поколение, имайки предвид съответните три категории за оценка. В пета версия на доклада беше използвана оценка на база всички 10 категории, но след консултации с различни експерти, се прецени че е по-релеванта оценката базирана на тези категории, които са оценявани за всички сайтове.

⁴⁷ Трябва да се отбележи, че в случая поколение 0 не означава, че няма никакво онлайн присъствие (защото така или иначе тези сайтове са попаднали в извадката), но че информацията, която се предоставя е или изключително остаряла и не-релевантна, или просто по тези три категории сайтовете не събират достатъчно точки за да бъдат в поколение 1, но по някои други показатели все пак са в поколение 1.

връзка чрез персонализирани е-мейли, анкети, форуми. Трябва да се повиши доверието на потребителите и да се унифицират имената на домейните. Добрата експедитивност на администрацията при комуникиране по електронна поща и структурираното меню, улесняващо навигацията, са оптимистични показатели за настоящето развитие на сайтовете. За да се постигне максимална ефективност, обаче, трябва Интернет-страниците на общините да имат карта на сайта или азбучен указател, а също и меню, което да се адаптира според нуждите на потребителя (а такива елементи почти няма в момента). Като пример може да се даде разделението на служебно-административните и информативно-развлекателните функции на сайтовете.

Освен от чужденци, страниците трябва да са достъпни и за някои специфични групи хора като например хората с увреждания, хората, ползващи PDA или мобилен телефон за достъп и др., както и достъпност на информацията на майчиния език на малцинствените групи. За да се осигурят подобни опции обаче, поръчителите от страна на общините, както и самите уеб-дизайнери, трябва предварително да бъдат запознати с основните изисквания за достъпност.

Използването на уеб-сайтовете на общините за провеждане на анкети, форуми и събиране на специфична информация за потребителите или мнения, свързани с дизайна, трябва да се подобри. Това би показало и по-голяма заинтересованост за нуждите и желания на гражданите, което би подобрило и имиджа на съответната община.

Общините трябва да изградят на своите уеб-сайтове и Помощни страници, които да разясняват на потребителите функциите на всяка отделна услуга, а персонализирането на е-мейлите и възможността за задаване на въпроси към конкретен човек, отговарящ за дадена тематична област, би спомогнало още повече за взаимодействието “гражданин-община” и улесняване информираността относно административните процеси. Особено необходимо е повишаването на информираността по следните теми: “Икономическо развитие”, “Лични документи”, “Социално подпомагане”, “Образование”, “Разрешения за строителство”, “Околна среда” и “Култура и свободно време”. Не трябва да се игнорират и плановете и стратегиите на администрацията, структурата на общинската администрация и всички услуги, търгове, решения и наредби на Общинския съвет, както и забележителностите в областния център, които представляват интерес от страна на гражданите и потенциалните инвеститори.

Конкретни технически изисквания, които трябва да спазват уеб-страниците на общините, могат да се открият в Приложение 6.

Цялостната оценка на електронното развитие на местните власти е ниска, но и обнадеждаваща, тъй като оценките идентифицираха множество добри примери, които биха могли да се следват и от другите общини.

Използвана литература

Витоша Рисърч. (2003) “Мониторинг на информационните технологии в България”(2003) URL: <http://www.vitosh-research.com/ict/jan2003.htm>

Граматиков, Мартин (2003). Изследване потребителската стойност на интернет сайтовете на централната администрация. сп. "Публична администрация", бр.1/2003 г. URL: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/UNTC/UNPAN012700.pdf>

Сирков, Любомир (2004) Методики за оценка на уеб-сайтове, Бюлетин Информационно общество, бр. 2/2004

Alexander, Jan and Marsha Ann Tate (1998) Web Resource Evaluation Techniques.

URL: <http://www2.widener.edu/Wolfgram-Memorial-Library/webeval/eval1198/index.htm>
[Accessed: 09 June 2004]

Boklaschuk, Kelli and Kevin Caisse (2001). Evaluation Of Educational Web Sites. URL: www.usask.ca/education/coursework/802papers/bokcaisse/bokcaisse.pdf [Accessed: 06 June 2004]

Campagnoli, Duccio (2003). Benchmarking Emilia-Romagna Region On Information Society.(2003)

URL:<http://www.regionedigitale.net/wcm/erdigitale/pubblicazioni/vol5/testi/benchuk.pdf>
[Accessed 29 August 2004]

Campbell, Claire, et. al. (2000) Benchmarking Educational Web sites: EdNA Online. URL: <http://www.educationau.edu.au/research/benchmarking/complete.pdf> [Accessed: 27 May 2004]

Ciolek, T. Matthew.(1996) "Today's WWW--Tomorrow's MMM? The Specter of Multi-Media Mediocrity," *Computer* 29 (January 1996): 106-108. URL: <http://csdl.computer.org/dl/mags/co/1996/01/r1106.htm> [Accessed: 09 June 2004]

Eysenbach, G., Powell, J. Kuss, O. & Sa, E-R. (2002). Empirical studies assessing the quality of health information for consumers on the World Wide Web: a systematic review. *JAMA* 287, 2691-2700. URL:

<http://yi.com/home/EysenbachGunther/publications/2002/eysenbach2002c-jama-sysrev.pdf>
[accessed: 10 June 2004] <http://yi.com/home/EysenbachGunther/>

Federation of Canadian Municipalities (FCM) 2003. Policy Statement On Telecommunications. URL: <http://www.fcm.ca/english/national/telecom.htm> [Accessed: June 2004]

Goor, Stefan A. and Liam Murphy (2002). Web Site Evaluation. URL: <http://delboy.ucd.ie/research/publications/WebEvIASTED.pdf> [Accessed: 10 June 2004]

Gramatikov, Martin (2002) Normativ and Positive Aspects of the Bulgarian Local Level e-Government, working paper, George Washintgon University

Howitt, Alistair, et. al.(2002). An Evaluation of general Practice Web Sites in the UK. *Family Practice*, vol.19 , No.5 . 547-556. s URL:

<http://reo.nii.ac.jp/journal/HtmlIndicate/Contents/SUP0000003000/JOU0003000067/ISS0000018384/ART0000232061/ART0000232061.pdf> [Accessed: 10 June 2004]

Ivanov, Stefan, Guinka Tchavdarova, Emil Savov and Hristo Stanev (2002). "Does Larger Mean More Effective? Size and the Function of Local Governments in Bulgaria". Published in: *Swianiewicz, Pawel* (Ed). Consolidation or Fragmentation? The Size of Local Governments in Central and Eastern Europe. Budapest: Local Government and Public Reform Initiative, 2002. pp.167-217. URL (chapter 4): lgi.osi.hu/publications/2002/215/169-CF-Bulgaria.pdf; Full text available online: <http://lgi.osi.hu/publications/default.asp?id=215>

Kaylor, Charles, Randy Deshazo, David Van Eck (2001). Gauging e-government: A report on implementing services among American cities. *Government Information Quarterly* 18 (2001) 293–307. URL: [http://www.psigroup.biz/resources/Gauging-eGov\(GIQ\).pdf](http://www.psigroup.biz/resources/Gauging-eGov(GIQ).pdf) [Accessed: 27.04.2004.]

KEeLAN project. Report on use of the Internet by local governments and best practices (web-scanning results).

URL:http://www.keelan.ie/uploads/documents/egovernment/020618_D4.doc , 19 June 2002 [Accessed: 09.04.2004]

Kettl Commission (2001). Full Report of the Kettl Commission ("Governor's Blue-Ribbon Commission on State-Local Partnerships for the 21st Century"). URL: <http://www.lafollette.wisc.edu/reform/report011001.pdf> [Accessed : June 2004]

Larsen, Elena and Lee Rainie (2002). The rise of the e-citizen: How people use government agencies' Web sites. (Pew Internet & American Life Project) URL: http://www.pewinternet.org/reports/pdfs/PIP_Govt_Website_Rpt.pdf [Accessed: 07 April 2004]

McClure, Charles R., Steven K. Wyman, and John C. Beachboard (1997) Quality Criteria for Evaluating Information Resources and Services Available from Federal Web Sites. URL: <http://digitalarchive.oclc.org/da/ViewObject.jsp?objid=0000003456> [accessed: 21 March 2004]

McKeown T., J. Teicher & N. Dow. (2004) "Evaluating the Value: Comparing Local Government Initiatives in E-Gov in the UK and Australia" (April 2004).URL: http://www.buseco.monash.edu.au/depts/mgt/research/working_papers/2004/wp16-04.pdf , visited September 2004).

MedCIRCLE (Collaboration for Internet Rating, Certification, Labeling and Evaluation of Health Information). URL: <http://www.medcircle.org> [Accessed: 10 June 2004]

Moon, M. Jae [2002]. The Evolution of E-Government among Municipalities: Rhetoric or Reality? *Public Administration Review*, Vol. 62, No.4, July/August 2002, 424-433. URL:<http://www.andromeda.rutgers.edu/~ncpp/cdgp/articles/moon-2002.pdf> (Ползвано на 09.8.2004).

Musgrave, Steve (2003). Community Portals - A False Dawn Over the Field of Dreams? - a plenary talk delivered at the "Institutional Web Management Workshop 2003", URL: www.ukoln.ac.uk/web-focus/events/workshops/webmaster-2003/talks/musgrave/musgrave-paper.doc [Accessed: August 27, 2004]

Olsina, Luis and Gustavo Rossi.(2002) A Quantitative Method for Quality Evaluation of Web Sites and Applications. URL: http://gidis.ing.unlpam.edu.ar/downloads/pdfs/Olsina_Rossi_IEEE_Mu.PDF [Accessed: 23 April 2004]

Smith, Alastair G.(1997) "Testing the Surf: Criteria for Evaluating Internet Information Resources." The Public-Access Computer Systems Review 8, no. 3 (1997). URL: <http://info.lib.uh.edu/pr/v8/n3/smit8n3.html> [Accessed: 09 June 2004]

Socitm (Society of Information Technology Management). (2003). Better connected 2003: A snapshot of all local authority websites. URL: <http://www.lgcnet.com/documents/bc2003.pdf> [Accessed: 24 April 2004]

Socratic Technologies, Inc. (San Francisco, CA) (<http://www.sotech.com>). Socratic Site Diagnostic (SSD). URL: <http://www.sotech.com/main/eval.asp?PID=204> [Accessed: 10 June 2004]

Swianiewicz, Pawel (Ed) 2002. Consolidation or Fragmentation? The Size of Local Governments in Central and Eastern Europe. Budapest: Local Government and Public Reform Initiative, 2002. Full text available online: <http://lgi.osi.hu/publications/default.asp?id=215>

White, Mary W.(2004). Spanish Health Information on the Internet: An Exploratory Study. A Master's paper for the M.S. in L.S. degree. April, 2004. 56 pages. URL: <http://etd.ils.unc.edu/retrieve/291/marywhite.pdf> [Accessed: 10 June 2004]

Marincu, Carmen, and Barry McMullin.(2004) A Comparative Assessment of Web Accessibility and Technical Standards Conformance in Four EU States. (Final version published in First Monday, volume 9, number 7, July 2004) <http://eaccess.rince.ie/white-papers/2004/warp-2004-00/warp-2004-00.pdf> , ползвано на 7 Септ. 2004, достъпно също и от http://www.firstmonday.org/issues/issue9_7/marincu/index.html

Приложения

Приложение 1. Преглед на някои методики за оценка на уеб-сайтове

Приложение 2. Какво е “община” според българското законодателство

Приложение 3. Списък на обхванатите от изследването официални сайтове на български общини

Приложение 4. Списък на общински сайтове, не включени в изследването и налични онлайн след завършването му:

Приложение 5. Пълни резултати от изследване на уеб-експонираността на официалните сайтове на българските (с помощта на търсачката Google) – към 3 септември 2004 г.

Приложение 6. Технически препоръки

- Препоръки от гледна точка на уеб-дизайна
- Препоръки от гледна точка на услугите

Приложение 7. Принципи за достъпност на уеб-съдържанието (от Инициативата за достъпност Web Accessibility Initiative (WAI) на W3C Consortium (<http://www.w3.org/WAI>) в обществените Интернет страници)

Приложение 1. Методики за оценка на уеб сайтове (кратък обзор)

От какво произлиза необходимостта да се оценяват съвременните уеб-сайтове? Съвсем скоро след самото начало на масовото разпространение на Web, през 1996 г. най-кратък отговор на този въпрос от страниците на списание “Computer”(IEEE) даде Матю Чолек (Ciolek, 1996): ако не се извършва оценяване на уеб сайтовете, има опасност WWW (World Wide Web) да се превърне в своята “противоположност”: МММ (Multi-Media Mediocrity, “Мулти-медийна посредственост”).

На съвременните потребители на Интернет това може да им се стори малко странно, но е факт: от самото начало на съществуването на Уеб първите стъпки в оценяването на Уеб-сайтове са предприети от образователните институции - и по-специално от библиотеките на висшите учебни заведения в САЩ и Австралия. Т.е. в развитието на оценяването на уеб сайтове може да се проследи определено повторение на общите насоки на развитието на самия Интернет - от изследователско-образователна среда към комерсиализирана медия.

Множеството известни към момента и употребявани за целите на различни изследвания методики за оценка могат най-общо да се разделят на *две* големи групи: *общи методики* и *частни методики* за оценка на уеб-сайтове.

I. Общи методики

Предназначението на общите методики за оценка на уеб сайтове е да послужат при оценяването на уеб сайтове от произволен тип.

Методиката на Alexander, Jan and Marsha Ann Tate (1998)

Публикуваните през 1998 от Alexander, J. et al. “Техники за оценка на уеб ресурси” (“Web Resource Evaluation Techniques”) се основават на пет “традиционни критерия за оценка” на източниците на информация (“точност”, “авторитетност”, “обективност”, “актуалност” и “обхват”). Според авторите като всеки друг източник на информация и уеб-ресурсите подлежат на оценка по посочените пет критерия, стига да се отчитат известни особености на представяната в уеб информация. Въпросите, на които трябва да се отговори във връзка с тези критерии според авторите са следните:

Точност (“Accuracy”):

Доколко надеждна и изчистена от грешки е информацията?

Има ли редактори?

(Характерни за уеб-ресурсите проблеми: почти всеки може да публикува в уеб; много от уеб-ресурсите не се проверяват от редактори)

Авторитетност (“Authority”):

Каква е квалификацията на автора на информацията?

Каква е репутацията на публикувалия информацията?

(Характерни за уеб-ресурсите проблеми: често бива трудно да се установи кой е авторът, а когато името му е изписано, често липсва информация за неговата квалификация.)

Обективност (“Objectivity”):

Информацията представена ли е с възможно най-малка пристрастност?

До каква степен представената информация се стреми да промени мнението на потребителя?

(Характерни за уеб-ресурсите проблеми: целите и стремежите на лицата и групите, които публикуват информация в уеб, често не са ясно заявени)

Актуалност (“Currency”):

Съдържанието отразява ли най-новото?

Ясно ли е обозначена датата на публикуването?

(Характерни за уеб-ресурсите проблеми: не винаги има посочени дати, а когато има, не винаги е ясно какво точно обозначават: дали а) кога за пръв път е създадено това съдържание ; б) кога е публикувано в Интернет и ; в) кога за последен път е било редактирано)

Обхват (“Coverage”):

Какви теми са засегнати в публикацията?

Доколко задълбочено са изследвани тези теми?

(Характерни за уеб-ресурсите проблеми: при уеб-сайтовете обхватът е с по-различен характер отколкото при другите източници на информация; често е трудно да се установи обхвата на един голям сайт.)

Характерно за тази методика е, че още от създаването си до наши дни е най-масово възпроизвежданата методика за оценка на уеб сайтове в образователните сайтове из целия англоезичен свят. Всяко търсене по думи като “web site evaluation” в Google дава като резултат препратки към многобройни леко съкратени или леко разширени варианти на тази методика.

Методиката на Goog and Murphy (2002)

Достоинствата на тази методика са, че се опира на макар и силно ограничени, но тзатова пък изцяло на обективни количествени индикатори при съставянето на оценката на уеб сайт. Goog and Murphy разделят критериите за оценка в три групи (съдържателни, технически и организационни) по следния начин:

1. Критерии, свързани със съдържанието

1.1.Съответствие на ключовите думи – Вписаните в HTML-метатаговете ключови думи биват проверявани като честота на срещане в текста на страницата или на целия сайт.

1.2.Правопис – както и при други типове документи, в Уеб качеството на правописа често е индикатор и за цялостното качество на документа.

2.Технически критерии

2.1.Време изминало до свързването към сайта и до получаването на данните от сайта – тези два измерителя може и да показват известна неустойчивост, но при тях се наблюдава тенденция да следват определена закономерност за всеки отделен сайт. Разработеният от Goog and Murphy софтуер изчислява статистически нормализирана средна стойност на тези показатели.

2.2.Функционалност на препратките – проверява се валидността и достижимостта на препратките.

2.3.Анализ на размера на файлове, от които се състои сайта

3.Организационни критерии

3.1. Вътрешен "диаметър" (отстояние) на препратките една от друга ("Internal Link Diameter") - това е най-късият път, който трябва да се измине, за да стигнеш от която и да е страница на сайта до която и да е друга страница от сайта.

Методиката WEBQEM (2003)

Методиката WEBQEM (Web Quality Evaluation Method) е разработена от екип под ръководството на Luis Olsina от Университета в Ла Пампа, Аржентина.

WEBQEM се основава на цялостно и адаптируемо дърво на изискванията за качество на сайта, силно разгърнато, с 5 степени на дробност, общо над 100 елемента (за краткост таблицата по-долу съдържа само някои от по-горните степени на дробност).

1. Ползваемост	2. Функционалност	3. Надеждност	4. Ефикасност .
1.1 Глобална (цялостна) разбираемост на сайта. 1.1.2 Качество на системата за обозначаване 1.1.3 Пътеводител из сайта 1.1.4 Илюстрирана карта 1.2 Функции за обратна връзка и за помощ (глобална помощ и помощ по конкретни части или функции на сайта) 1.2.2 Адресен указател (e-mail, телефони, факсове, традиционна поща, 1.2.3.1 Страница "FAQ" 1.2.3.2 Страница "какво ново" 1.2.4 Предложения и оплаквания, книга за гости 1.3.2 Постоянство на основните контролни зредства (Home, Search), ...	2.1 Въпроси на търсенето и на извличането на информация 2.2 Въпроси на навигацията и прелистването 2.3 Секторно-специфична функционалност (напр. е-търговия, онлайн-комуникация, и др.) ...	3.1 Липса на непредвидени ситуации 3.1.1 Грешки в препратките (липсващи, погрешни, невалидни) 3.1.2 Правописни грешки 3.1.3 Различни други недостатъци 3.1.3.1 Недостатъци или липса на функционалност при използване в различни браузъри 3.1.3.3 "Осиротели" страници 3.1.3.4 Без предупреждение се отива на страница "Under construction" ...	4.1 Производителност 4.1.1 Бързина на зареждане на статичните страници 4.2 Достъпност 4.2.1 Информационна достъпност 4.2.1.1 Support for text-only version 4.2.1.2 Readability by deactivating the Browser Image Feature 4.2.1.2.1 Image Title 4.2.1.2.2 Global Readability 4.2.2 Прозоръчна достъпност (наличие фреймове, наличие на версия без фреймове) ...

II. Частни (специализирани) методики

Частните методики са предназначени за оценяване на уеб-сайтове от определен тип. Типовете уеб-сайтове, за които най-често се създават специални методики, са следните:

1. Електронна търговия
2. Образователни сайтове
3. Здравни сайтове
4. Сайтове на публичната администрация (органи на властта на национално и местно равнище)

Някои от най-открояващите се образци на частни методики за оценка на уеб-сайтове са представени по-долу.

1. Електронна търговия

Характерен представител на специалните методики за оценка на сайтове за електронна търговия е

Изследователската методология Socratic Site Diagnostic (SSD)

Изследователската методология Socratic Site Diagnostic (SSD) (разработена от фирмата *Socratic Technologies, Inc.*, San Francisco, CA, <http://www.sotech.com>) съчетава качествени и количествени изследователски техники с цел получаване на цялостна оценка на ползваемостта на уеб-сайтове за електронна търговия. Извършват се измервания на поведението и на възприятията на потребителя.

В първия (поведенческия) компонент на изследването респондентите извършват определени действия в реален уеб сайт чрез специалния браузър Socratic BrowserSM, който записва пътя на потребителя и последователността от натискания на мишката.

Във втория компонент на изследването възприятията на потребителя се измерват чрез модулен въпросник, предназначен както за получаване на профил на потребителя, така и за оценяване на цялостните изживявания на потребителя при изпълняването на зададените действия в сайта. Въпросникът съдържа отделни модули за демографски данни, онлайн-компетентност, техническа грамотност, потребителска опитност, лоялност, осъзнатост на потребителя и др..

2. Образователни сайтове

Методиката на Boklaschuk and Caisse (2001)

Тази методика е предназначена да подпомогне преподавателите в оценката на уеб0-сайтове както за лично професионално ползване, така и за употреба в учебни занятия. В тази методика критериите за оценка са разделени в две основни групи: съдържателни и технически. Обособени са общо 9 критерия:

1. *Целева аудитория* (ясно обозначаване на академичното равнище на целевата аудитория, отчитане на възможността обучаемите да предпочитат различни начини за учене)

2. *Достоверност* (създателят на сайта има необходимата квалификация, в сайта ясно е посочено името му и информация за контакт с него, уеб-мастърът също заслужава доверие и може да се влезе в контакт с него, създателят отговаря на изпратени от потребителя запитвания)

3. *Точност* (налице е ясно разграничение между автор на съдържанието и дизайнер - за да се избегне прикриването на слабо съдържание зад едно иначе професионално оформление на сайта; информацията в сайта трябва да съответства на заявеното предназначение на сайта; липсват граматически и правописни грешки)

4. *Обективност* (в съдържанието не се открива комерсиална, политическа, полова или расова пристрастност; заявените учебни цели и мотиви трябва да съответстват на предлаганото съдържание; когато съдържанието се опира на лично мнение на автора, това трябва да е ясно заявено; сайтът е издържан в неутрален или позитивен тон; всяка обвързаност с други образователни организации или фирми е открито заявена;)

5. *Обхват* (в сайта ясно е заявено каква информация покрива; съдържанието е допълнено с аотирани препратки; цитирането е според правилата, за да се осигури достъп до по-широк масив от информация.)

6. *Актуалност* (в сайта ясно е посочено кога е създаден и кога за последен път е било обновявано съдържанието)

7. *Естетическа или визуална привлекателост* (използваните изображения и цветове улесняват възприемането на информацията; съотношението между текста и изображенията е съобразено със способностите на целевата аудитория)

8. *Навигация* (Началната страница съдържа препратки към всички останали части от сайта; до полезното съдържание се стига след не повече от три щраквания с мишката; всички препратки са действащи и водят до подходящо съдържание; всеки раздел от сайта и всяка страница са обозначени с ясни названия)

9. *Достъпност* (когато на потребителя ще му е необходимо да използва специален софтуер, това е ясно обозначено; сайтът предлага изцяло текстова версия за потребители с увредено зрение; времето за зареждане на сайта не е голямо, или потребителят бива предупреждаван за по-високата продължителност на зареждането)

3. Здравни сайтове

Методиките за оценка на сайтове със здравна информация като цяло се характеризират с повишен акцент върху достоверността на предлаганата информация.

Изчерпателен систематичен обзор на многобройните емпирични изследвания на качеството на предлаганата в Уеб здравна информация за потребители дава Гюнтер Айзенбах (Eysenbach, G. 2002)

(<http://yi.com/home/EysenbachGunther/publications/2002/eysenbach2002c-jama-sysrev.pdf>).

Тук ще отбележим допълнително само методиката в съвсем скорошното изследване (април 2004) на White, Mary W.(2004) върху испано-езичните сайтове със здравна информация. Особеност на тази методика е, че въпросникът отчита не само наличието, но и точното място, на което са разположени в сайта някои от задължителните и желателните съдържателни елементи (например: посочване източник на информацията, указване датата на последното обновяване, и особено за задължителното за здравните сайтове уточнение от типа “Представената в този сайт информация е предназначена да подпомогне, а не да замени преките отношения между пациента и лекаря.”).

4. Сайтове на публичната администрация

Методиката на Charles R. McClure et. al. (1997)

Това е най-ранната и достъпна онлайн цялостна методика, прилагана за оценка на уеб сайтове на държавната администрация на САЩ. Разработена е в периода между август 1996 и април 1997 от Charles R. McClure, Steven K. Wyman и John C. Beachboard от Университета в Сиракюз, щата Ню Йорк, САЩ. Тримата провеждат изследване с цел да формулират оценъчни критерии за рецензиране на уеб страници и да направят оценка на подборка от уеб сайтове на федерални учреждения в САЩ. Подборът на уеб сайтовете за изследването е извършен според следните критерии:

1. Сайтът трябва да е просъществувал поне 6 месеца
2. В сайта трябва да има обозначено техническо лице, отговарящо за поддръжката му
3. Сайтът трябва да води статистика на ползването му от потребители
4. Сайтът трябва да предлага значимо съдържание.

Самото проучване е извършено чрез анкетиране на потребители по метода на “ситуираното оценяване” и с помощта на протокол за “мислене на глас” (“Think Aloud“ procedure).

Категориите, по които е извършено оценяването на уеб сайтовете, са следните:

- I. **От системна гледна точка**
 - A. “Картографиране” на уеб сайта със софтуера WebMapper™ на фирмата NetCarta
 - B. Анализ на log-файловете на сървъра
- II. **От потребителска гледна точка**
 - A. Ситуирано оценяване от потребител
 - a. Оценъчни критерии (действително приложени)
 - b. Оценъчни критерии (преработени в следствие)
 - B. Онлайн рорир-въпросници (планирани, но не осъществени по време на изследването)
- III. **От гледна точка на дизайна**
 - A. Техническа оценка

В. Оценка за съответствие на нормативните документи
 IV. От гледна точка на разработчика (Интервюта, фокус-група)

Оценъчните критерии, приложени при ситуираното анкетиране на потребител, са следните:

1. Съдържание:

1.1. По отношение на качеството

7 въпроса, с възможни отговори в 5-степенна скала от “лошо” до “отлично”

1.2. По отношение на полезността

8 въпроса, с възможни отговори в 5-степенна скала от “лошо” до “отлично”

1.3. Общи въпроси (три отворени въпроса)

2. Лекота на ползване

2.1. По отношение на представянето на информацията -

4 въпроса, с възможни отговори в 5-степенна скала от “лошо” до “отлично” и 3 въпроса с възможни отговори в 5-степенна скала от “никак” до “до голяма степен”

2.2. По отношение на навигацията -

5 въпроса, с възможни отговори в 5-степенна скала от “не съм съгласен” до “съгласен съм”

2.3. Общи въпроси -

4 въпроса, с възможни отговори в 5-степенна скала от “не съм съгласен” до “съгласен съм”

Методиката на Charles Kaylor (2001)

Charles Kaylor от Университета на щата Мичиган е и основател на PSI Group Ltd. (Public Sphere Information Group) (<http://www.psigroup.biz>) – фирмата, която от 2001 г. провежда изследвания по проекта MeGAP (Municipality eGovernment Assessment Project). По проекта MeGAP се оценява степента на реализиране на услуги от градовете в САЩ по общо 55 функции (впоследствие увеличени на 75), чието осъществяване е типично за местните власти. Тези 75 функции са разпределени в 4 фази:

Фаза 1: Информационна (общо 21 функции)

Фаза 2: Интерактивна (общо 28 функции)

Фаза 3: Транзакционна (общо 8 функции)

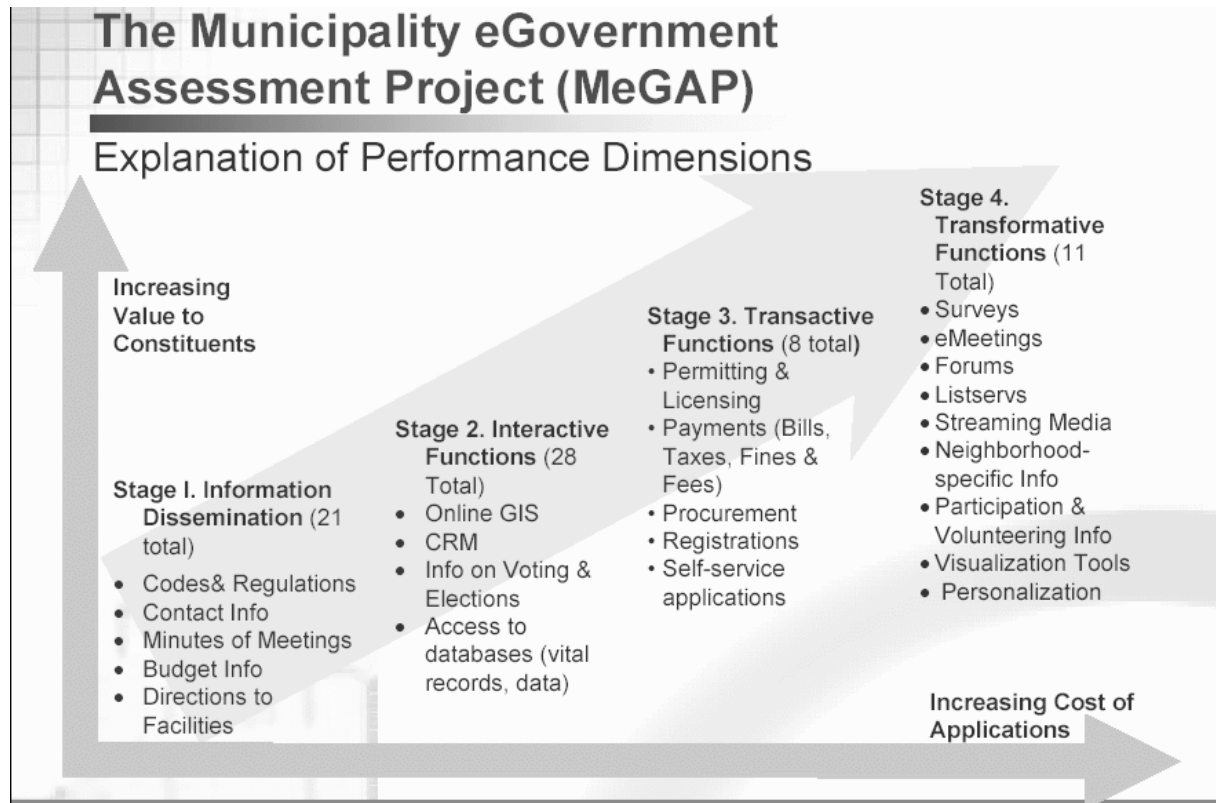
Фаза 4: Трансформационна (общо 11 функции)

По всяка от тези 75 функции изследваните градове получават оценка по скала от 1 до 4 според следните критерии:

Оценка	Критерий
1	В сайта съществува информация по въпроса
2	В сайта съществува препратка към съответния отговарящ за това служител (негов служебен телефон или e-mail адрес)
3	В сайта има формуляри, които потребителят може да изтегли, да попълни и да изпрати
4	Транзакцията може да се извърши направо онлайн

В “първата вълна” (2000-2001 г.) от изследвания по проекта MeGAP са били обхванати градовете в САЩ с население между 100 000 и 200 000 души. Във втората

вълна (2002 г.) изследвания по проекта MeGAP са били обхванати следните групи градове в САЩ: с население над 500 000 (август 2002), между 200 000 и 500 000 (октомври 2002), между 150 000 и 200 000 (ноември 2002) и с население между 100 000 and 150 000 души.



Източник: **Kaylor, Charles** (Public Sphere Information Group) (2004)

The State of eGovernment in the US: Benchmarking the Progress of Localities. - Presented at a conference on: E-governance: Creating On-line Citizen Participation Tools (Blackwell Hotel, The Ohio State University Campus), 4-6 March 2004.

URL: <http://www.psigroup.biz/resources/US%20Muni%20eGov-eGovConf-OSU-03-04.pdf>

Методиката на Socitm (1999-)

Socitm (Society of Information Technology Management) е професионална асоциация на ИКТ-мениджъри, работещи за обществени институции във Великобритания. Основана е през 1986 г. Към 2003 г. в нея членуват над 1600 души, работещи в 450 различни институции, сред които са и 95 % местните органи на властта във Великобритания. Изследването "Better Connected" се провежда от 1999 г. През 2003 г. чрез структуриран въпросник (над 60 въпроса) са изследвани общо 508 уеб-сайта, сред които са и сайтовете на всичките 467 местни органи на властта във Великобритания (през 2003 г. за пръв път изследването установява, че всички местни органи на властта имат собствен уеб сайт.) Изследването е проведено от екип от осем изследователи между 15 ноември и 23 декември 2002 г.

Целта на изследването е била да се проучи доколко сайтовете на местните органи на властта могат да отговорят на нуждите на различни типове потребители, или клиенти ("customers") на услугите на институциите. В това изследване сайтовете са изследвани от гледна точка на следните въображаеми клиенти:

1. Физическо лице, което напуска/завършва училище
2. Физическо лице планиращо да посети района на съответния орган на местната власт
3. Физическо лице, което се грижи за свой възрастен близък

4. Физическо лице, живеещо в предоставено му жилище за социално слаби.

При проучването на тези 4 "сценария" изследването цели да установи доколко добре се справят сайтовете на местните органи на властта по следните 5 основни теми

1. "Цялостност" (или "завършеност") на (услугите, предоставяни от) институцията (на английски терминът е "Joined-up government") - т.е. има се предвид свойство, което бихме могли да определим като противоположно на "разпокъсаност".
2. Достъпност на органа на местната власт
3. Ползваемост
4. Актуалност на информацията
5. Интерактивни приложения

Методиката на проекта KEeLAN (2002)

Проектът KEeLAN ("Key Elements for Electronic Local Authorities' Networks"="Ключови елементи на мрежите на електронните местни власти") се осъществява от февруари 2002 г. като част от 5-та Рамкова програма на ЕС.

Партньори по този проект са изследователски екипи от Холандия (PinkRocade NV; PWC Consulting), Германия (Kommunale Gemeinschaftsstelle für Verwaltungsvereinfachung -KGSt), Ирландия (Local Government Computer Service Board - LGCSB), Финландия (Efektia Ltd.; Sonera Corporation, Information Society Unit), Италия (ANCINET s.r.l.; Siemens Informatica S.p.A.)

В рамките на проекта KEeLAN партньорите са изследвали общо 700 сайта на местни органи на властта, както следва:

(а)ANCINET: 205 изследвани сайта (от Гърция - 20 сайта, Италия - 90 сайта, Португалия - 20 и Испания - 75 сайта)

(b)LGCSB: 210 изследвани сайта (от Великобритания - 90, Ирландия - 20, Франция - 90, Люксембург - 10 сайта)

(с)KGSt: 200 изследвани сайта (от Германия - 90, Австрия - 20, Белгия - 45, Холандия 45 сайта)

(d)Efektia: 85 изследвани сайта (от Финландия - 20, Швеция - 45, Дания - 20 сайта)

Методиката KEeLAN се основава на модел на електронното правителство, в който са открити 6 фази на зрялост (наричани "поколения") групирани в две групи според ролята, която играе електронното правителство:

Поко-ление	Характеристика	Описание	Роля
0	Не е онлайн	Органът на местна власт няма собствен уеб сайт	Роля на 'enabler'
1	Информация	Онлайн се предоставя информация за основните предоставяни услуги и интересуващи потребителите теми	
2	Еднопосочно взаимодействие	От сайта потребителят може да изтегли информация и бланки, с които може да поиска съответните услуги – след като ги попълни и изпрати по традиционния начин : по пощата или по факса	
3	Двупосочно взаимодействие	Уеб-сайтът и "вътрешния офис" ("back-office") са свързани, което позволява електронно обработване на постъпилите заявки да услуги. Примери: изпращане на запитване и получаване	

		на отговор по електронна поща; изпращане онлайн на заявка за услуги и достъп онлайн до данните за собствената личност, налични в базите на органа на местната власт.	
4	Транзакция	Услуги се предоставят онлайн чрез безопасен уеб-сайт свързан с вътрешния офис. Има възможност за електронно решаване на случаи (взимане и оповестяване на решение, доставка на услуги, включително разплащане.)	
5	Интеграция на услуги	Услуги се предоставят онлайн чрез безопасен уеб-сайт свързан с различни вътрешни офиси – включително такива на други институции и организации.	

Проектът **KEeLAN** предоставя за ползване един специално разработен инструмент за уеб-сканиране ('web-scanning tool') във вид на интерактивен Excel-файл, който позволява извършващия оценката на даден сайт да отбелязва с мишката валидните отговори на включените в инструмента въпроси, като в резултат за всеки сайт се получава цифрова стойност от кое поколение (от 1 до 4) е сайтът заедно с обобщена оценка ("score") за сайта. Тази оценка служи за диференциране на различните нива на качество на предоставяните услуги вътре в рамките на едно поколение.

Допълнителна информация във вид на изработени по разгледаните в този анализ методики доклади и други публикации можете да намерите на тематичната страница "Оценка на уеб-сайтове" в Българския портал за развитие (<http://www.bgrazvitie.net/bg/159/>)

Приложение 2. “Общината” в България

Според Конституцията на Република България Чл. 136. (1) “Общината е основната административно-териториална единица, в която се осъществява местното самоуправление.”

Законът за местното самоуправление и местната администрация (ЗМСМА) посочва общината като "основна административно-териториална единица, в която се осъществява местното самоуправление". Съставни административно-териториални единици в общините са кметствата и районите. В общините се избират общински съвети и кметове на общини. В кметствата се избират кметове.

Според “Закона за административно-териториалното устройство на Република България” областите и общините са *административно-териториални* единици, а населените места (градовете и селата) са просто “териториални единици”, т.е. административните функции са възложени на областите и общините, а не на градовете и селата.

За разлика от областите, чийто брой е изрично записан в чл. 6 от "Закон за административно-териториалното устройство на Република България" ("Територията на Република България се разделя на 28 области", като същевременно е уточнено, че “Границите и административните центрове на областите се утвърждават с указ на президента по предложение на Министерския съвет”), на ниво общини българското законодателство позволява по-голяма свобода на своите граждани, като им дава възможност да сформират нови общини. За целта съществува определена процедура, описана в Закона за административно-териториалното устройство на Република България (чл. 8 и чл.9).

На пръв поглед достатъчно достоверен би трябвало да бъде списъкът на общините, съдържащ се в справката "Население към 01.03.2001 г. по области, общини и пол", изготвена на основата на проведеното през 2001 г. преброяване на населението и достъпна в Интернет в сайта на Националния Статистически Институт на адрес <http://www.nsi.bg/Census/PopObsht.htm>.

Оказва се обаче, че този списък на общини не съдържа две общини, създадени след преброяването от 2001 г. Това са община Куклен и община Сопот.

Община Куклен е създадена през месец юни 2001 г. с решение номер 380 на Министерския съвет от 28 май 2001 г. (частично достъпно на <http://www.digsys.bg/dejure/demo.pl?db=akt&t=6688>) чрез отделяне от община Родопи на населените места Гълъбово (номер по ЕКАТТЕ 18277), Добралък (21324), Куклен (40467), Руен (63238), Цар Калоян (78207) и Яврово (87179) и обособяването им в отделна община с име община Куклен. Според данни от издадения от Фондация за реформа в местното самоуправление “Годишник на общините в България 2002” тази община с население 6556 души “обхваща части от западнородопския рид Чернатица” (http://www.flgr.bg/annual_2002/cat/html/h8606.html). С това са изпълнени и двете конкретно посочени в действащия приложим закон ("Закон за административно-териториалното устройство на Република България", чл.8) изисквания при създаването на нова община: “наличие на население над 6000 души общо в населените места, които ще бъдат включени в общината” и "максимална пътно-транспортна отдалеченост на населените места от центъра на общината не повече от 40 км."

Община Сопот (включваща населените места град Сопот и село Анево) се отделя от община Карлово след дълга процедура, започнала през 1997-1998 и завършила през септември 2003 г., когато с указ на Президента на Република България е сформирана новата община.

Приложение 3: Списък на обхванатите от изследването официални сайтове на български общини

1	София (Столична община)	http://www.sofia.bg/
2	Пловдив	http://www.plovdiv.bg
3	Варна	http://www.varna.bg/
4	Бургас	http://www.obstina-bourgas.org
5	Русе	http://www.rousse.bg
6	Стара Загора	http://www.city.starazagora.net/
7	Плевен	http://www.pleven.bg/
8	Сливен	http://www.sliven.bg
9	Пазарджик	http://www.pazardjik.bg (identical with http://www.pazardjik.net)
10	Перник	http://bulgaria.domino.bg/pernik
11	Шумен	http://www.shoumen.bg/
12	Добрич	http://www.dobrich.org/dobrich/bg/
13	Хасково	http://www.haskovo.bg
14	Велико Търново	http://www.veliko-tarnovo.net/obshtina/
16	Ямбол	http://www.obshtinayambol.org
17	Казанлък	http://www.kazanlak.bg
18	Благоевград	http://www.blgmun.com
19	Видин	http://bulgaria.domino.bg/vidin
20	Габрово	http://bulgaria.domino.bg/gabrovo
21	Карлово	http://www.karlovo.bg
22	Кърджали	http://www.kardjali.bg
23	Асеновград	http://bulgaria.domino.bg/assenovgrad/
24	Димитровград	http://www.obshtinadg.org
25	Ловеч	http://bulgaria.domino.bg/lovetch/
26	Силистра	http://bulgaria.domino.bg/silistra
27	Монтана	http://bulgaria.domino.bg/montana/
28	Търговище	http://targovishte.elnics.com/
29	Разград	http://bulgaria.domino.bg/razgrad
30	Петрич	http://bulgaria.domino.bg/petrich
31	Горна Оряховица	http://www.g-oryahovica.com
32	Дупница	http://www.bulgaria.domino.bg/dupnica/
33	Свищов	http://www.svishtov.bg/
34	Смолян	http://bulgaria.domino.bg/smolyan
35	Нова Загора	http://nova-zagora.com
36	Сандански	http://bulgaria.domino.bg/sandanski
37	Севлиево	http://www.sevlievo.net/
38	Велинград	http://www.velingrad.bg
40	Попово	http://www.popovo.bg/
41	Ботевград	http://www.botevgrad.org/
43	Гоце Делчев	http://www.bulgaria.domino.bg/gotsedelchev/
44	Тунджа	http://www.obs-tundja.org

45	Павликени	http://bulgaria.domino.bg/pavlikeni
46	Бяла Слатина	http://www.bulgaria.domino.bg/byalaslatina
47	Първомай	http://parvomay.hit.bg
48	Дулово	http://www.bulgaria.domino.bg/doulovo
49	Айтос	http://www.bulgaria.domino.bg/aitos
50	Карнобат	http://bulgaria.domino.bg/karnobat
51	Панагюрище	http://bulgaria.domino.bg/panagyurishte
52	Раковски	http://www.rakovski.bg
53	Харманли	http://bulgaria.domino.bg/harmanli/
54	Чирпан	http://www.szeda.bg/chirpan/
55	Левски	http://bulgaria.domino.bg/levski
56	Мездра	http://mezdra.dir.bg/
58	Провадия	http://bulgaria.domino.bg/provadia
59	Своге	http://www.svoге.bg
60	Свиленград	http://bulgaria.domino.bg/svilengrad
61	Долна Митрополия	http://www.bulgaria.domino.bg/dolnamitropolia
62	Исперих	http://www.isperih.hit.bg/
63	Козлодуй	http://bulgaria.domino.bg/kozloduy
64	Раднево	http://bulgaria.domino.bg/radnevo
65	Кирково	http://bulgaria.domino.bg/kirkovo/
66	Кубрат	http://bulgaria.domino.bg/kubrat
67	Елин Пелин	http://bulgaria.domino.bg/elinpelin/
68	Тетевен	http://www.teteven.bg
69	Берковица	http://www.bulgaria.domino.bg/berkovitsa
70	Стамболийски	http://bulgaria.domino.bg/stamboliiski
71	Разлог	http://razlog.info/bg/
72	Пещера	http://www.peshtera.bg/
73	Луковит	http://bulgaria.domino.bg/loukovit
74	Елхово	http://bulgaria.domino.bg/elhovo
75	Нови пазар	http://novipazar.hit.bg
76	Генерал-Тошево	http://www.toshevo.org
77	Тутракан	http://bulgaria.domino.bg/toutrakan
78	Несебър	http://www.nessebar.bg
79	Сатовча	http://bulgaria.domino.bg/satovcha
80	Бяла	http://www.bulgaria.domino.bg/byala
81	Каварна	http://www.kavarna.bg
82	Гълъбово	http://www.bulgaria.domino.bg/galabovo
83	Павел баня	http://bulgaria.domino.bg/pavelbanya/
84	Стралджа	http://www.straldja.net
85	Долни Дъбник	http://www.bulgaria.domino.bg/dolnidabnik
87	Лясковец	http://www.lyaskovets.com
88	Костенец	http://bulgaria.domino.bg/kostenets/
89	Лозница	http://bulgaria.domino.bg/loznitsa/
90	Гърмен	http://www.bulgaria.domino.bg/garmen
91	Твърдица	http://bulgaria.domino.bg/tvarditsa/
92	Трявна	http://www.tryavna.bg/
93	Созопол	http://bulgaria.domino.bg/sozopol/
94	Златоград	http://www.zlatograd-bg.com/

95	Банско	http://www.bansko.bg/municipality/index.html
96	Главиница	http://bulgaria.domino.bg/glavinitsa
97	Етрополе	http://bulgaria.domino.bg/etropole/
98	Ардино	http://municipality.hit.bg/
99	Калояново	http://www.kaloianovo.dir.bg/
100	Вълчедръм	http://www.valchedram.com
101	Белене	http://belene-bg.com
102	Камено	http://bulgaria.domino.bg/kameno
103	Криводол	http://bulgaria.domino.bg/krivodol/
104	Бобов дол	http://www.bulgaria.domino.bg/bobovdol
108	Иваново	http://www.ivanovo.bg/
109	Братя Даскалови	http://www.bulgaria.domino.bg/bratyadaskalovi
110	Симеоновград	http://www.simeonovgrad.com/
111	Царево	http://tzarevo.net
113	Белица	http://belitsa.hit.bg
114	Мизия	http://miziqforever.hit.bg
115	Чепеларе	http://www.chepelare.bg
116	Искър	http://bulgaria.domino.bg/iskar
117	Димово	http://www.bulgaria.domino.bg/dimovo
119	Белоградчик	http://www.belogradchik.hit.bg/
120	Самуил	http://bulgaria.domino.bg/samouil
122	Борово	http://www.bulgaria.domino.bg/borovo
123	Антоново	http://bulgaria.domino.bg/antonovo
124	Батак	http://bulgaria.domino.bg/batak/
125	Горна Малина	http://bulgaria.domino.bg/gornamalina
126	Ябланица	http://www.yablanica.org
127	Минерални бани	http://bulgaria.domino.bg/mineralnibani/
128	Струмяни	http://bulgaria.domino.bg/stroumyani/
130	Годеч	http://bulgaria.domino.bg/godech
131	Стрелча	http://strelcha.hit.bg/
132	Медковец	http://medkovec.hit.bg/
133	Болярово	http://www.bulgaria.domino.bg/bolyarovo
134	Кайнарджа	http://bulgaria.domino.bg/kainardzha
135	Златарица	http://web.hit.bg/zlataritsa/
137	Челопеч	http://bulgaria.domino.bg/chelopech
138	Ракитово	http://www.rakitovo.net

Приложение 4. Списък на общински сайтове, не включени в изследването и налични онлайн след завършването му

1	http://www.vratza.bg	Община Враца
2	http://www.kaloianovo.org	Община Калояново
3	http://www.lukovit.com	Община Луковит
4	http://www.oryahovo.net	Община Оряхово
5	http://perushtitsa.org	Община Перушица
6	http://www.pomorie.org	Община Поморие
7	http://www.provadia.bg	Община Провадия
8	http://www.radomir.bg	Община Радомир
9	http://bulgaria.domino.bg/rouen/	Община Руен
10	http://www.samokov.bg/	Община Самоков
11	http://www.sandanskibg.com	Община Сандански
12	http://www.septemvri.com/obshtina/	Община Септември
13	http://bulgaria.domino.bg/sungurlare/	Община Сунгурларе
14	http://hisar.cbbbg.com	Община Хисар
15	http://www.chervenbryag.bg	Община Червен Бряг
16	http://yakoruda.e-gov.bg	Община Якоруда

Списък на съществували някога, но вече не съществуващи сайтове на общини:

<http://www.obshtina-svilengrad.com>

Приложение 5. Пълни резултати от изследване на уеб-експонираността на официалните сайтове на българските общини (с помощта на търсачката Google) – данни към 3 септември 2004 г.

Номер	Община	Сайт	Поредно място на сайта при търсене в Google	Първо място се заема от:	Брой странични линкове към са
1	София (Столична община)	http://www.sofia.bg/	1	www.sofia.bg/	64
2	Пловдив	http://www.plovdiv.bg	1	www.plovdiv.bg/	42
3	Варна	http://www.varna.bg/	1	www.varna.bg/	45
4	Бургас	http://www.obstina-bourgaz.org	6	www.bourgaz.org/	22
5	Русе	http://www.rousse.bg	1	www.rousse.bg/	19
6	Стара Загора	http://www.city.starazagora.net/	3	www.starazagora.net/	19
7	Плевен	http://www.pleven.bg/	4	www.pleven.bg/	10
8	Сливен	http://www.sliven.bg	9	www.sliven.net/	1
9	Пазарджик	http://www.pazardjik.bg (identical with http://www.pazardjik.net)	1	www.pazardjik.net/	3
10	Перник	http://bulgaria.domino.bg/pernik	3	www.pernikinfo.com/	0
11	Шумен	http://www.shoumen.bg/	1	www.shoumen.bg	43
12	Добрич	http://www.dobrich.org/dobrich/bg/	5	www.dobrich.com	0
13	Хасково	http://www.haskovo.bg	40	bulgaria.domino.bg/haskovo	14
14	Велико Търново	http://www.veliko-tarnovo.net/obshtina/	2	www.veliko-tarnovo.net/	1
16	Ямбол	http://www.obshtinayambol.org	1	www.obshtinayambol.org	34
17	Казанлък	http://www.kazanlak.bg	3	www.kazanlak.com	30
18	Благоевград	http://www.blgmun.com	1	www.blgmun.com	9
19	Видин	http://bulgaria.domino.bg/vidin	1	bulgaria.domino.bg/vidin	8
20	Габрово	http://bulgaria.domino.bg/gabrovo	1	bulgaria.domino.bg/	2

21	Карлово	http://www.karlovo.bg	41	gabrovo bulgaria.d omino.bg/ karlovo	2
22	Кърджали	http://www.kardjali.bg	7	www.kj.go vernment. bg	0
23	Асеновград	http://bulgaria.domino.bg/assenovgrad/	1	bulgaria.d omino.bg/ assenovgr ad	2
24	Димитровград	http://www.obshtinadg.org	1	www.obsht inadg.org	2
25	Ловеч	http://bulgaria.domino.bg/lovetch/	1	bulgaria.d omino.bg/ lovetch	1
26	Силистра	http://bulgaria.domino.bg/silistra	1	bulgaria.d omino.bg/ silistra	1
27	Монтана	http://bulgaria.domino.bg/montana/	3	www.mont ana.bg	3
28	Търговище	http://targovishte.elnics.com/	Няма такъв	bulgaria.d omino.bg/t argovishte	0
29	Разград	http://bulgaria.domino.bg/razgrad	1	bulgaria.d omino.bg/ razgrad/	2
30	Петрич	http://bulgaria.domino.bg/petrich	1	bulgaria.d omino.bg/ petrich	2
31	Горна Оряховица	http://www.g-oryahovica.com	1	www.g- oryahovic a.com	6
32	Дупница	http://www.bulgaria.domino.bg/dupnica	1	bulgaria.d omino.bg/ dupnica	0
33	Свищов	http://www.svishtov.bg/	1	www.svisht ov.bg	5
34	Смолян	http://bulgaria.domino.bg/smolyan	1	bulgaria.d omino.bg/ smolyan	3
35	Нова Загора	http://nova-zagora.com	1	Nova- zagora.co m	18
36	Сандански	http://bulgaria.domino.bg/sandanski	1	bulgaria.d omino.bg/ sandanski	3
37	Севлиево	http://www.sevlievo.net/	1	www.sevli evo.net	1
38	Велинград	http://www.velingrad.bg	12	www.velin grad.com	0
40	Попово	http://www.popovo.bg/	27	www.rodin a- popovo.bg	0
41	Ботевград	http://www.botevgrad.org/	3	bulgaria.d omino.bg/ botevgrad	1
43	Гоце Делчев	http://www.bulgaria.domino.bg/gotsedelchev/	1	bulgaria.d omino.bg/ gotsedelc	1

44	Тунджа	http://www.obs-tundja.org	1	www.obs-tundja.org	12
45	Павликени	http://bulgaria.domino.bg/pavlikeni	1	bulgaria.domino.bg/pavlikeni	3
46	Бяла Слатина	http://www.bulgaria.domino.bg/byalaslalina	1	bulgaria.domino.bg/byalaslalina	2
47	Първомай	http://parvomay.hit.bg	3	parvomay.members.tribod.com/comorex/borislavfc	3
48	Дулово	http://www.bulgaria.domino.bg/doulovo	1	bulgaria.domino.bg/doulovo	4
49	Айтос	http://www.bulgaria.domino.bg/aitos	2	aitos-bg.com	1
50	Карнобат	http://bulgaria.domino.bg/karnobat	1	bulgaria.domino.bg/karnobat	0
51	Панагюрище	http://bulgaria.domino.bg/panagyurishte	1	bulgaria.domino.bg/panagyurishte	4
52	Раковски	http://www.rakovski.bg	1	www.rakovski.bg	2
53	Харманли	http://bulgaria.domino.bg/harmanli/	1	bulgaria.domino.bg/harmanli/	3
54	Чирпан	http://www.szeda.bg/chirpan/	5	www.szeda.bg/chirpan.net/	2
55	Левски	http://bulgaria.domino.bg/levski	23	www.levski.bg/	0
56	Мездра	http://mezdra.dir.bg/	1	www.mezdra.dir.bg/	5
58	Провадия	http://bulgaria.domino.bg/provadia	1	bulgaria.domino.bg/provadia/	3
59	Своге	http://www.svoге.bg	4	adv.netinfo.bg/c_svoге.php	0
60	Свиленград	http://bulgaria.domino.bg/svilengrad	1	bulgaria.domino.bg/svilengrad/	0
61	Долна Митрополия	http://www.bulgaria.domino.bg/dolnamitropolia	1	Bulgaria.domino.bg/dolnamitropolia/	0
62	Исперих	http://www.isperih.hit.bg/	12	www.isperih.com/	0
63	Козлодуй	http://bulgaria.domino.bg/kozloduy	3	www.kznp.org/	1
64	Раднево	http://bulgaria.domino.bg/radnevo	1	Bulgaria.domino.bg/radnevo/	1
65	Кирково	http://bulgaria.domino.bg/kirkovo/	3	www.kirkovo.com/	2

66	Кубрат	http://bulgaria.domino.bg/kubrat	2	kubrat.hit.bg/	0
67	Елин Пелин	http://bulgaria.domino.bg/elinpelin/	5	www.elinpelin.com/	1
68	Тетевен	http://www.teteven.bg	1	www.teteven.bg	18
69	Берковица	http://www.bulgaria.domino.bg/berkovitsa	1	Bulgaria.domino.bg/berkovitsa/	2
70	Стамболийски	http://bulgaria.domino.bg/stamboliiski	1	Bulgaria.domino.bg/stamboliiski/	1
71	Разлог	http://razlog.info/bg/	2	razlogbg.com/	2
72	Пещера	http://www.peshtera.bg/	4	www.peshtera.com/	1
73	Луковит	http://bulgaria.domino.bg/loukovit	11	Bulgaria.domino.bg/loukovit/	1
74	Елхово	http://bulgaria.domino.bg/elhovo	1	Bulgaria.domino.bg/elhovo/	17
75	Нови пазар	http://novipazar.hit.bg	9	www.kamarton.com/bg/novipazar.html	0
76	Генерал-Тошево	http://www.toshevo.org	2	www.toshevo.de.vu/	1
77	Тутракан	http://bulgaria.domino.bg/toutrakan	1	Bulgaria.domino.bg/toutrakan/	0
78	Несебър	http://www.nessebar.bg	54	www.nessebar-bg.com/	1
79	Сатовча	http://bulgaria.domino.bg/satovcha	1	Bulgaria.domino.bg/satovcha/	0
80	Бяла	http://www.bulgaria.domino.bg/byala	1	Bulgaria.domino.bg/byala/	2
81	Каварна	http://www.kavarna.bg	1	www.kavarna.bg/	3
82	Гълъбово	http://www.bulgaria.domino.bg/galabovo	Липсва	Bulgaria.domino.bg/galabovo/home.htm	1
83	Павел баня	http://bulgaria.domino.bg/pavelbanya/	1	Bulgaria.domino.bg/pavelbanya/	2
84	Стралджа	http://www.straldja.net	5	www.straldja.net/	0
85	Долни Дъбник	http://www.bulgaria.domino.bg/dolnidabnik	1	Bulgaria.domino.bg/dolnidabnik/	0

87	Лясковец	http://www.lyaskovets.com		nik/ cskabg.hit .bg/	
88	Костенец	http://bulgaria.domino.bg/kostenets/	1	Bulgaria.d omino.bg/ kostenets /	0
89	Лозница	http://bulgaria.domino.bg/loznitsa/	1	Bulgaria.d omino.bg/ loznitsa/	0
90	Гърмен	http://www.bulgaria.domino.bg/garmen	1	Bulgaria.d omino.bg/ garmen/	1
91	Твърдица	http://bulgaria.domino.bg/tvarditsa/	8	www.chitalishte.bg/p ages.php? place=482	0
92	Трявна	http://www.tryavna.bg/	1	www.trya vna.bg/	7
93	Созопол	http://bulgaria.domino.bg/sozopol/	3	www.sozo pol.com/	1
94	Златоград	http://www.zlatograd-bg.com/	5	zlatograd. com/	4
95	Банско	http://www.bansko.bg/municipality/index.ht ml		www.ban sko.bg/	
96	Главиница	http://bulgaria.domino.bg/glavinitsa	1	bulgaria.d omino.bg/ glavinitsa /	1
97	Етрополе	http://bulgaria.domino.bg/etropole/	1	bulgaria.d omino.bg/ etropole/	2
98	Ардино	http://municipality.hit.bg/	Няма такъв	go.to/ardi no	
99	Калояново	http://www.kaloianovo.dir.bg/		www.kaloi anovo.org /	
100	Вълчедръм	http://www.valchedram.com	1	www.valc hedram.c om/	2
101	Белене	http://belene-bg.com		bluelink.n et/belene/	
102	Камено	http://bulgaria.domino.bg/kameno	1	bulgaria.d omino.bg/ kameno/	3
103	Криводол	http://bulgaria.domino.bg/krivodol/	1	bulgaria.d omino.bg/ krivodol/	0
104	Бобов дол	http://www.bulgaria.domino.bg/bobovdol	1	bulgaria.d omino.bg/ bobovdol /	2
108	Иваново	http://www.ivanovo.bg/	1	www.ivan ovo.bg/	0
109	Братя Даскалови	http://www.bulgaria.domino.bg/bratyadaskal ovi	1	bulgaria.d omino.bg/ bratyadas kalovi/	1
110	Симеоновград	http://www.simeonovgrad.com/	1	www.sime onovgrad	0

111	Царево	http://tzarevo.net	3	www.tzarevo.com/	3
113	Белица	http://belitsa.hit.bg	2	www.mas-sbg.com/modules.php?name=News&new_topic=42	2
114	Мизия	http://miziqforever.hit.bg	1	www.medicalbg.com/aptekioptiki/towns/miziq.php	1
115	Чепеларе	http://www.chepelare.bg	1	www.chepelare.bg/en/?lang=en	0
116	Искър	http://bulgaria.domino.bg/iskar	2	www.atia.com/grigor/books/adventure_in_iskar.html	1
117	Димово	http://www.bulgaria.domino.bg/dimovo	1	bulgaria.domino.bg/dimovo/	2
119	Белоградчик	http://www.belogradchik.hit.bg/	1	www.belogradchik.hit.bg/	0
120	Самуил	http://bulgaria.domino.bg/samouil	1	bulgaria.domino.bg/samouil/	0
122	Борово	http://www.bulgaria.domino.bg/borovo	1	bulgaria.domino.bg/borovo/	3
123	Антоново	http://bulgaria.domino.bg/antonovo	1	bulgaria.domino.bg/antonovo/	3
124	Батак	http://bulgaria.domino.bg/batak/	1	bulgaria.domino.bg/batak/	2
125	Горна Малина	http://bulgaria.domino.bg/gornamalina	1	bulgaria.domino.bg/gornamalina/	1
126	Ябланица	http://www.yablanica.org	2	news.top.bg/news.php?id=16667	0
127	Минерални бани	http://bulgaria.domino.bg/mineralnibani/	1	bulgaria.domino.bg/mineralnibani/index1.htm	0
128	Струмяни	http://bulgaria.domino.bg/stroumyani/	1	bulgaria.domino.bg/stroumya	0

130	Годеч	http://bulgaria.domino.bg/godech	1	ni/eng/snd .htm bulgaria.d omino.bg/ godech/ strelcha.h it.bg/ sites.flgr.b g/naso/me mbers2.ht m	2
131	Стрелча	http://strelcha.hit.bg/	1	bulgaria.d omino.bg/ kainardzh a/snd.htm	3
132	Медковец	http://medkovec.hit.bg/	3	www.velik o- turnovo.co m/yantra/e ng/dunav. htm	0
133	Болярово	http://www.bulgaria.domino.bg/bolyarovo	1	bulgaria.d omino.bg/ kainardzh a/snd.htm	14
134	Кайнарджа	http://bulgaria.domino.bg/kainardzha	1	www.velik o- turnovo.co m/yantra/e ng/dunav. htm	0
135	Златарица	http://web.hit.bg/zlataritsa/	4	bulgaria.d omino.bg/ chelopec h/eng/snd. htm	0
137	Челопеч	http://bulgaria.domino.bg/chelopez	1	http://ww w.rakitov o.net	0
138	Ракитово	http://www.rakitovo.net	1		1

Как са получени тези данни:

Избраната търсачка е “Google” поради изключителната популярност на тази търсачка сред Интернет-потребителите, включително и в България.

Използвана е страницата “Разширено търсене” в българо-езичната версия на Google (http://www.google.com/advanced_search?hl=bg) при избрани опции за език: “български” и за брой резултати: “100 резултата”, като останалите опции са в позиция “без значение”. Търсенето е по името на общината (някои от общините имат имена, които се състоят от две думи, затова търсенето по всички имена се осъществява в полето “Точна фраза”).

Приложение 6. Технически препоръки

1. Препоръки от гледна точка на уеб-дизайна

Дизайнерите на уеб-сайтове обикновено се стремят да докажат творческите си умения, развихряйки своето въображение и често пъти правят сайтовете като лабиринти, които объркват потребителите. Добрият графичен дизайн не е задължително да следва развитието на новите технологии, за да е в крак с модата, а просто трябва да задоволява определени нужди. Дизайнерът трябва ясно да си представя целите на сайта, а дизайнът да визуализира тази цел. Сайтът трябва да изглежда професионално и оригинално. Дизайнът трябва да бъде прост и изчистен.

Качеството на един уеб-сайт може да бъде оценявано чрез различни критерии, относителното значение на които зависи от целите на конкретния сайт. Като основни критерии биха могли да се посочат:

Функционалност

Функционалността зависи до голяма степен от използваната технология. Даже и най-простият сайт може да изглежда и функционира различно в различните браузъри. Скоростта на връзката също има значение. Ако един сайт е разработен и върви добре при високоскоростен Интернет, то при ниски скорости зареждането може да се окаже мъчително бавно. Това изисква намаляване обема на страниците и графиките.

Съдържание

Доброто съдържание е актуално, интересно и е съобразено с аудиторията. То е разработено специално за мрежата, а не е взимствано от други средства за информация. То трябва да бъде кратко, ясно и на български език. Доминацията на английския език в световното виртуално пространство понякога се явява сериозна пречка за интегрирането на отделни групи от потребители. Въпреки че тенденциите в тази насока сочат, че именно този език ще представлява основното средство за комуникация не само във виртуалната среда, но и в общуването между хората въобще, болшинството от българските потребители отдават своите предпочитания към страниците на български език, докато предпочитанията към английските сайтове остават на втори план. Клиенти на услугите на електронното правителство са както български граждани, бизнеса или самата администрация, така и чужди граждани, постоянно или временно пребиваващи в България. В тази връзка наличие на версии на други езици е препоръчителна.

Информацията на сайта трябва да бъде от обществен интерес, информация за обществените институции или информация от общ характер (статистически данни и др.).

Посочване на дата – необходимо е особено за незрящите, които не могат да получат информация за актуалността на информацията

Потребителски интерфейс

Потребителският интерфейс трябва да може да отговори на нуждите на широкия обхват възможни потребители, без значение на възраст, говорим език или инвалидност.

Потребителският интерфейс включва в себе си едно от най-важните неща, които трябва да се имат предвид при създаване на уеб-сайтове – ясната навигация.

Навигацията трябва да бъде съобразена с широкия обхват възможни потребители, някои от които може за пръв път да правят контакт с Интернет и е нужно да изпитат преди всичко доверие в мрежата, да се почувстват сигурни в тази нова среда. Навигацията трябва да дава пълна информация на потребителя за неговото местоположение в сайта, както и точни указания за движение в ширина или дълбочина. Потребителите трябва лесно да намират това, което търсят и да не изпитват неприятно усещане при четене на текст в Интернет - нещо, което повечето от тях правят най-много, когато са онлайн. Групирането в категории и подреждането им в азбучен ред помага в ориентацията.

Общото впечатление от сайта също е много важно. То трудно може да се дефинира. Един добре структуриран сайт, предоставящ интересна, полезна и достоверна информация привлича потребителя и той си запазва адреса, споделя го с приятели и т.н.

Достъпност

България, като бъдеща страна-членка на ЕС, следва съвременната политика на страните от ЕС, която се основава на т.н. *философия за приобщаване* (e-inclusion) на хората с увреждания и възрастните хора към обществения живот, чрез използване на новите информационни и комуникационни технологии. Това предполага създаване и на достъпни за всички общински сайтове, които да имат многоезични възможности, да са подходящи за възрастни хора и лица с увреждания, да са достъпни и за по-бедните слоеве от населението. За да се направят достъпни уеб-документите, е необходимо да се премат някои подходящи критерии за дизайн и функциониране, засягащи съдържанието и структурата на информацията.

Планът за действие eEurope+, поставящ приоритетите за развитие на информационното общество в България, препоръчва прилагане на основните насоки на Инициативата за достъпност в обществените Интернет страници - Web Accessibility Initiative (WAI)⁴⁸ на W3C Consortium, който е изработил множество документи, засягащи всички аспекти на проблема с достъпността. Резюме на принципите за достъпност е представено в Приложение 7. Принципите на WAI имат препоръчителен, а не императивен характер. В някои страни те са приети като норми, което гарантира ефекта от тяхното прилагане.

Ако не сте се сблъскали с проблемите на достъпността, помислете, че вашият сайт може да е посещаван от потребители, различаващи се от нас по това, че:

- не виждат, не чуват или имат двигателни проблеми;
- е възможно да нямат мишка и клавиатура или да не могат да работят с такива;
- е възможно да имат екран, който работи само с текст, малък екран, или пък интернет връзката им е бавна;
- може би имат стара версия на програма или пък съвсем различна програма, гласов интернет навигатор или различна операционна система;
- може да не говорят или трудно да разбират езика, на който е написан документа.

Съгласно резултатите от последното преброяване на населението в България, броят на хората с увреждания е 224 550. Според потвърдени данни на НОИ те са

⁴⁸ <http://www.w3.org/WAI>

800 000 души, а по непотвърдени – 1 000 000 (12,5%) (без децата и младежите до 18 годишна възраст)

Развитието на ИТ дава големи възможности за хората с увреждания, но и носи риск за тяхната пълна изолация от информационното общество, тогава когато държавата, бизнеса и гражданското общество не предприемат съвременни ефективни мерки за тяхното интегриране.

Основните групи хора с увреждания, за които Интернет не е нормално достъпен са:

- Хора със зрителни увреждания

Синтезиращите български говор програми работят само под DOS, което означава че веб-сайтове, разработени с помощта на JAVA и FLASH, за да бъдат по атрактивни за масовия потребител, стават абсолютно недостъпни за незрящите български интернет потребители, които не владеят английски език. Един веб-сайт, съдържащ много линкове, които не са в контекста на темата създава проблем за един незрящ потребител, тъй като той трябва да ги прочете преди да ги отхвърли. Рекламните банери също са проблем, както и всяка информация заградена в рамка. Лош дизайн на веб-сайт от гледна точка на незрящите е и липсата на дата, без която те нямат възможност да съдят за актуалността на информацията (например наличието на актуална снимка на политици за нас е достатъчна информация).

Програмите за “чат” не са достъпни за незрящите.

- Хора с нарушен слух

Никой от нас вероятно не се е замислял, че тези хора също имат проблеми при “сърфирането” в Интернет. Основният проблем за тях, както и за болшинството от българските граждани, е незнанието на английски език, който за тях се явява поне трети език – след жестономичния и българския. Проблем обаче са и веб-сайтове на български език, в които текстът е сложен, с много непознати за тях думи, които нямат аналог в основния им жестономичен език.

Голям проблем за тези хора е и липсата на социален опит, поради оскъдните им социални контакти.

- Хора с ментални увреждания

Техният основен проблем е липсата на абстрактно мислене, което им пречи да възприемат информация от стандартизирани за останалите хора изображения, които за тях трябва да имат задължително текстов обяснителен аналог. За тях е необходимо разработване на специални методи за изграждане на компютърна грамотност.

Практически съвети:

Изображения, фигури и анимации:

- НИКОГА да не се използва картина като фон на текста. Тя може да се замени с цвят
- Да се използва число, вместо думата за число (3, вместо “три”)
- Да се избягват римските цифри
- За дата да се използва пълния формат “петък, 13 май 1966”
- Телефонните номера да се пишат с разделени цифри – код и номер (по три и две цифри)

- Цифрите 0, 3, 5 и 8 обикновено са трудни при четене за хора с увредено зрение
- Необходимо е електронното съдържание да е в отворен текстов формат, за да може да бъде разчитан от софтуер за текстова обработка
- Да се избягва използване на “pdf” формат, тъй като той не е отворен текстов формат

Организация на страницата:

- Използване на заглавия, списъци и последователни структури
- Ясни и прости документи с ясен механизъм на навигация
- Заглавията и номерата на страниците да са винаги от един и същ тип и на едно и също място в документа
- Задължително да има дата

Граматика:

- Да се използват активни, вместо пасивни глаголи
- Да не се използват форми като “би трябвало”

Стил:

- Използване на къси думи и изречения
- Да не се използват чуждици и диалект
- Да се използва “Bold” вместо подчертаване, защото подчертаните думи се възприемат като активен текст, върху който може да се кликне с мишката
- Вместо “кликнете” – “щракнете” или “натиснете”
- При наличие на таблици, то нека всеки ред да бъде номериран
- Подравняване на текста вляво, вместо вдясно
- Текстът да бъде хоризонтално, а не вертикално

Пунктуация:

- Да се избягват: “;”, тирета и запетаи

Спазването на тези принципи за достъпност прави уеб-сайтовете по-удобни не само за хора с увреждания. Има много случаи, в които всички ние може да използваме специализиран софтуер, използван и от тези хора. Например, говореща програма по време на шофиране и т.н. Това е идеята на стандартите “Дизайн за всички” за достъпност на продуктите на информационните технологии и по-специално за социално приобщаване на хората.

Интерактивност

Интерактивността в интернет се осъществява чрез наличие на механизми за обратна връзка и линкове (хипервръзки).

Механизмите за обратна връзка са различни – форуми, анкети или само един e-mail адрес. Чрез тях общинските портали могат да събират мнения и разнообразна информация за това дали:

- хората разбират напълно настоящата ситуация в е-общината;
- хората знаят къде да намерят информация за е-общината и колко от тях не се интересуват;
- за какви електронни услуги е-общината е сполучлива и за какви – не (напр.: е-приложения, е-съобщения, е-изявления; е-гласуване; за публична информация – като портален сайт или за е-доставки);
- хората се опасяват от управлението на личните им данни и мрежовата сигурност.

Хипервръзките служат за допълване на съществуващия текст и за насочване на читателите към оригиналния източник или към допълнителна информация.

2. Препоръки от гледна точка на услугите

За да бъде оценена високо от потребителите на този етап, една общинска администрация трябва да бъде представена онлайн принципно по следния начин:

- С поддържане на справочник с контакти на отделните структурни единици в общинската администрация (кратко описание на функциите им, адрес, имена, телефони и ел.поща)
- Да има подробно описание на дейността на отделните структурни единици и услугите, предоставяни от тях чрез традиционни средства или по електронен път, придружени с помощна информация
- Да предоставя актуална и подробна обществено значима информация за:
 - административните услуги за бизнеса, предоставяни от общинската администрация;
 - административните услуги за гражданите, предоставяни от общинската администрация;
 - обществените поръчки;
 - културните събития в областта – фестивали, изложби, музеи, паметници на културата;
 - здравните заведения в общината, полицейските участъци, пожарните служби, образователните институции;
 - пътно-транспортната мрежа и инфраструктура – летища, пристанища, международни пътища, градски и междуградски транспорт
 - социални домове – за сираци, за инвалиди;
 - откриващи се работни места;

- действащите в общината инвестиционни програми и провежданите инвеститорски и икономически инициативи;
- набиране на доброволци по определени проекти в областта;
- актуална икономическа информация;
- изчерпателна туристическа информация;
- персонализирана информация;
- обща информация, необходима за демократичния процес.

Тази информация може да се организира по интуитивен за ползване начин – т.е. по т.нар. събитията от живота на гражданите от общината – например:

- **Обучение** – информация за училища, университети, библиотеки, програми за обучение, следдипломна квалификация, кандидатстудентски кампании, конкурси и всичко свързана с темата обучение (не само на ученици, а и на възрастни), музейни експозиции
- **Здравеопазване** – информация за различни здравни програми например борба с наркоманията, телефони на центрове за малтретирани жени, на програми за семейно планиране, за наличие на грипна епидемия, за социални домове и домове за възрастни
- **Работа** – информация за програми за преквалификация, обяви за временна или постоянна работа – вкл. свободни работни места в общинската администрация, нови програми на Министерството на труда и социалните грижи
- **Бизнес** – предоставяне на информация за икономическите показатели за региона, за разрешения и лицензи – предоставяне на бланки, които могат да се изтеглят от Интернет, както и на образци за попълването им; информация за процедурите по регистриране на фирма/стартиране на бизнес; плащане на данъци и предоставяне на бланки, които могат да се изтеглят от Интернет, както и на образци за попълването им
- **Семейство** – информация за пазара на жилищни имоти, застраховане, плащане на данъци, автомобили и свързаните с тях застраховки, данъци, и т.н., издаване на лични документи, програми насочени към възрастните или децата
- **Транспорт** – информация за пътната мрежа, карти на областта, съвети, полезна туристическа информация, информация за пътната обстановка в региона, телефони на планински служби и Пътна помощ
- **История и култура** – предоставяне на информация за музеи, исторически места, история на областта и хората
- **Околна среда и туризъм** – информация за природните паркове, кампании за опазване на околната среда, за рационално използване на природните ресурси, най-често посещавани забележителности, програми на Министерството на околната среда и водит.

- **Управление** – информация за областния управител, начина на работа на областната администрация, изтичащи крайни срокове;
- Възможност за следене и контрол на работата на общинския съвет;
- Предоставяне на електронни формуляри за извършваните услуги и информация за цената на услугите, възможност за снемане на електронни формуляри или директното им попълване в Интернет;
- Наличие на възможност потребителят да проследява онлайн движението на подадените от него документи;
- Поддържане на английска версия на сайта, удобна за достъп от чуждестранни граждани.
- Наличие на механизми за обратна връзка – форуми, чат, книга за гости, ел. адрес за мнение, възможности за гласуване по определени теми

Използването на web-counters е един от начините за получаване на обратна информация на общинската администрация за честотата на ползване на уеб-страницата и за категориите информация, към които се проявява най-голям интерес.

- Поддържане на секция “Въпроси и отговори” с отговори на най-често задаваните въпроси;
- Поддържане на електронна форма за въпроси, оплаквания;
- Възможност за електронно гласуване;
- Наличие на PKI (Public Key Infrastructure);
- Ако услугата изисква плащане – фактурата да може да се изпрати по ел.поща или да е осигурена възможност за ел.разплащания;
- Възможност за търсене в детайли.

Очаквани резултати

- общинската администрация ще предоставя услуги, които отговарят на нуждите на потребителите – граждани, бизнес и администрация;
- ще се повиши ефективността на работа на администрацията, чрез по-малко опашки, по-ефективно работещи служители, по-малко напрежение на работното място, по-бързо първично обслужване на ползвателите на услугите на общинската администрация – граждани и фирми и по-доволни служители и потребители;
- ще се намали броя на запитванията от общ характер към служителите на общинската администрация за контактна информация, услугите, сроковете, таксите за обслужване, за взетите решения по определени въпроси, информация за междуселищната транспортна мрежа, за инициативите на общинската администрация, тъй като тази информация ще бъде налична онлайн;
- ще намалеят разходите за пощенски услуги и обработка на кореспонденцията с гражданите и фирмите и ще се подобри качеството на “обратната връзка”;
- ще се повиши инвеститорския интерес към региона;
- ще се повиши социалната ангажираност на гражданите към общината.

Приложение 7. Принципи за достъпност на уеб-съдържанието

(от Инициативата за достъпност Web Accessibility Initiative (WAI) на W3C Consortium (<http://www.w3.org/WAI>) в обществените Интернет страници)

Достъпен дизайн – ниво на достъпност “а”

Създаването на достъпен дизайн е свързано с два проблема: осигуряване на плавна трансформация и използване на разбираемо и удобно за управление съдържание.

1. Осигуряване на плавна трансформация

- Трябва да се отделя структурата от съдържанието. Например - да се отдели html-дизайна от съдържанието на уеб-сайта.
- Трябва да се осигуряват текстови еквиваленти на изображенията.
- Документите трябва да са достъпни, дори ако потребителят не вижда и/или не чува. Незрящите потребители използват специален софтуер за синтезиране на речта или брайлов дисплей.

Плавната трансформация засяга принципи от 1 до 11.

2. Използване на разбираемо и удобно за управление съдържание

Това означава не само да се използва ясен и прост език, но и да се осигурят разбираеми механизми за манипулация между и на самите страници.

Не всички потребители могат да се възползват от визуални удобства като пропорционални плъзгащи бутони (scroll bars) или графики, които упътват зрящите потребители на графичните потребителски навигатори. Друго затруднение е, че се губи контекстуалната информация, когато е наличен достъп само до малка "порция" от страницата, било защото тя се разкрива дума по дума (което се наблюдава при синтезатори на говор или брайлов дисплей) или пък секция по секция (при малък или увеличен дисплей). Възможно е без информация, която да ги ориентира, потребителите да не могат да разберат много големи таблици, списъци, менюта и др.

Темата за това как да се направи съдържанието разбираемо и лесно за управление се разглежда основно в принципи от 12 до 14.

Как е организирано Ръководството

Настоящият документ е със структура, подобна на оригиналния текст⁴⁹ като представлява негово резюме. Всеки принцип, изброен отдолу включва кратък преглед и списък от контролни критерии, чрез които да се провери дали съществува съответствие с основната приоритетност.

Резюмето представя само принципите, които са приложими за прости сайтове, т.е. такива, при които употребата на мултимедийни елементи (филми, специални аплети и

¹ <http://www.w3.org/TR/WCAG10/>

др.), рамки (които и без това не се препоръчват) и обекти за програмиране, се изключват по подразбиране. Ако сайтът ви съдържа подобни елементи, моля, обърнете се към оригиналния документ.

Приоритетност

Всеки контролен критерий (checkpoint) има ниво на приоритетност, основаващо се на неговото ниво на достъпност.

[Приоритетност 1]

Уеб-сайтовете трябва задължително да отговарят на този контролен критерий. В противен случай определени групи хора няма да имат достъп до документа.

[Приоритетност 2]

Уеб-сайтовете би следвало да отговарят на този контролен критерий. В противен случай определени групи хора ще бъдат затруднени да ползват документа.

[Приоритетност 3]

За уеб-сайтовете е добре да отговарят на този контролен критерий. В противен случай определени групи хора може би ще бъдат затруднени да ползват документа. Спазването на този контролен критерий ще подобри достъпа до документите в мрежата.

Съответствие

- Ниво на съответствие "А": Всички контролни критерии от приоритетност 1 са спазени.
- Ниво на съответствие "Двойно-А": Всички контролни критерии от приоритетност 1 и 2 са спазени.
- Ниво на съответствие "Тройно-А": Всички контролни критерии от приоритетност 1, 2 и 3 са спазени.

Забележка: нивата на съответствие се изписват с текст, така че да бъдат разбираеми, когато се четат от синтезатор на говор.

За да проверите нивото на съответствие на документа си, обърнете се към пълния документ на W3C.

Принципи за достъпност на уеб-съдържанието

Принцип 1. Осигурявайте еквивалентни алтернативи на съдържанието за слушане и гледане

Нека съдържанието да бъде такова, че да носи същия смисъл или цел и във визуален, и в слухов вариант.

Въпреки че някои хора не могат да използват изображения, анимация, звуци и др. директно, те все пак могат да използват страници с еквивалентна информация, която обаче да служи на същата цел. Така текстовият еквивалент на стрелка, сочеща нагоре, която свързва със съдържанието може да бъде: "Отидете на съдържанието". В някои случаи еквивалентът трябва освен това да опише как изглежда визуалното съдържание (например при сложните схеми и диаграми) или дадени звуци (например упражнения за слушане, използвани при обучение).

Контролни критерии:

1.1 Осигурете текстове еквивалент на всеки нетекстов елемент (например чрез "alt", "longdesc", или в съдържанието на елемента). Това включва: изображения, графични алтернативи на текст (включително символи) и изкуства като това на емотиконите.

Принцип 2. Не разчитайте само на цвета

Нека текстът и графиките да бъдат разбираеми, дори когато са без цветове, заради хора, които не различават цветовете (далтонисти) и заради някои потребители с устройства, които не поддържат цветове или пък са невизуални.

Контролни критерии:

2.1 Нека информацията предадена с цветове бъде на разположение и в опростен вариант, например от контекста или от формата.

Принцип 3. Използвайте правилно възможностите на форматиране и оформление

Маркирайте документите с подходящи структурни елементи. Използвайте страници за оформление (style sheets). Не бива да използвате маркиране, за да постигнете визуално представителен ефект (например употребата на таблици за оформление или поставянето на заглавия, за да се постигне увеличаване на размера на шрифта). Това затруднява потребителите, ползващи специализиран софтуер, които не могат да разберат организацията на страницата и поради това не могат да се придвижват по нея.

Контролни критерии:

3.1 *Приоритетност 2.* Използвайте заглавни елементи, за да предадете структурата на документа и според спецификацията им. Например в HTML, ползвайте H2, за да укаже подсекция на H1. Не използвайте заглавия, за да постигнете шрифтов ефект.

Принцип 4. Употребявайте думите в прав текст

Използвайте маркиране, което да улеснява произношението и интерпретацията на съкращения и чуждици. Когато съкращението или логичното значение на думата не са ясни, те може да останат неидентифицирани при автоматичен прочит и брайлови дисплеи.

Контролни критерии:

4.1 Ясно указвайте промени в естествения език в текста на документ и във всички еквиваленти на текст (например заглавия). Например в HTML използвайте атрибута "lang" .

4.2 *Приоритетност 3.* Уточнявайте значението на всяко съкращение или акроним в документ, където се появява за първи път. Например в HTML използвайте атрибута "title" (заглавие) от ABBR и ACRONYM елементите.

Принцип 5. Правете таблици, които се трансформират плавно

Нека таблиците имат нужния формат, с цел да бъдат лесно трансформирани от достъпните интернет-навигатори и други потребителски агенти.

Контролни критерии:

5.1 За таблиците с данни, определете заглавни редове и колони. Например в HTML определете с TD клетките за попълване, а с TH - заглавния текст.

Принцип 6. Осигурявайте плавна трансформация на страници, при които се използват нови технологии.

Уверете се, че страниците са достъпни дори когато не са налични или са изключени новите технологии.

Контролни критерии:

6.1 Организирайте документите така, че да могат да бъдат четени без страници за оформление (style sheets).

6.2 Уверявайте се, че еквивалентите на динамичното съдържание се актуализират, когато самото то се променя.

6.3 Уверете се, че страниците са годни за употреба, когато знаците или други обекти за програмиране бъдат премахнати (например Flash или JavaScript). Ако това не е възможно, осигурете еквивалентна информация на друга достъпна страница като алтернатива.

Принцип 7. Осигурявайте потребителски контрол на промени в съдържанието, свързано с време, дата, час.

Уверете се, че движещите се, мигащите, плъзгащите се и автоматично променящите се обекти могат да бъдат изключвани или спирани.

Контролни критерии:

7.1 Избягвайте да създавате трептящи екрани. Например не използвайте BLINK или MARQUEE елементи (които не са формулирани в никоя W3C HTML спецификация и без това).

Принцип 8. Подсигурявайте директна достъпност на внедрените потребителски интерфейси

Този принцип не е разгредан подробно в това резюме.

Принцип 9. Проектирайте независими продукти

Използвайте техники, които позволяват активиране на елементи от страницата чрез разнообразие от механизми. Този принцип не е разгредан подробно в това резюме.

Принцип 10. Използвайте временни решения

Използвайте временни решения за достъпността, така че помощните технологии и по-старите интернет-навигатори, които например не позволяват на потребителите да управляват празни клетки за писане, да работят добре. По-старите програми, четящи

екрана, четат списъци от последователни препратки като една препратка. Освен това отварянето на нови прозорци може да бъде много объркващо за потребители, които не могат да видят какво точно се извършва.

Контролни критерии:

10.1. *Приоритетност 2*. Не предизвиквайте появяването на нови прозорци без да информирате потребителя изрично.

Принцип 11. Използвайте W3C технологии и принципи

Използвайте W3C технологии (според спецификацията) и спазвайте принципите за достъпност. Когато това е невъзможно, осигурявайте алтернативна версия на съдържанието. Например: осигурявайте алтернативи на PDF документите, на FLASH анимацията, на MS Word или документите на Open Office и т.н.

Контролни критерии:

11.4. Ако не сте в състояние да създадете достъпна страница, осигурете препратка към друга алтернативна такава, която е с W3C технологии и е достъпна, съдържа еквивалентна информация (или функционалност), и се актуализира толкова често, колкото и оригиналната недостъпна страница.

Принцип 12. Добавяйте информация, която да ориентира и да осигурява необходимия контекст

Добавяйте информация, която да ориентира и да осигурява необходимия контекст, за да помагате на потребителите да разбират по-сложни страници и елементи.

Контролни критерии:

12.1. Озаглавявайте всяка рамка, за да улеснявате идентификацията ѝ и управлението. Например в HTML използвайте атрибута "title" в елементите от FRAME (рамка).

Принцип 13. Осигурявайте ясни механизми на управление

Осигурявайте ясни и последователни механизми на управление - ориентировъчна информация, управляващи менюта, карта на сайта и т.н. - за да увеличавате вероятността хората да намират това, което търсят на сайта.

Контролни критерии:

13.1. *Приоритетност 2*. Изяснявайте какво цели всяка препратка. Например не използвайте "тук" или "тази страница" като наименование на препратка.

Принцип 14. Нека документите са ясни и прости

Нека документите са ясни и прости, така че да бъдат лесно разбираеми. Последователното оформление на страницата, разбираемите графики и достъпният език са от полза за всички потребители. Употребата на ясен и прост език повишава ефективността на общуването.

Контролни критерии:

14.1. Използвайте възможно най-ясен и прост език, подходящ за съдържанието на сайт.