

ОБЩЕСТВЕНОТО МНЕНИЕ

2004

АЛФА РИСЪРЧ



СЪДЪРЖАНИЕ

ПРЕДГОВОР	3
I. СЪБИТИЯТА НА 2004Г. - ТРАГИЧНИТЕ МОМЕНТИ ДОМИНИРАТ В ОБЩЕСТВЕНАТА ПАМЕТА	
II. УМЕРЕНИ ОЦЕНКИ ЗА 2004. РЪСТ НА ОПТИМИЗМА ЗА 2005.....	8
III. БЪЛГАРИНЪТ ЗА ИНСТИТУЦИИТЕ – ПРОДЪЛЖАВАЩ ДЕФИЦИТ НА ДОВЕРИЕ	13
IV. ОБЩЕСТВЕНИТЕ НАГЛАСИ КЪМ КОНКРЕТНИТЕ АНГАЖИМЕНТИ НА БЪЛГАРИЯ ЗАПОЧВАТ ДА ОПРЕДЕЛЯТ ОТНОШЕНИЕТО КЪМ ЕВРОИНТЕГРАЦИЯТА	19
V. ПОЛИТИЧЕСКИТЕ ПАРТИИ: ФРАГМЕНТИРАНост И СЛАБО ДОВЕРИЕ	28
VI. ЕЛЕКТОРАЛНИ НАГЛАСИ - СТАБИЛНОСТ В "ЛЯВО", СПАД В "ДЯСНО"	39
VII. НАРАСТВАЩО ЗНАЧЕНИЕ НА МЕСТНАТА ВЛАСТ И НА ОБЩЕСТВЕНИТЕ ОЧАКВАНИЯ КЪМ НЕЯ	45
VIII. ЕТНИЧЕСКАТА ИНТЕГРАЦИЯ - МЕЖДУ ПРЕДРАЗСЪДЪЦИТЕ И ОБЕКТИВНИТЕ РАЗЛИЧИЯ	50
IX. СОЦИАЛЕН СТАТУС НА БЪЛГАРИНА – ЛЕК РЪСТ В ДОХОДИТЕ, СЛАБА МОБИЛНОСТ В СОЦИАЛНАТА СТРУКТУРА И СУБЕКТИВНИТЕ ОЦЕНКИ.....	56
X. СОБСТВЕНОСТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ДОМАКИНСТВА – ПЪРВИ СИМПТОМИ ЗА ОТВАРЯНЕ НА ПАЗАРА	61
XI. МОБИЛНИ ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ 2004: ПОДГОТОВКА ЗА "ГОДИНАТА НА ПОТРЕБИТЕЛЯ" - 2005	65
XII. СВЕТОВНАТА МРЕЖА РАЗШИРЯВА ПОКРИТИЕТО СИ В БЪЛГАРИЯ	71
XIII. НОВИ ЗАПАДНИ ПРОДУКЦИИ НАВЛИЗАТ НА МЕДИЙНИЯ ПАЗАР	78
XIV. ЗАВЕДЕНИЯТА ОСТАВАТ НАЙ-ПОПУЛЯРНИЯ НАЧИН ЗА ПРЕКАРВАНЕ НА СВОБОДНОТО ВРЕМЕ ИЗВЪН ДОМА.....	83
XV. ЗДРАВЕТО НА БЪЛГАРИНА – СЛАБА ПРОФИЛАКТИКА	86
XVI. ИНТЕРЕСЪТ КЪМ СПОРТА – ПО-МАЛКО ФИЗИЧЕСКИ УСИЛИЯ, ПОВЕЧЕ МЕДИЙНА РЕАЛНОСТ	95

ПРЕДГОВОР

За трета поредна година Социологическа агенция Алфа Рисърч предоставя на вниманието на широката аудитория в страната своето издание "Общественото мнение". То запазва досегашния си формат и стилистика, като прави преглед на основните тенденции в обществените нагласи през 2004г.

Изданието не може да отговори на очаквания за изчерпателност на теми, проблеми, или гледни точки. То представя в обобщен вид резултати от публичните проучвания на Алфа Рисърч през годината и се опитва да съчетае актуалността на данните с един коректен, доколкото даващ си сметка и за цялостната картина на общественото развитие, анализ на очертали се по-съществени тенденции. Новото през тази година е, че в редица глави са включени обобщени данни не само за последната година, но и за предишните три, които формират мандата на настоящото управление. Държейки сметка за факта, че 2005г., в началото на която излиза настоящото издание, е изборна година, ние искахме да предложим една своеобразна равносметка на обществените тенденции през периода.

Вече традиционно част от представените в изданието изследвания са проведени със съдействието на вестниците Капитал и Дневник. Проучванията за ефективност и отговорност на местната власт и за етническата интеграция са реализирани по програми на Американската агенция за международно развитие. Наше общо разбиране е, че изследванията върху значими за обществото проблеми не трябва да остават затворени в тясна общност, а да придобиват максимална публичност, което направи възможно и разпространението на резултатите от тези проучвания.

Желанието ни е настоящото издание да предостави надеждна информация и възможни гледни точки за политическите, икономически и социалните процеси на една по-широка общност от изследователи, държавни и обществени институции, политически и неправителствени организации, медии, студенти. Същевременно убеждението ни е, че най-добро е онова изследване, което може да бъде "дописано" – да предизвика размисли, до пороги нови интерпретации, или да даде идеи за бъдещи проучвания. Така че, както и предишните години, не смятаме, че това издание слага точка на случилото се през годината. Просто ни дава още един повод да мислим за себе си.

Текуща информация за провежданите изследвания и основните резултати от тях може да бъде намерена и на сайта на Алфа Рисърч – www.aresearch.org

I. СЪБИТИЯТА НА 2004Г. - ТРАГИЧНИТЕ МОМЕНТИ ДОМИНИРАТ В ОБЩЕСТВЕНАТА ПАМЕТ

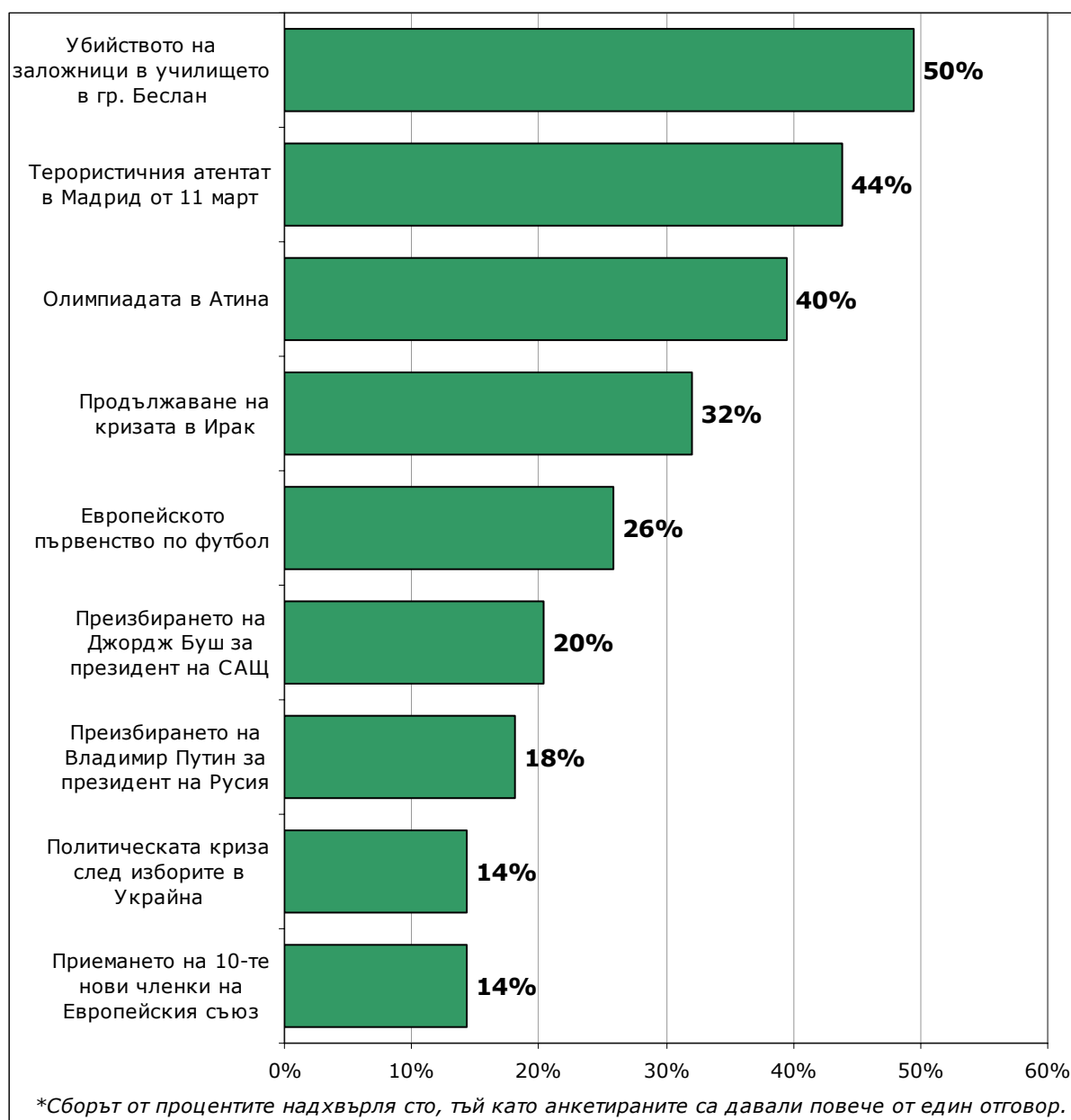
Рядкост са българите, които не могат да идентифицират отминалата 2004 г. през някое събитие, независимо дали вътрешно или международно. Това едва ли трябва да се приема като активизъм в търсенето на информация. Ако се погледне списъка с най-често посочваните събития, не може да се открие нито едно, което да не е било в състояние да предизвика широка обществена реакция. С най-голяма сигурност това може да се твърди за трагични събития от последните дванадесет месеца. Идентификацията на изминала година по-скоро с трагични събития не е нова тенденция.

1. Събитията по света и техният отзвук в България

Сравнението на класациите за събитие на 2003 и 2004 година в международен план показва просто смяна в името на населеното място, в което е извършен поредния терористичен акт. 2004 година се превърна в годината на заложниците – редица такива кризи можеха да бъдат проследени най-вече в Ирак, за да кулминират в началото на септември с трагедията в Беслан.

Случилото се там е "лидерът" сред външнополитическите събития, непосредствено следвано от терористичния атентат в Мадрид на 11 март. Двете трагедии са привлекли вниманието на близо половината от анкетираните в края на 2004 г. българи. Една трета пък са посочили продължаването на кризата в Ирак като запомнящия се от 2004 г. факт. С други думи, сред първите четири най-често посочвани събития, три попадат в графата на онези с трагична развръзка.

Графика 1. Кое е международното събитие, с което ще запомните 2004 г.?*



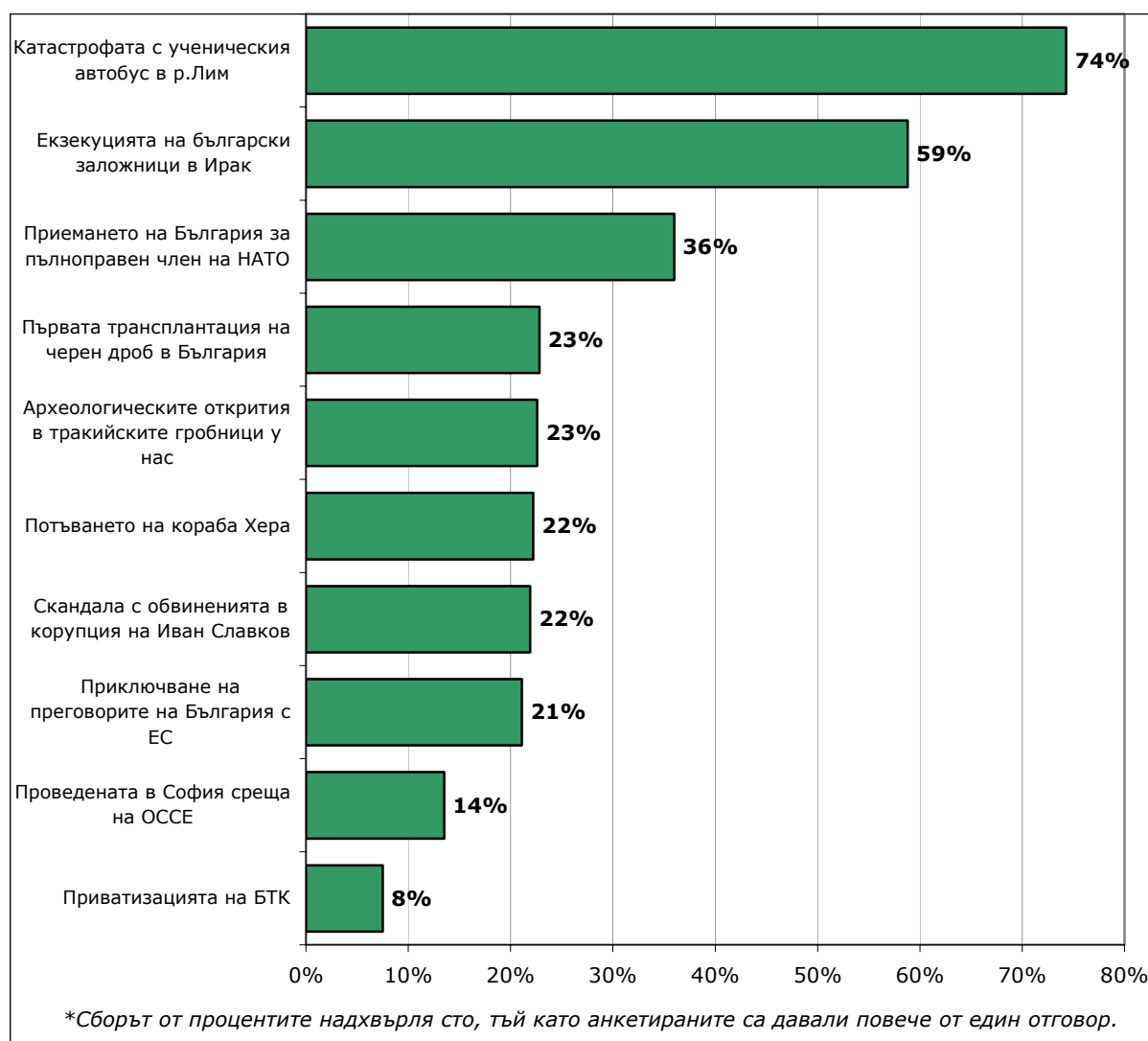
Няма как да не направи впечатление, че в челната тройка се е "класирала" Олимпиадата в Атина, посочена от 40% от анкетираните в края на 2004 г. Една четвърт пък добавят към нея и Европейското първенство по футбол. Повишеното внимание към спортни събития може да се приеме като сигнал, че политическите събития не поглъщат изцяло общественото внимание. При равносметката в края на годината спортните прояви натежават в оценките спрямо преизбирането на президентите на свръх-силите САЩ и Русия.

2. Важните за България събития

Заслужава внимание фактът, че трите най-често посочвани международни събития събират повече "гласове" от важни за България достижения като приемането на страната в НАТО (посочено от 36%) и приключване на преговорите с Европейския съюз. И това, на фона на ентузиазма около задаващия се успешен край на евро-атлантическата ни интеграция.

И във вътрешен план събитията с трагичен характер са във фокуса на общественото внимание. Трагедията с катастрофата на ученическия автобус в река Лим е безспорното вътрешно събитие номер едно за българите – три четвърти идентифицират отминалата година с него. В духа на общата нагласа за повишено внимание към заплахите от тероризъм, следващо по важност събитие за мнозинството ни сънародници, е убийството на българските заложници в Ирак

Графика 2. Кое е вътрешното за България събитие, с което ще запомните 2004 година?*



Въпреки това, вътрешнополитическата класация включва и поредица събития с позитивен знак. Така, сред първите три попада приемането на България в НАТО. В една втора група интервюираните са очертали пакет, в който поне три от събитията могат да бъдат определени като знаменателни. Близо една четвърт от сънародниците ни са впечатлени от първата извършена в България трансплантация на черен дроб. Същият дял са поставили сред значимите събития на годината поредицата археологически открития в тракийски гробници, направени през 2004.

На последно място в така очерталата се група от добри новини е поставено приключването на преговорите с ЕС. Това би могло да е знак, че непосредствените проблеми на сигурността и събитията с ясни положителни или отрицателни последствия, много повече привличат вниманието. А и в крайна сметка, приключването на преговорите не успя да "заглуши" различните дебати около самото приемане – кога ще бъде подписан договорът за присъединяване, има ли шанс приемането на България да бъде забавено от проблеми в преговорите между ЕС и Румъния и пр.

Ако се опитаме да пренесем тези "класации" върху 2005 година, можем да предположим, че на фона на българското присъствие в Ирак, събитията там ще бъдат една от точките, върху които ще се съсредоточи общественото внимание. Другият ключов фокус на общественото мнение ще бъде очакваното подписване на договора за членството на България в Европейския съюз. Като към това прибавим предстоящите в началото на лятото парламентарни избори, логично може да се предположи, че конкуренцията на събития, под знака на които да мине 2005г., ще бъде достатъчно висока.

II. УМЕРЕНИ ОЦЕНКИ ЗА 2004. РЪСТ НА ОПТИМИЗМА ЗА 2005

1. Оценка за изминалата година и очаквания за следващата

В края на 2004 година беше публикувано проучване на британски и холандски учени от университета "Еразъм Ротердамски", проведено сред жителите на 112 страни, според което българите и беларусите са най-нещастните в света. Ако към тези данни се добави фактът, че най-щастливи се чувстват жителите на Бангладеш, то става очевидно, че щастието има много измерения и не се свежда само до икономическото състояние. След като е ясно, че българите се преживяват изключително като "нещастни", се поставя все пак въпросът - има ли вероятност след 1-2 години да не сме отново в края на класацията на щастливите народи?

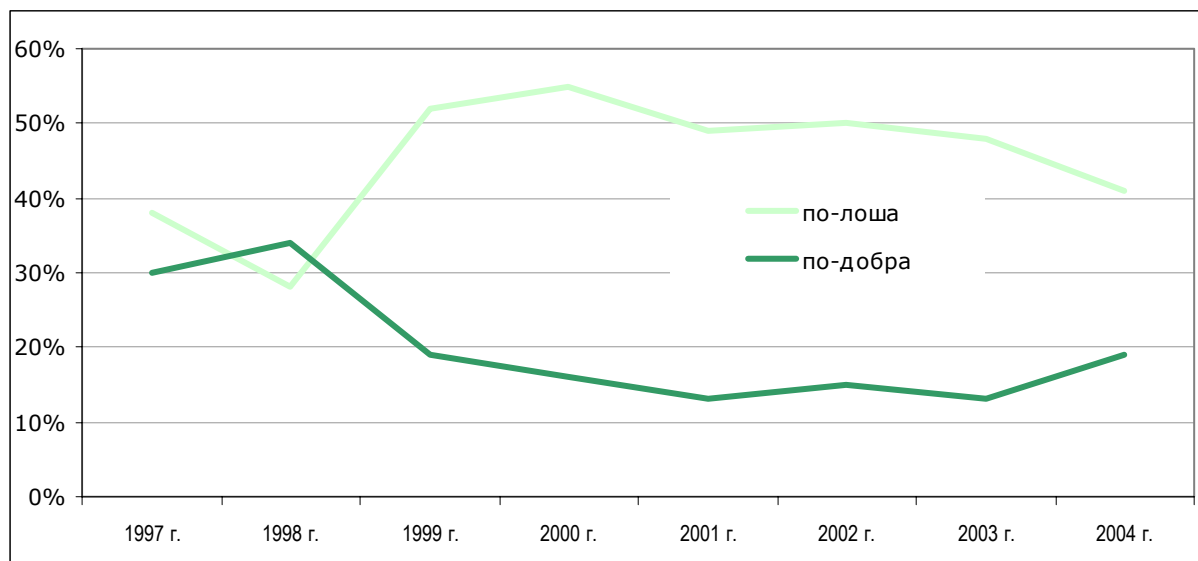
Отговорът е положителен, а основанията за подобно твърдение откриваме в сравнителните изследвания през последните години. Една от възможностите за измерване на щастието е удовлетвореността от изминаващата 2004 година и очакванията за 2005-та.

Вече шеста поредна година българите оценяват негативно отминаващата година – едва 19% я определят като по-добра от 2003 година, 41% не виждат разлика с предходната, а 40% я намират за по-лоша. Ако сравним цитираните данни с аналогични от миналата година, ще констатираме ръст на доволните от изминаващата година от 6% и спад на недоволните с 8%.

Най-доволни от изминаващата година са висшистите (30%), част от жителите на София (23%) и домакинствата с по-високи доходи. От етническите групи най-позитивни са хората, които се самоопределят като турци (29%).

Спад спрямо 2003 година отбелязват безработните (63%) и пенсионерите (45%), жителите на малки градове (53%), хората с ниско образование (49%) и лицата с по-ниски доходи.

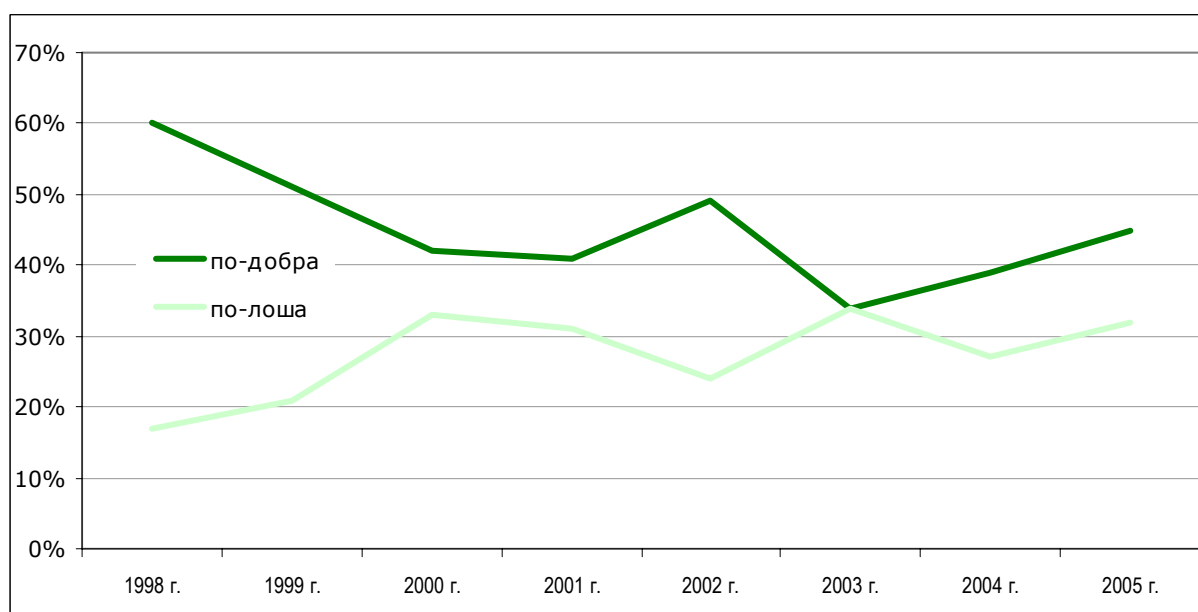
Графика 1. Вие лично как оценявате настоящата година в сравнение с миналата?



Запазващата се сравнително висока неудовлетвореност от изминаващата година не влияе на положителните очаквания към 2005 година. Отчетената година по-рано тенденция за увеличаване дела на оптимистите, се запазва и през тази. В края на 2004-та със 6% са повече оптимистите за предстоящата година спрямо миналогодишните. Вечните оптимисти, учащите, се открояват със 79%.

Делът на песимистите е намалял спрямо предходната година с 5 %, достигайки до 22%. С негативни очаквания за 2005 година са онези социални групи, които оценяват и настоящата година като по-лоша от предходната – жителите на малки градове (32%), безработните (32%) и пенсионерите (24%), ниско образованите (29%).

Графика 2. Очаквания за следващата година



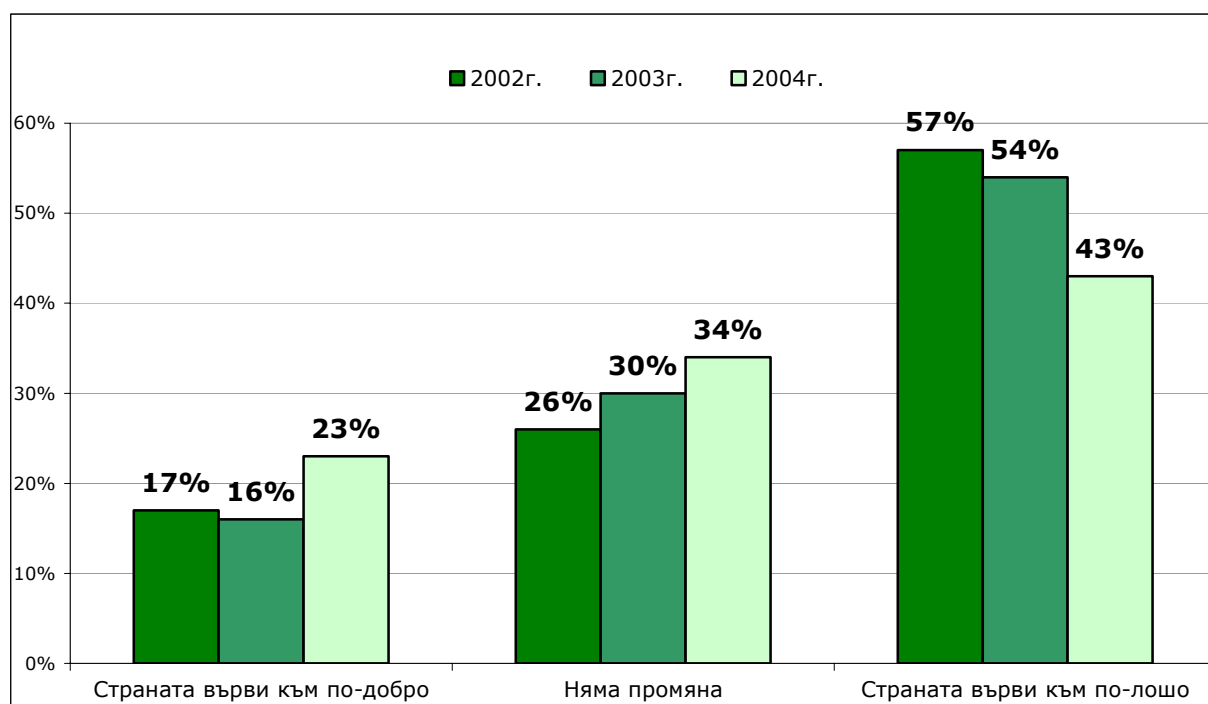
След констатацията, че делът на недоволните от изминаващата година (независимо че остава твърде голям) намалява, а оптимистите за предстоящата година нарастват, е важно да се направи едно уточнение. През 1997 година са отчитани и по-високи нива на положителни оценки и очаквания, които в последствие се сринаха. Така че положителните тенденции не са безвъзвратни и не е невъзможно българинът да продължи да се чувства най-нешастен в света още дълги години. Хубавото е, че надеждата за щастие остава.

2.Оценки за промените на живота в България

Обобщената оценка за 2004 година спрямо предходната, както и очакванията за следващата, поражда цяла група от въпроси. Те са свързани с две основни теми. Първата е на макро равнище - моментното икономическото състояние на страната и очакванията за близкото бъдеще. Втората тема е на микро равнище - настоящото финансово състояние и перспективите в личен аспект.

Нараства делът на онези, които определят развитието на България след 1989г. като положително. Те са се увеличили със 7% за последните 12 месеца. Съответно, намалели са онези, според които страната върви към по-лошо и днес те са 11% по-малко спрямо 2003 година.

Графика 3. Оценка на развитието на България след промените през 1989г.



Тази тенденция се потвърждава и при другите макроикономически въпроси. Оценката за общото икономическо състояние на страната е положителна за 14% от българите, което представлява ръст от 4% за една година. Очакванията за близкото бъдеще в национален мащаб са отново по-оптимистични в сравнение с предходната година. Подобрение очакват 40% или с 5% повече от миналия декември, а влошаване прогнозират 20% или с 13% по-малко от 2003 година.

Аналогични са тенденциите и на микро ниво. Българите, които оценяват личното си финансово състояние като подобряващо се, са в съотношение 1:3 спрямо онези, които усещат влошаване. През миналата година съотношението е било 1:4. За една година оптимистите за личното финансово състояние нарастват със 7%, достигайки до 38 на сто, а песимистите намаляват от 28% на 22%.

Очертавайки обаче цялостната картина за 2004г., не бива да забравяме, че делът на песимистите (23%), както и на хората, според които статуквото ще се запази, (39%) остава достатъчно висок. Ако по отношение на очакванията обаче позитивните нагласи са все пак достатъчно ясно изразени, то оценките за настоящето са значително по-скромни. Така например, процентът на хората, които отчитат общо подобрене в страната през 2004г. достига ... точно стойностите от 1999г. (19 %). Следователно, регистрираното нарастващо удовлетворение от настоящето и положителни очаквания за бъдещето в личен и обществен икономически аспект следва да се разглеждат като тенденция, но не и все още като "обръщане" на обществените настроения.

3. Най-популярен български политик

За поредна година, голямата част от българите нямат доверие в нито един български политик, с когото да свързват личните си надежди за по-добър живот. Техния дял е близо $\frac{3}{4}$. През последните четири години обществените настроения открояват един "лидер" сред политиците – президентът Георги Първанов. Той е "надеждният политик" за над $\frac{1}{3}$ от респондентите, които все пак имат фаворит. На второ място се нарежда премиерът Симеон Сакскобургготски, а на трето се появява "нова политическа надежда" в лицето на Сергей Станишев. Може да се обобщи, че първите три места се заемат от двама представители на властта – президент и премиер, а третото място се заема от лидера на политическата партия с най-широка обществена подкрепа. Все пак, огромното мнозинство от българите остават твърде скептични към качествата на целия политически елит.

Таблица 4. Политик, с когото българите свързват личната си надежда за по-добър живот

	1999 г.	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.
Георги Първанов	1.0%	2.0%	16.0%	9.0%	9.1%	10.2%
Симеон Саксбургготски	-	3.0%	13.0%	8.0%	2.7%	4.2%
Сергей Станишев	-	-	-	-	1.0%	2.7%
Бойко Борисов	-	-	1.0%	3.0%	1.0%	1.9%
Иван Костов	10.0%	6.0%	1.0%	1.0%	2.0%	1.8%
Надежда Михайлова		1.0%	1.0%	1.0%	2.0%	1.3%
Стефан Софиянски	1.0%	2.0%	3.0%	2.0%	1.5%	1.3%
Милен Велчев	-	-	-	-	-	1.2%
Соломон Паси	-	-	-	-	-	0.7%
Петър Стоянов	11.0%	7.0%	2.8%	-	1.0%	-
Ахмед Доган	-	-	-	1.0%	1.0%	-
Друг	4.0%	2.0%	1.0%	4.0%	2.0%	2.0%
Няма такъв	73.0%	76.0%	60.0%	71.0%	77.0%	72.4%

Ръстът в оптимизма на българина не води до ръст в доверието към политическата класа у нас. От една страна, е налице нарастване на положителните оценки за настоящото правителство спрямо предходните, но от друга, не се регистрира повишено доверие към конкретни политици. Може да се обобщи, че по-високата оценка към настоящото правителство не е свързана с по-дългосрочни очаквания и особено, с реабилитацията на индивидуалната политическа отговорност. Последната остава един от големите дефицити в българския политически живот.

III. БЪЛГАРИНЪТ ЗА ИНСТИТУЦИИТЕ – ПРОДЪЛЖАВАЩ ДЕФИЦИТ НА ДОВЕРИЕ

1. Отношение към правителството – лек ръст на доверието

Ключово важно за обществено-политическите нагласи във всяко съвременно общество е отношението към изпълнителната власт. Българя не прави изключение. След две последователни години на силен спад в подкрепата за правителството, 2004г. може да бъде характеризирана като година на постепенно, макар и бавно, възвръщане на доверието. Въпреки това, в края на 2004г., независимо от някои позитивни тенденции, регистрирани през годината, отрицателните оценки за правителството продължават да доминират над положителните: 63% към 30%. От началото на мандата досега отношението към правителството минава най-общо през три етапа.

- Първоначален пик на доверие (68 на сто) през първата година от управлението
- Кризисна 2002г., когато първоначалните положителните оценки се сриват наполовина, и последващ през 2003г. спад дори и в тази подкрепа
- Стабилизиране и плавно възвръщане на обществено доверие през 2004-та година

Таблица 1. Правителство¹

Правителство	2001	2002	2003	III.2004	V. 2004	XII. 2004	2004
Положително	68%	30%	24%	27%	28%	30%	27%
Отрицателно	28%	67%	74%	71%	70%	63%	70%
Без мнение	4%	3%	2%	2%	2%	7%	3%

Близко като тенденция е и отношението към Симеон Сакскобургготски, макар че през декември 2004-та, ножицата между положителни и отрицателни оценки за дейността му е по-малка в сравнение с тази за цялото правителство - 35% положителни срещу 57% отрицателни оценки. Одобрението за министър-председателя през последните 12 месеца се отличава със съществена динамика: средната му стойност за годината е 33%, но нараства от 26% в началото до 35% в края й.

¹ Във всички таблици в този раздел, в които е посочена само годината, без определен месец, са изчислени средни годишни оценки. Там, където данните важат за определен месец, той е посочен на първия ред от таблицата.

Таблица 2. Министър председател

Министър председател	2001	2002	2003	II.2004	V. 2004	XII. 2004	2004
Положително	68%	50%	33%	26%	34%	35%	33%
Отрицателно	24%	42%	60%	66%	62%	57%	62%
Без мнение	8%	8%	7%	8%	4%	8%	6%

През цялата година тройката на най-одобряваните от обществото министри се запазва почти без промени – финансовият министър Милен Велчев, външният министър Соломон Паси и министъра на европейската интеграция Меглена Кунева. Положителен баланс между позитивните и негативните оценки за дейността си имат също вицепремиерът и министър на икономиката Лидия Шулева, спортният Васил Иванов и вътрешният Георги Петканов. Тримата, водещи класацията на най-неуспешните членове на кабинета, са културният министър Божидар Абрашев (33%), на здравеопазването - Славчо Богоев (22%) и на регионалното развитие - Валентин Церовски (15%).

Таблица 3 . Най-успешни и най-неуспешни министри - декември 2004

	Най-успешни	Най-неуспешни
Милен Велчев	31.3%	6.4%
Соломон Паси	29.3%	6.7%
Меглена Кунева	18.7%	1.4%
Лидия Шулева	12.8%	9.3%
Васил Иванов	8.3%	1.8%
Мехмед Дикме	7.2%	8.3%
Христина Христова	7.0%	8.1%
Георги Петканов	6.5%	6.1%
Николай Свиначков	5.5%	7.3%
Николай Василев	4.2%	11.5%
Антон Станков	4.2%	4.8%
Пламен Панайотов	2.4%	5.8%
Долорес Арсенова	2.1%	2.8%
Славчо Богоев	1.3%	22.4%
Божидар Абрашев	1.2%	32.7%
Филиз Хюсменова	0.9%	1.7%
Игор Дамянов	0.8%	12.5%
Димитър Калчев	0.7%	2.5%
Валентин Церовски	0.3%	14.7%
Милко Ковачев	0.1%	4.5%

През периода 2001 – 2004 година, в общественото мнение силно доминира нагласата, че нито едно от деветте правителства от началото на прехода не може да бъде определено като успешно: всеки втори застъпва тази теза. Сред останалите 50 на сто от пълнолетните жители на страната, позицията “най-добро правителство” си оспорват последните два кабинета: на Иван Костов и Симеон Сакскобургготски. Сравнението на данните за последните четири години показва, че в самото начало на мандата нагласите са почти изравнени – 15% за правителството на Симеон Сакскобургготски, срещу 11% за това на Иван Костов. В средата на управлението си настоящият кабинет търпи силна критика и оценките се ориентират в полза на правителствата на Иван Костов (13%) и Стефан Софиянски (12%). През декември 2004 година, обаче, като най-успешен се възприема кабинетът на НДСВ (18%), който е вече с двойно по-високи оценки от тези за правителството на своя предшественик.

Таблица 4. Най-успешно правителство на България след 1989 година

	XI.2001	XII.2003	XII.2004
На Андрей Луканов	3.0%	6.0%	2.0%
На Димитър Попов	0.3%	2.0%	1.0%
На Филип Димитров	1.0%	2.0%	2.0%
На Любен Беров	1.0%	1.0%	0.3%
На Ренета Инджова	2.0%	2.0%	2.0%
На Жан Виденов	2.0%	2.0%	1.0%
На Стефан Софиянски	7.0%	12.0%	6.0%
На Иван Костов	11.0%	13.0%	9.0%
На Симеон Сакскобургготск	15.0%	9.0%	18.0%
Никое	52.0%	47.0%	54.0%
Без отговор	5.0%	4.0%	5.0%

2. Президент, армия и полиция – трите институции, ползващи се с обществена подкрепа

Само три от институциите на държавната власт се ползват с доминиращо положителна оценка от обществото:

На първо място е президентът, който от началото на встъпването си в длъжност бележи непрекъснат ръст в доверието - от 59% в края на 2001-ва до средно 76% през 2004-та година.

Таблица 5. Президент

Президент	2001	2002	2003	III.2004	V. 2004	XII. 2004	2004
Положително	59%	70%	75%	77%	78%	78%	76%
Отрицателно	32%	20%	19%	17%	19%	14%	18%
Без мнение	9%	10%	6%	6%	3%	8%	6%

Преобладаващо позитивно е и отношението към армията и полицията. При двете институции обаче е налице различна тенденция. Полицията бележи постепенен ръст в доверието - от средно 52% в началото на мандата до 60% през декември 2004. Армията започва с високо доверие от 78 на сто, което през следващите три години спада до средно 64%. От средата на 2004-та година обаче тя успява да си възвърне общественото доверие, което достига до 72% през последния месец.

Таблица 6. Полиция

Полиция	2001	2002	2003	II.2004	V. 2004	XII. 2004	2004
Положително	52%	58%	58%	57%	61%	60%	58%
Отрицателно	46%	36%	39%	32%	37%	38%	35%
Без мнение	2%	6%	3%	11%	2%	2%	7%

Таблица 7. Армия

Армия	2001	2002	2003	II.2004	V. 2004	XII. 2004	2004
Положително	78%	66%	66%	61%	72%	72%	64%
Отрицателно	21%	25%	29%	21%	26%	24%	24%
Без мнение	1%	9%	5%	18%	2%	4%	12%

3. Отношението към правосъдната система и законодателната власт – ключов проблем пред институционалната стабилност в страната

Отношението към институциите на съдебната и законодателна власти е преобладаващо и устойчиво негативно. За периода не повече от една пета от избирателите имат позитивно отношение към тези институции, а през 2003 и 2004 доверието към парламента спада до 13 на сто.

Таблица 8. Съд

Съд	2001	2002	2003	II.2004	V. 2004	XII. 2004	2004
Положително	-	21%	17%	17%	20%	22%	19%
Отрицателно	-	69%	77%	61%	75%	74%	67%
Без мнение	-	10%	6%	22%	5%	4%	14%

Таблица 9. Прокуратура

Прокуратура	2001	2002	2003	II.2004	V. 2004	XII. 2004	2004
Положително	-	18%	17%	16%	20%	19%	18%
Отрицателно	-	69%	77%	59%	71%	73%	66%
Без мнение	-	13%	6%	25%	9%	8%	16%

Таблица 10. Следствие

Следствие	2001	2002	2003	II.2004	V. 2004	XII. 2004	2004
Положително	-	24%	22%	19%	23%	26%	22%
Отрицателно	-	63%	71%	55%	68%	67%	60%
Без мнение	-	13%	7%	26%	9%	6%	18%

Таблица 11. Парламент

Парламент	2001	2002	2003	II.2004	V. 2004	XII. 2004	2004
Положително	45%	18%	13%	12%	13%	15%	13%
Отрицателно	49%	74%	83%	74%	82%	81%	79%
Без мнение	6%	8%	4%	14%	5%	4%	8%

Динамиката на отношението към институциите през 2004г. поставя изключително важен проблем. В продължение на години наред устойчиво с най-нисък кредит на доверие се ползват парламент, правораздавателна система – съд, следствие, прокуратура и политическите партии като цяло. Т.е. точно институциите и организациите, които са отговорни за определянето на правилата и гарантирането на социалната (да не се бърка със социалистическа) справедливост.

Неефективното функциониране на институциите и механизмите, които би следвало да гарантират обществения интерес и върховенството на закона, обезценяват, или най-малкото, намаляват ефекта от наблюдаваните икономически промени. Гражданите са недоволни от резултатите, защото не се доверяват на процедурите. Изследванията показват, че общественото мнение определя трите най-значими политически проблема като корупция, престъпност и неефективна съдебна система. Неспособността да бъде гарантирано равенство пред закона на всички граждани лесно генерира антипартийни настроения и оправдава циничния възглед за вота като легитимна възможност да се поставят "свои" хора на ключови места, с цел отвоюване на икономическо пространство. Именно благодарение на продължаващия дефицит на ефективно правораздаване в страната, главният секретар на МВР ген.Борисов продължава да бъде всенароден любимец, а посланията за ред и справедливост значително започват да надхвърлят по

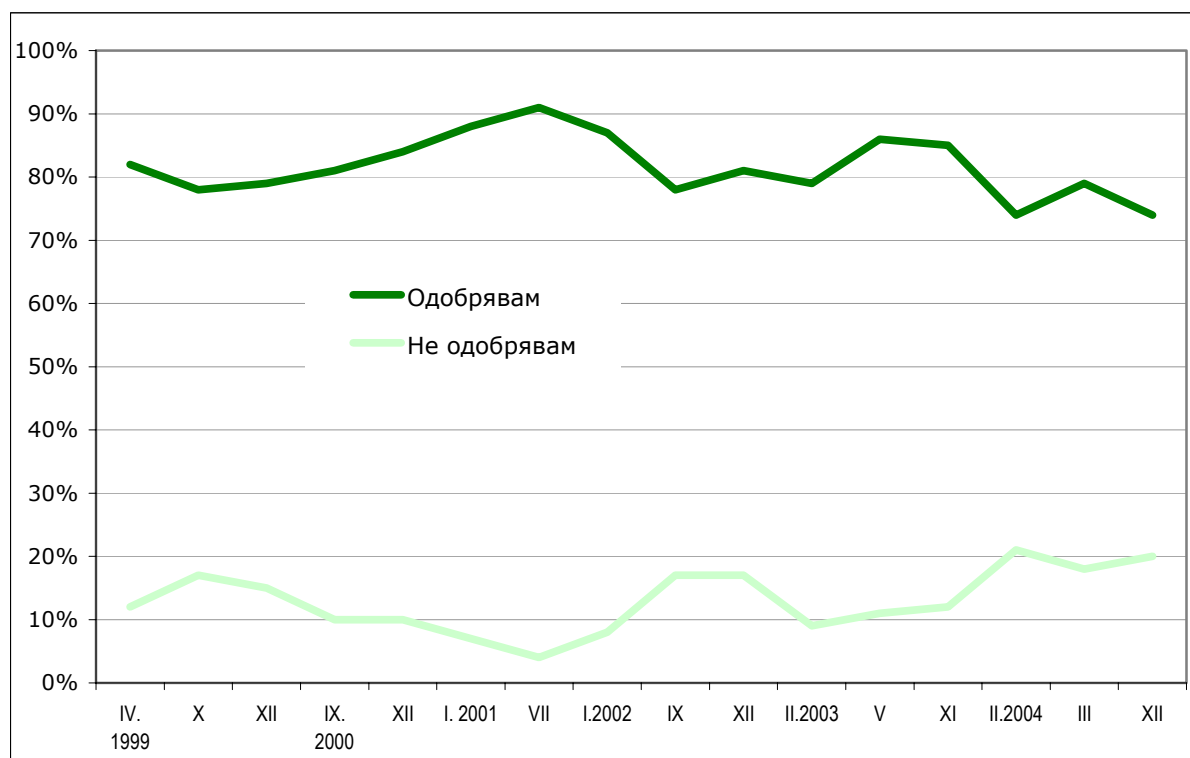
сила на въздействие посланията за икономически растеж. Което обяснява защо не силата на икономическите резултати, а слабостта на институциите, които трябва да гарантират равнопоставеност между икономическите субекти оказва, по-силно влияние върху политическите нагласи. Ако политическите партии и институциите не искат да подхранват обществения негативизъм към себе си, необходимостта от постигането на видими, разбираеми за обществото резултати, е повече от наложителна.

IV. ОБЩЕСТВЕНИТЕ НАГЛАСИ КЪМ КОНКРЕТНИТЕ АНГАЖИМЕНТИ НА БЪЛГАРИЯ ЗАПОЧВАТ ДА ОПРЕДЕЛЯТ ОТНОШЕНИЕТО КЪМ ЕВРОИНТЕГРАЦИЯТА

За целия период - от декември 1999г., когато Европейският съвет в Хелзинки взема решение да открие процеса на преговори за асоцииране на България, до декември на 2004г., когато преговорите бяха обявени за приключени, отношението на българите към евроинтеграцията се характеризира, от една страна, с висока степен на одобрение, а от друга – с ниска степен на информираност и твърде голяма отстраненост от реалния преговорен процес.

В зависимост от степента на подкрепа за евроинтеграцията на България могат да бъдат разграничени три основни групи.

Графика 1. Отношение към присъединяването на България към ЕС



1. Привържениците и противниците на евроинтеграцията

Твърди привърженици на евроинтеграцията - 52-53% от пълнолетното население. Тук по-често могат да бъдат открити хора до 40-годишна възраст, със средно и по-високо

образование, жители на София и областните градове, със средни до високи доходи, както и учаци и служащи. Те са по-добре запознати с поеманите от страната ангажименти, с последиците от интеграционния процес, включително с възникващите проблеми. И макар че съвсем не са безкритични към едни или други конкретни стъпки, те твърдо поддържат тезата, че страната няма бъдеще извън ЕС. Готовността им да гласуват за присъединяването към Съюза в евентуален референдум е много висока (93%), естествено с вот "за".

Втората по големина група, на умерените привърженици, представлява около 28-30% от населението на страната и за нея може да се предполага, че ще нараства. Тя включва главно хора, които са позитивно настроени към ЕС по принцип, но споделят силни страхове от българското членство в Съюза.

Тази група се състои от две части. От една страна, тук има хора, които се страхуват от всяка форма на глобализация, включително и европеизация, с по-ниско образование, в по-висока възраст, ниска квалификация, които няма какво да спечелят от разширяването на ЕС. Повече или по-малко те ще бъдат в губещи позиции. Техните страхове са разбираеми и са съсредоточени главно в икономически план – ръст на цените, фалити, нарастване на безработицата. Тъй като в България все още има малко информация по тези въпроси, започват да се раждат и редица митове – не просто, че ще бъде по-тежко, но че бъдещето ще бъде толкова тежко, че "управляващите го крият от хората". Обратно на други периоди и може би на други страни, образът на Европа, който се внася от част от български икономически емигранти, е силно отрицателен. Тази част от българските гастарбайтери, които изпълняват най-нискоквалифицирани дейности и не са интегрирани в съответните общества, са изключително отрицателно настроени към тях. Именно техните мнения формират емоционален негативизъм в много провинциални български селища. Другата част от тази втора група – представители на дребните и средни частни собственици, се страхуват преди всичко от конкуренцията, от високите стандарти, които те няма да са в състояние да покрият. Страхуват се от високите разходи за изпълнението тези стандарти и като резултат – от фалит. Това е най-релефният и жив образ на сегашните страхове.

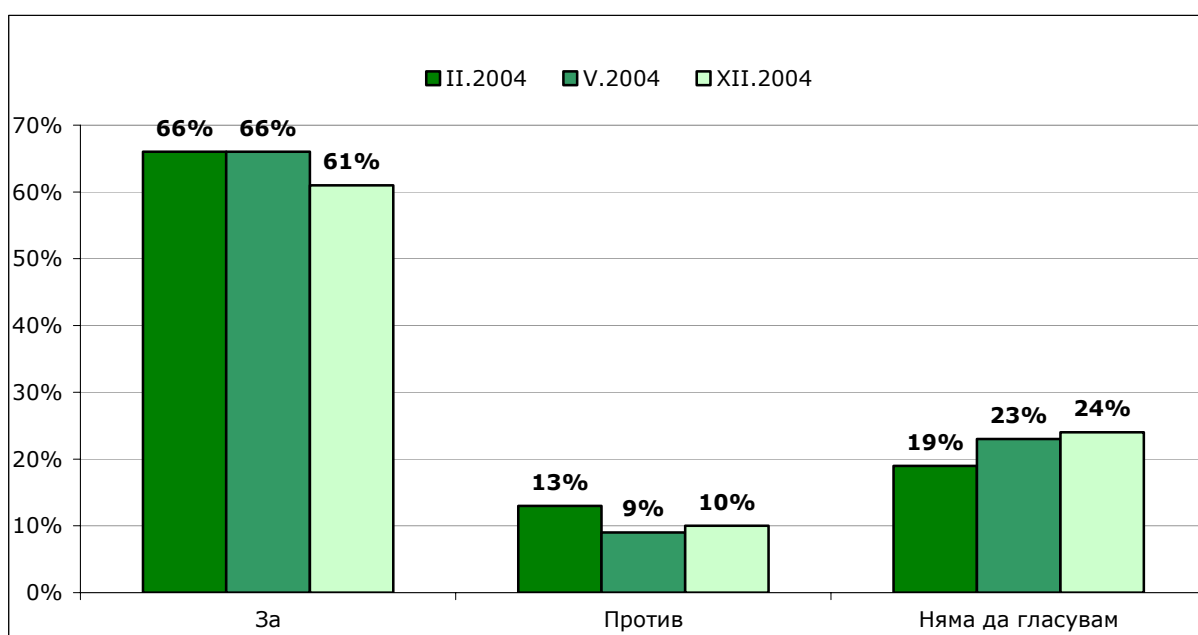
От гледна точка на политическите симпатии тук най-висок е делът на нежелаещите да гласуват, разочаровани от основните политически партии, което разочарование косвено се пренася и върху процеса на евроинтеграция. В евентуален референдум тези хора по-скоро не биха взели участие, но при определени условия е възможно да бъдат спечелени и за един "негативен" вот. Те не търсят активно информация, но затова пък са доста

податливи на негативни внушения, особено що се отнася до индивидуалния жизнен стандарт.

Третата група, една от най-интересните и все още малко изследвани, включва около 12-15 на сто от българите, които са доста **по-категорични противници на европейското членство на България**, но вече не по икономически, а по идеологически или политически причини. Около 2/3 от нея се състои от хора, които са убедени, че правилната геополитическа ориентация на страната е към Русия, а другата 1/3 – че Европа като икономически модел е твърде тромава и прекалено “социалистическа” и че България се нуждае от много по-либерално социално и икономическо развитие.

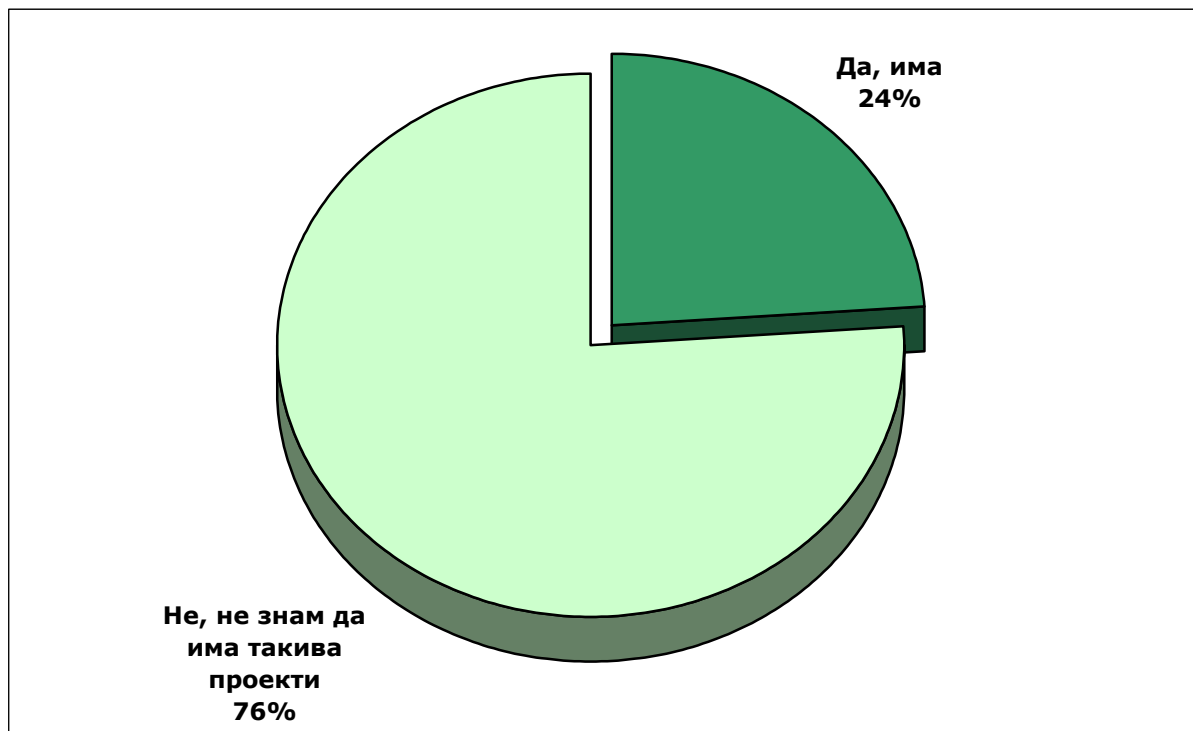
Тази трета група е твърде малка. Но изрично трябва да се подчертае, че тя се състои от високо образовани хора, които имат ясни политически позиции, достъп до обществени канали и влияние, така че те могат доста последователно да артикулират своите аргументи. От гледна на точка на политическите симпатии в двете под-групи влизат преобладаващо гласоподаватели на БСП или на малки десни партии. И едните, и другите са твърде последователни в своите позиции и лесно влизат в ролята на хора, формиращи мнение (opinion makers). Из техните среди идват тези, които – независимо дали авторите им го желаят или не – дават интелектуална индулгенция на популизма. От тази гледна точка, ако не бъде показано какво в съвсем конкретни измерения ЕС може да допринесе за икономическото развитие на България, могат да настъпят и по-съществени проблеми пред бъдещата подкрепа за членство.

Графика 2. Намерения за гласуване на референдум за присъединяване на България към ЕС



Недостатъчната информация по конкретни теми и проблеми прави слабо видима реализацията на проекти по различни европейски програми. Очакванията остават в бъдеще време, а вече реализираното по правило е извън фокуса на общественото внимание. Едва 24% от българите знаят за проекти, реализирани с финансиране от европейски фондове. Прякото участие и възможността за лична въвлеченост в процеса на евроинтеграция, са все още силно ограничени в малки групи от населението.

Графика 3. Знаете ли дали до този момент във Вашата община има проекти, реализирани с финансиране на европейски фондове?



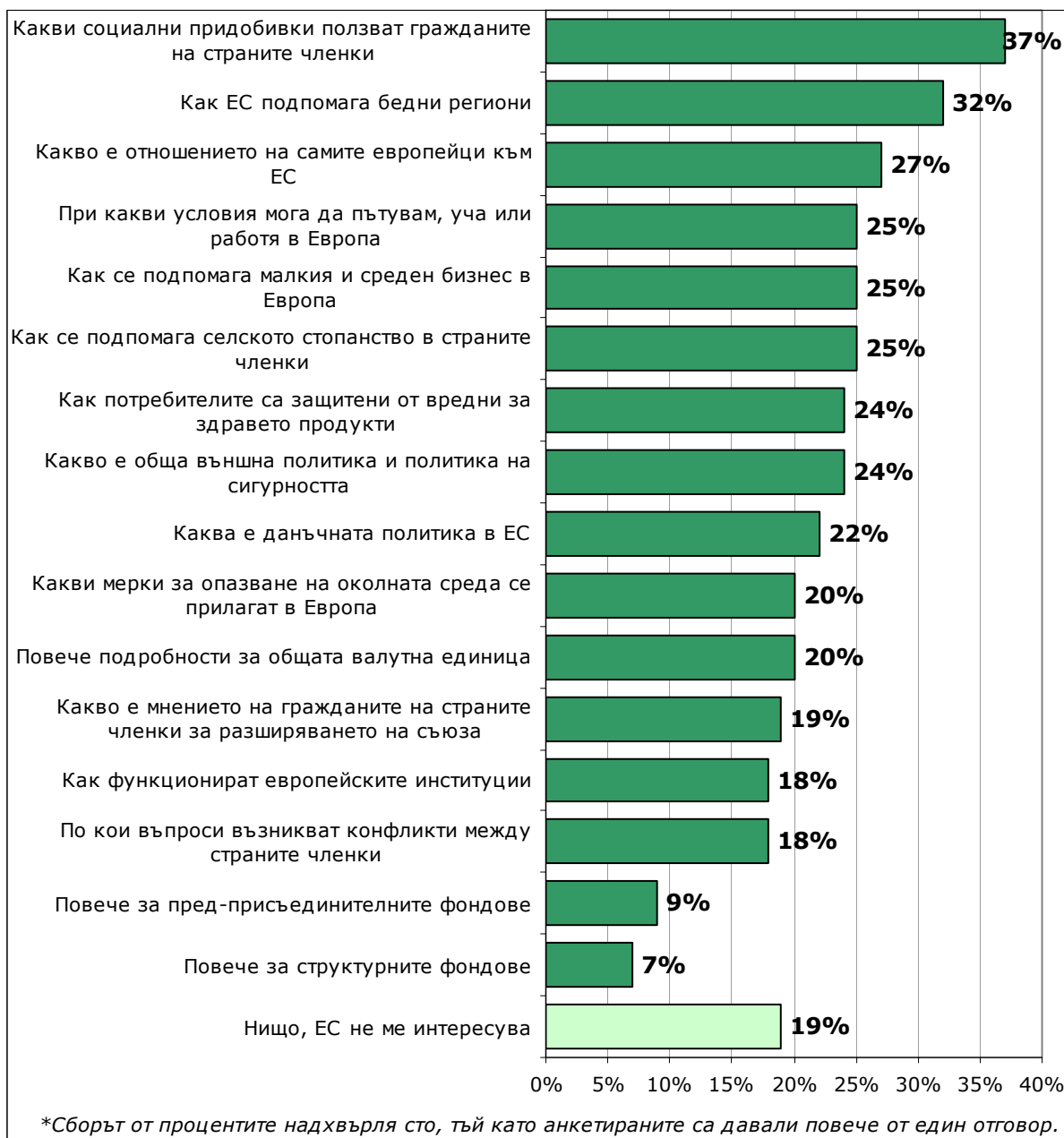
2. С какво се отличава през 2004 г. процеса на евроинтеграция?

- **Нараства интересът към Европа и евроинтеграцията**

На първо място, с приближаване на реалното членство, се увеличиха дискусиите в публичното пространство, а от тук – и въпросите, които гражданите си поставят за бъдещото членство на България. Въпроси все по-конкретни и насочени както към поетите от България ангажменти, така и към това как в различните европейски страни се регулират отделни елементи от социалния живот, какви са възможностите, които се дават на гражданите на тези страни. От абстрактно-политически аспекти, евроинтеграцията премина в конкретни житейски измерения. Така например, широко експлоатираната от политиките тема за пред-присъединителните и структурни фондове остава на едно от последните места по степен на интерес сред широката общественост. Българите твърде

малко се вълнуват от тези теми и не са разбрали по какъв начин фондовете биха могли да бъдат от полза за тях самите.

Графика 4. Вие лично какво искате да научите за ЕС?



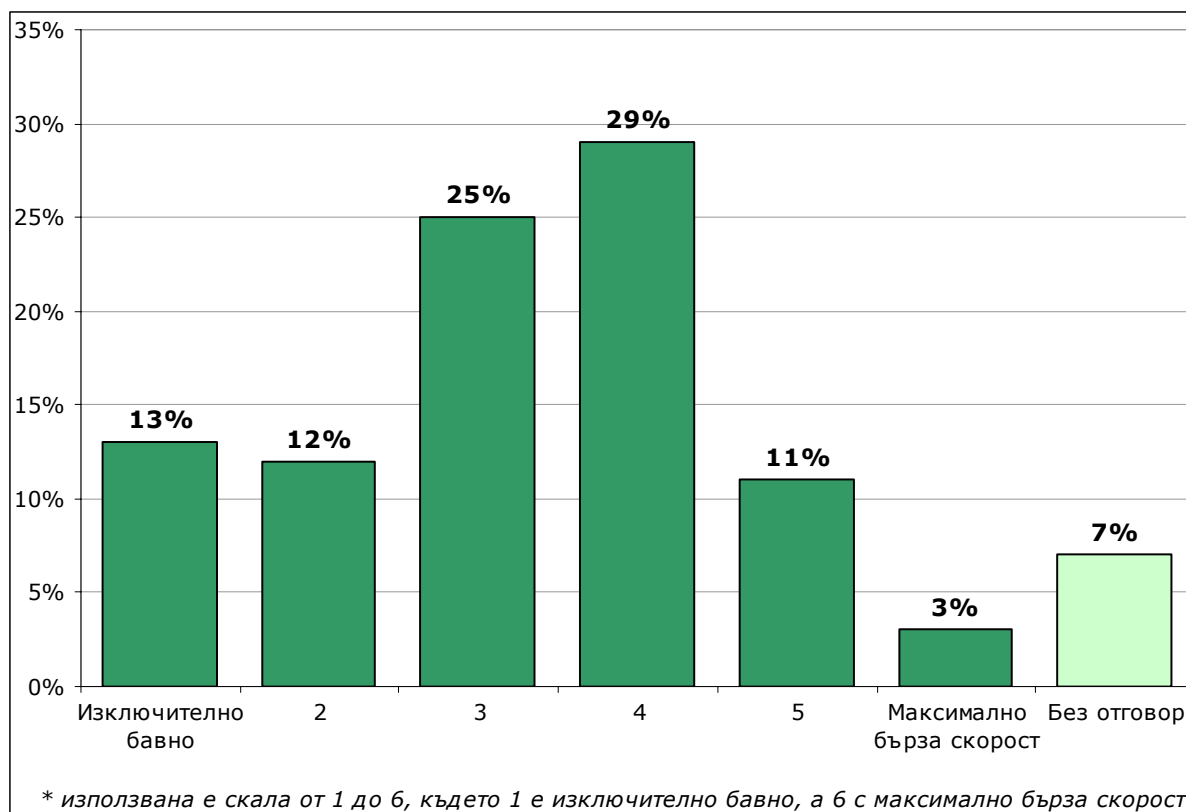
Медии и институции не успяваха през този период да отговорят на все по конкретните въпроси и нарастващия интерес към темата. Отговорите и знанието за ЕС оставаше в тесни експертни кръгове в екипа по преговорите, а медиите трудно осъзнаваха, че темата може да бъде „различна“ и „интересна“, а не просто част от официалното политическо говорене.

Липсата на информация породи родните евромитове. Заедно с тях започнаха да се развиват и страховете от бъдещото членство. страховете са колкото икономически, толкова и страхи от накърнена национална гордост и загуба на суверенитет - напр. опасения за ограничения по отношение възрастта на автомобилите, количествата произведен домашен алкохол, съпротива срещу затварянето на трети и четвърти блок на АЕЦ „Козлодуй“, неприемане на възможността земеделски земи да се продават на граждани от ЕС членки, слаба подкрепа за идеята решения на европейските институции да са водещи пред тези на българските, в страната да могат да се заселват чужди граждани.

- **Забавянето на присъединяването и закъснелите реформи**

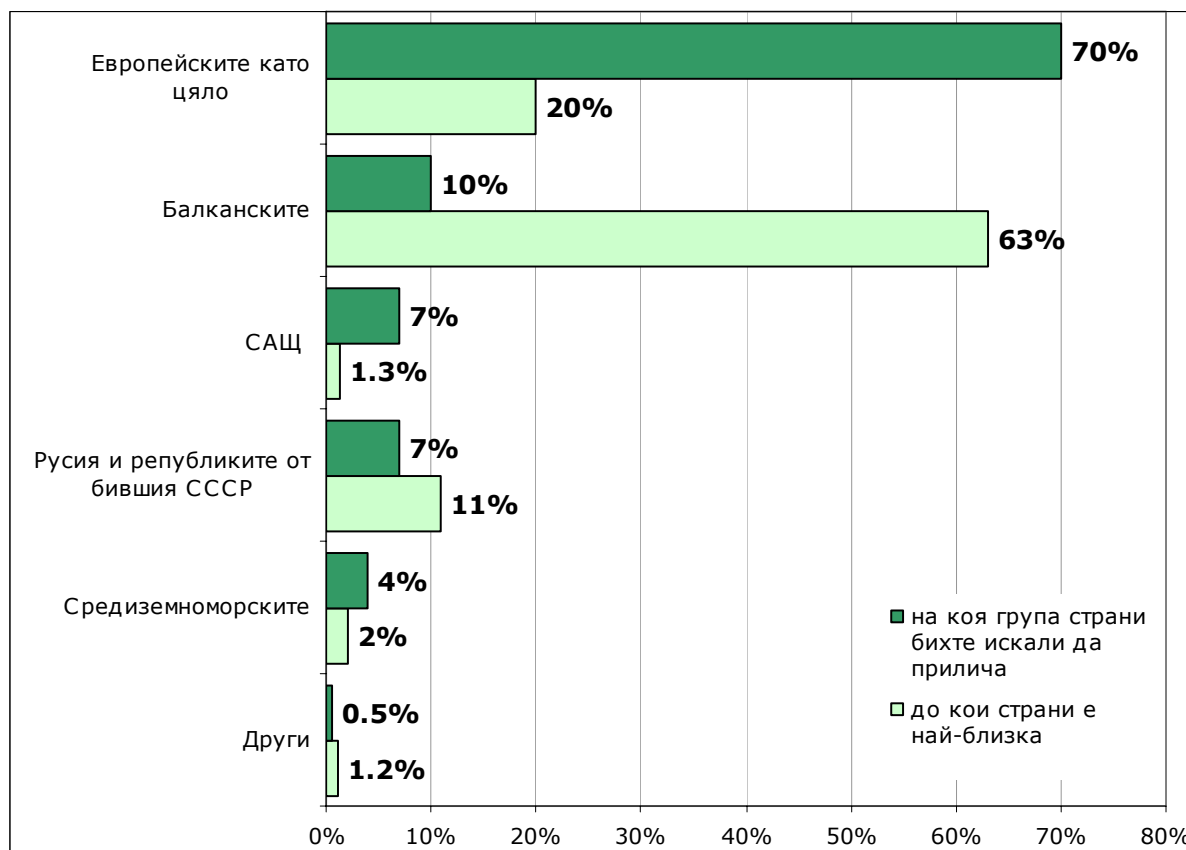
Скоростта на преговорите и напредъка на България се оценяват от общественото мнение като твърде бавни. Тези оценки естествено са резултат от желанието за по-скорошно пълноправно членство, но също така те отразяват и обществените реакции на придобилата особена популярност дискусия през последната година за необходимостта от осъществяване на реформи, и то най-вече в съдебната система, за да може страната ни да бъде пълноправен и равнопоставен член с останалите европейски държави.

Графика 5. Според вас какви са темповете на подготовка на България за присъединяване към ЕС?



Западноевропейските страни са модел за България, но в обществените представи страната ни е все още далеч от тях. Очакването, че България ще постигне условия на живот, ефективно работещи институции, инфраструктура и правов ред подобно на страните от западна Европа е сред основните аргументи в подкрепа на присъединяването на страната към Съюза.

Графика 6. На коя група страни да прилича България до коя група страни е най-близка в момента?



3. Очаквания към членството

Според мнозинството от пълнолетните жители на страната България няма бъдеще извън ЕС и това е възможно най-доброто за нейното развитие. Ползите от членството се възприемат като повече и по-важни за България, отколкото евентуалните ограничения. Очакванията за позитивните ефекти на бъдещото членство са предимно в икономическата област и защитата на личността. Най-големите позитиви от членството на България в ЕС се виждат в следните направления:

- Повишаване на качеството на живот - 65%
- Достъп на наши фирми до европейски пазари - 58%

- Достъп до европейски фондове - 54%
- По-добрата защита на потребителите - 53%
- По-бързо преодоляване на организираната престъпност и разпространение на наркотици - 50%
- Привличане на западноевропейски инвестиции - 38%
- Ускорено икономическо развитие - 37%
- По-добра защита на човешките права - 35%

Негативите също са концентрирани в няколко основни групи:

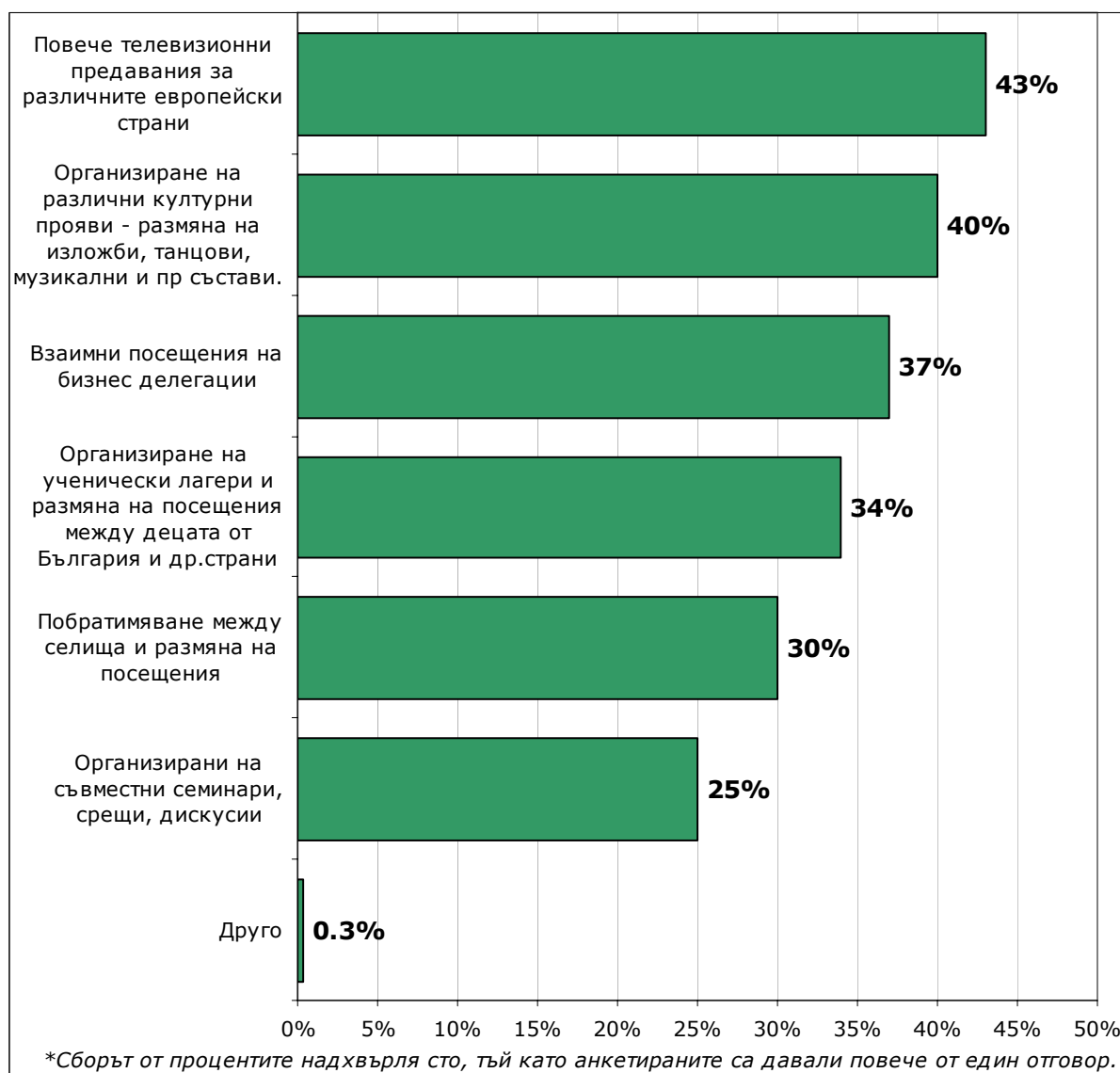
- Високата цена на присъединяването - 58%
- Нарастването на конкуренцията от страна на вносните стоки - 57%
- Затварянето на блокове на АЕЦ "Козлодуй" - 47%
- Налагане пред страната на изисквания, които българските фирми няма да могат да покрият и това ще влоши положението на хората - 36%
- Разширяването на ЕС като понижаване на конкурентоспособността и поради това като фактор, който ще доведе до увеличаване на безработицата - 30%

Ако се изчисли общо делът на хората, които споделят поне един от тези страхове, става ясно, че той обхваща около 83% от българското население. Независимо, че опасения от различен характер се прокрадват сред толкова голяма част от българите, положителните нагласи към присъединяването продължават да бъдат твърде силни и преобладават във всички слоеве на обществото. В този смисъл, регистрираните през 2004-та опасения могат да останат латентни. Възможно е обаче те да бъдат и активизирани, когато България на практика започне да изпълнява приетите в преговорния процес ангажменти.

4. Европа по-близо до хората

Въвличането на по-широки обществени слоеве в процеса на евроинтеграция и организирането на прояви, в които те да участват активно, е едно от основните направления, чрез които би могло да се преодолее затварянето на евроинтеграцията само в рамките на елита.

Графика 7. Присъединявайки се към ЕС, България ще разширява контактите си с европейските страни. Вие лично какви форми за размяна на информация и по-добри връзки между страните смятате, че са на най-подходящи конкретно за вас и хората около вас?



Възможностите за преки контакти с граждани на европейски страни, размяна на посещения, побратимяване между селища се едни от най-предпочитаните форми на взаимодействие за сближаване с други европейски нации и включване на по-широки слоеве от населението в процеса на европейска интеграция. Подобни форми са добра основа за повишаване на информираността и личната съпричастност към този процес.

V. ПОЛИТИЧЕСКИТЕ ПАРТИИ: ФРАГМЕНТИРАНОСТ И СЛАБО ДОВЕРИЕ

Две основни характеристики определят спецификата на партийната динамика през годините на прехода. Първо, силна и непреставаща фрагментация на партийния спектър, чийто източник е както възникването на извънпарламентарни субекти, така, през последната година – и вътрешнопарламентарното партийно роене. Второ, до голяма степен и като следствие от първото, постоянно ниско доверие към партиите, техните лидери и към способността им да поставят националните интереси над тясно-партийните.

Липсата на адекватно законово регламентиране на редица аспекти от дейността на партиите, на тяхното финансиране и упражняването на стопанска дейност, както и, в частност, на възможностите за парламентарно прегрупиране, означаващо на практика подмяна във вота на избирателите, е важна предпоставка за тези две доминиращи тенденции. Гласуваният през тази година нов Закон за политическите партии, независимо, че регулира някои важни аспекти, не ограничава радикално възможността за злоупотреба с партийна власт или заварено положение. Без допълнителни промени, той няма да може да изиграе онази стабилизираща и регулираща роля, която се очаква от него, особено в периода преди парламентарните избори през 2005г.

Имайки предвид динамиката между законова рамка, реален статут, поведение на партиите и обществена оценка за тяхната дейност, може да се обобщи, че нагласите към политическите сили през последния парламентарен мандат (2001 – 2004 година) се характеризират със:

- Доминиращо неодобрение към партиите. Критична за доверието в политическите сили е 2002 година, когато всички основни формации бележат по-малък или по-голям спад на обществено доверие.
- Независимо от вариациите в отношението към лидерите, те се ползват с по-високо доверие, отколкото техните партии.
- С приближаване на парламентарните избори и съответно – активизирането на политическите сили - започва да изкрystalизира едно по-ясно отношение към основните извънпарламентарни формации, част от които бяха твърде непопулярни за общественото мнение, а оценката за други варираше съществено през последните години. Промяната е предимно в посока нарастване на неодобрението. Така например, отрицателните оценки за ВМРО нарастват от 58% през 2002 на 71% през декември 2004; за Гергьовден от 57% на 73% за същия период; за ССД от 41% през 2001 на 67% през декември 2004.
- Най-новите играчи на политическата сцена, ДСБ и Новото време, също започват самостоятелното си съществуване със силно недоверие, съответно 82% и 72%.

При все още твърде неясната конфигурация от претенденти за властта в бъдещия парламент, 2004-та приключва със следната обобщена картина на общественото доверие в партиите:

- Най-високо общественото доверие в БСП, която въпреки запазената си организационна цялост, постепенно започва да изпитва ефекта на вътрешно-партийните противоречия и липсата на конкретни управленски идеи, губейки доверието на по-мобилната си и прагматично ориентирана електорална периферия.
- Стабилизирани позиции на управляващата НДСВ в края на мандата, която повишава доверието си именно сред по-активните и търсеци реални управленски подходи обществени групи.
- Силно фрагментирано дясно пространство. На всяка от партиите в тази част от спектъра предстои да се бори за подкрепата на едни и същи социални слоеве, които, не трябва да се забравя, имат ограничена електорална тежест: млади високо образовани избиратели, с по-висок от средния социален и материален статус. В края на 2004-та година е налице силна поляризация именно сред тези традиционно дясно ориентирани гласоподаватели. Липсата на ясни послания и идентификация на мнозинството десни партии рефлектира в демобилизация на твърдите им привърженици и дефицит на нови симпатизанти. Идеята за обединение от края на годината е позитивен сигнал за десните избиратели, за което говори повишеното доверие сред привържениците на отделните десни партии към потенциалните коалиционни партньори. Преди обаче да стане известна формулата на обединението, доверието не може да се приема като готовност за електорална подкрепа.

1. БСП

През целия парламентарен мандат позитивна тенденция е характерна в най-голяма степен за БСП, която бележи нарастване на одобрението от 32% през 2002-ра до средно 39 на сто през 2004-та година. Отношението към Сергей Станишев от избирането му за председател на партията до момента се характеризира със силна поляризация. През разглеждания период одобрението към него нараства от 35% до 44%, но скокът на неодобрението е почти два пъти по-голям: от 31% на 50%.

Таблица 1. БСП¹

БСП	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	34%	32%	37%	35%	35%	39%	38%
Отрицателно	47%	59%	55%	41%	58%	55%	53%
Без отговор	19%	9%	8%	24%	7%	6%	10%

През първата половина на 2004-та социалистическата партия устойчиво получава одобрението на около 35% от гласоподавателите. През летния период положителното отношение към БСП нараства, достигайки своеобразен пик през септември, но през декември се връща отново в границите на 39%.

БСП започва годината като една от партиите с най-ясно очертан профил на симпатизантите, сред които изпъкват традиционно подкрепящите леви политически идеи социално-демографски групи: малки градове и села, избирателите над 51 годишна възраст, пенсионерите, хората с ниски доходи. До декември социалистите успяват да спечелят съществено, но все още недостатъчно за да се определят като част от твърдото ѝ ядро, одобрение и сред жителите на областните градове и служашите.

Същевременно, през годината БСП бележи значителен ръст на недоверие сред конкретни социални слоеве, съставляващи част от електоралната ѝ периферия: високо образовани, млади хора, заемащи предимно изпълнителски позиции. Тяхното неодобрение за дейността на социалистическата партия нараства от 45% до 60%.

Таблица 2. Сергей Станишев

Сергей Станишев	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	-	35%	43%	40%	42%	44%	43%
Отрицателно	-	31%	44%	31%	50%	50%	45%
Без отговор	-	34%	13%	29%	8%	6%	12%

Отношението към лидера Сергей Станишев през 2004-та следва същата логика. В първите месеци на годината е налице по-изявено одобрение за дейността му сред традиционните симпатизанти на БСП в малките градове и селата, което до декември експанзира към областните центрове. В София обаче и сред младите възрастови групи отрицателните оценки за председателя на партията нарастват значително.

¹ Във всички таблици в този раздел, в които е посочена само годината, без определен месец, са изчислени средни годишни оценки. Там, където данните важат за определен месец, той е посочен на първия ред от таблицата.

С други думи, ядрото от симпатизанти на БСП, което е силно подвластно на ценностно-идеологическа мотивация остава консолидирано, а подкрепата на периферията ѝ от мобилни и икономически по-активни избиратели, очакващи конкретни прагматични управленски алтернативи – отслабва.

2. НДСВ

НДСВ влезе с "лятящ старт" от 68% положително отношение в българския политически живот през 2001-ва, който обаче за по-малко от година се превърна в силно доминиращо неодобрение за управляващата партия (60%). След тази силна загуба на подкрепа, през 2003 г. НДСВ стабилизира доверието си, което през 2004-та е средно 28 на сто.

Таблица 3. НДСВ

НДСВ	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	58%	30%	25%	19%	23%	27%	28%
Отрицателно	23%	60%	67%	56%	67%	66%	64%
Без отговор	19%	11%	8%	25%	9%	7%	9%

За НДСВ 2004-та може да бъде определена като годината, в която профилът на симпатизантите придобива по-ясни очертания. В първите месеци на годината той е все още силно размит и отношението към управляващата партия е равномерно във всички основни социални слоеве.

От април до декември 2004-та се повишава доверието към НДСВ сред конкретни социални групи, чиито електорални предпочитания по принцип се свързват с дясното политическо пространство:

- Жители на София (от 21% на 30%) и областните градове (от 18% на 33%)
- Висшисти: от 17% на 36%
- Служащи: от 16% на 36%
- Хора със средни и по-високи доходи: от 25% до средно 40%

Таблица 4. Симеон Сакскобургготски

Симеон Сакскобургготски	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	68%	50%	33%	26%	34%	35%	33%
Отрицателно	24%	42%	60%	66%	62%	57%	62%
Без отговор	8%	8%	7%	8%	4%	8%	6%

Доверието в лидера на партията и министър-председател Симеон Сакскобургготски също търпи сериозна динамика през периода на мандата. За разлика от партията, положителният баланс в оценките за него се запазва и през 2002-ра, но през следващите две години неодобрението е доминиращо. Въпреки това, общественото доверие към него е по-високо, отколкото към партията му. То идва от средите на същите групи, които одобряват дейността на НДСВ.

Налице е една съществена разлика в отношението към НДСВ и лидера му Симеон Сакскобургготски и тя се изразява в по-високото доверие, което частните собственици имат в партията, отколкото в лидера ѝ - косвен индикатор за одобрение на водената от управляващите икономическа политика.

3. ДПС

Доверието в коалиционния партньор ДПС също бележи сериозен спад през първата година от мандата и през 2003 – 2004 се установява в рамките на 17 на сто, а лидерът му Ахмед Доган се ползва с одобрението на 24% от избирателите.

Таблица 5. ДПС

ДПС	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	31%	14%	14%	13%	16%	17%	17%
Отрицателно	50%	74%	76%	57%	75%	77%	71%
Без отговор	20%	12%	10%	30%	9%	7%	12%

Таблица 6. Ахмед Доган

Ахмед Доган	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	23%	25%	19%	22%	28%	24%	26%
Отрицателно	63%	61%	70%	47%	66%	72%	64%
Без отговор	14%	14%	11%	31%	6%	4%	10%

Движението е една от политическите формации с най-ясен профил. То черпи подкрепата си от живеещи в селата представители на турската етническа общност с предимно ниско образование.

През последните три години ДПС се опитва да промени имиджа си на етническа партия с ограничено регионално влияние, като привлича в редиците си и на държавни постове хора с нетурски етнически произход. През 2004-та тези усилия дават първите признаци на успех. Единствената, различна от традиционно формиращите подкрепата за ДПС групи, в която се наблюдава ръст на доверието към Движението са служащите (от 12% на 22%).

Паралелно с очертаната позитивна тенденция обаче, отношението на конкретни обществени слоеве към ДПС продължава да се откроява с категорично неодобрение: жители на столицата и областните центрове, висшисти, представители на свободни професии, високо доходните групи.

4. СДС

Периодът 2001 – 2004 е един от най-тежките за СДС и цялото дясно политическо пространство. Сините не само не успяха да се мобилизират след загубата на парламентарните избори, но последователно загубиха президентската институция и управлението в много общини.

Таблица 7. СДС

СДС	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	22%	18%	21%	16%	18%	19%	20%
Отрицателно	61%	74%	72%	61%	77%	75%	72%
Без отговор	18%	8%	8%	23%	6%	6%	9%

През четирите години на опозиция, СДС получава одобрението на средно 20% от избирателите, без да се наблюдава сериозна динамика в един или друг момент. За разлика от партията обаче, доверието в лидера Надежда Михайлова бележи съществен спад – от средно 57% през 2001-ва до 28% през декември 2004-та.

Сред подкрепящите синята партия през 2004-та година се открояват представителите на социалните групи, които традиционно застават зад СДС: млади избиратели, висшисти, представители на свободни професии, частни собственици, учащи, хора със средни и по-високи доходи, симпатизанти на други десни партии.

Зад лишената от силна динамика оценка за СДС през последните 12 месеца се крият няколко важни промени в одобрението за синята партия:

- Спад на доверието в София и ръст от 14% до 21% в областните градове.
- Макар, че сред симпатизантите на партията продължават да преобладават високо образованите избиратели, в средата на годината се наблюдава най-сериозен отлив на доверие именно сред тази група, която тогава се преориентира главно към НДСВ.

- По подобен начин тече процес на загуба на доверие сред интелигенция и представители на свободните професии, които стават все по-критични в оценките си за синята партия.

Таблица 8. Надежда Михайлова

Надежда Михайлова	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	57%	41%	31%	27%	25%	28%	30%
Отрицателно	34%	44%	60%	48%	70%	67%	61%
Без отговор	9%	15%	10%	25%	5%	5%	9%

След значителната загуба на доверие през 2002 – 2003 година, през последните 12 месеца лидерът Надежда Михайлова се ползва с одобрението на средно 30 на сто от избирателите. То идва от групите, които подкрепят и самата партия. Интересна разлика, която илюстрира фрагментацията на потенциалния десен вот, е мнението на заявилите, че ще гласуват за ДСБ. В началото на годината доминиращо за тях е одобрението за партията и силното неодобрение за лидера Надежда Михайлова. В края на годината обаче, обратно на отказа за диалог и обединение от страна на ДСБ, собствените ѝ симпатизанти имат положителна оценка както за СДС, така и за Надежда Михайлова.

5. ССД

ССД, който още от създаването си е партия с малък твърд електорат запазва общите си позиции без съществени промени, но губи "по-меките" си избиратели.

Таблица 9. ССД

ССД	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	29%	19%	22%	21%	20%	24%	24%
Отрицателно	41%	58%	60%	40%	65%	67%	58%
Без отговор	30%	23%	19%	39%	15%	9%	18%

В началото на 2004-та партията се ползва с по-високото одобрение на софиянци, свободни професии, частни собственици, хора с предимно средни доходи. До края на годината ССД разпространява доверието си в посока към областните градове, младите възрастови групи и висшистите, но регистрира и силен отлив на подкрепа (от 34% на 23%) и нарастване на недоверието (от 62% на 77%) в София.

Макар и за доста дълъг период от време да е сред най-добре възприеманите от обществото партийни лидери, отношението към Стефан Софийски през последните

месеци се характеризира със силно нарастване на отрицателните оценки – от средно 19% през 2001 до средно 47% през 2004.

Таблица 10. Стефан Софиянски

Стефан Софиянски	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	69%	58%	54%	41%	39%	38%	43%
Отрицателно	19%	28%	35%	30%	52%	57%	47%
Без отговор	12%	14%	11%	29%	9%	5%	10%

ССД не е нито първата, нито последната възникнала около имиджа на лидера си партия в България, но се отличава от другите по това, че загубата на доверие в лидера ѝ предшества отлива на подкрепа за партията. Още през май 2004 жителите на столицата се открояват като най-критично настроените към Стефан Софиянски, което до края на годината става и отношение към цялата партия. По същия начин, едни от най-сериозните симпатизанти на ССД – високо образованите избиратели – са сред най-силно неодобряващите лидера му.

6. ДСБ

От появяването си на политическата сцена ДСБ се ползва със силно обществено неодобрение, характерно и за лидера му Иван Костов (85%). ДСБ също се нарежда сред партиите, които черпят, малката си на този етап, подкрепа от дясно ориентираните социални групи. През декември 2004 с по-положително от средното за страната отношение към ДСБ се отличават жителите на столицата, избирателите на възраст 31 – 40 години, висшистите, хората със средни и по-високи доходи, симпатизантите на СДС.

Таблица 11. ДСБ

ДСБ	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	-	-	-	-	7%	9%	8%
Отрицателно	-	-	-	-	83%	85%	82%
Без отговор	-	-	-	-	10%	7%	10%

Таблица 12. Иван Костов

Иван Костов	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	29%	17%	14%	9%	9%	11%	12%
Отрицателно	63%	77%	74%	68%	84%	85%	83%
Без отговор	8%	6%	12%	23%	7%	4%	5%

Проведените до края на 2004 година изследвания все още не дават основание да се твърди, че ДСБ е следващият отцепващ гласове от СДС конкурент, но симпатизантите на синята партия се открояват със значително по-позитивното си отношение към ДСБ и особено към лидера му Иван Костов: при средна положителна оценка в страната 8% за ДСБ и 10% за Иван Костов, одобрението сред електората на СДС е съответно 38% за ДСБ и 48% за Иван Костов.

ДСБ се отличава от другите десни формации със силно консолидираната си подкрепа, която макар че е относително малка, дава шансове за място на партията във следващия парламент. И ако за ССД основният въпрос до изборите е как да мобилизира електоралната си периферия да гласува, то за ДСБ сериозното предизвикателство е да привлече подкрепа извън кръга на твърдите си привърженици.

7. ВМРО

ВМРО е една от партиите, които присъстват отдавна на българската политическа сцена, но въпреки това обществените оценки в периода 2001 - 2003, както и за партии като Гергьовден и ССД, се отличава с висока степен на неопределеност – средно 20 на сто от избирателите нямат мнение за тях.

Таблица 13. ВМРО

ВМРО	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	-	17%	17%	14%	18%	19%	19%
Отрицателно	-	58%	64%	39%	65%	71%	60%
Без отговор	-	25%	20%	47%	17%	9%	20%

В началото на 2004-та ВМРО има относително неясен профил на подкрепа, която се движи в рамките на 18%-19% одобрение. До края на годината сред потенциалните привърженици на партията се открояват по-високо образовани жители на малките и донякъде областните градове със средни доходи.

Подобно на ССД, пред ВМРО също стои въпроса за относително малкото твърдо ядро и нестабилна електорална периферия. Очертаваща се през последните месеци положителна тенденция е резултат от активизирането на диалога между десните партии, водещо до ръст в доверието (но все още не и до готовност за гласуване) към ВМРО сред симпатизантите на потенциалните коалиционни партньори от СДС и ССД.

Таблица 14. Красимир Каракачанов

Красимир Каракачанов	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	23%	-	22%	15%	24%	20%	26%
Отрицателно	44%	-	49%	34%	54%	68%	56%
Без отговор	33%	-	29%	51%	22%	12%	18%

Отношението към лидера Красимир Каракачанов през периода на извънпарламентарна активност следва логиката на отношение към партията – делът на незапознатост с дейността му е средно 33% през 2001 и спада до 18% през 2004. Промяната е за сметка на по-големия ръст в отрицателните оценки от средно 44% през 2001 до 68% през декември 2004.

Сред най-критично настроените към ВМРО и Красимир Каракачанов се открояват жителите на София, ниско статусните социални слоеве и особено симпатизиращите на ДПС представители на турската етническа общност.

8. Гергьовден

Оценката за Гергьовден, който беше на ръба на парламентарното представителство, също се отличава с висок дял неоформено отношение непосредствено след изборите през 2001-ва, което в края на 2004-та се превръща предимно в неодобрение.

Таблица 15. Гергьовден

Гергьовден	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	-	19%	18%	13%	18%	17%	18%
Отрицателно	-	57%	62%	39%	65%	73%	61%
Без отговор	-	24%	20%	48%	17%	11%	21%

През последните 12 месеца Гергьовден получава положителна оценка от около 18% - 19% от избирателите, а лидерът му Любен Дилов-син бележи спад на одобрението от 28% през 2001 на 19% през декември 2004.

Таблица 16. Любен Дилов-син

Любен Дилов-син	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	28%	-	27%	17%	23%	19%	23%
Отрицателно	41%	-	46%	38%	59%	71%	60%
Без отговор	31%	-	28%	45%	18%	10%	17%

Подкрепата за Гергьовден също идва от предимно дясно ориентираните социални групи: жители на столицата и големите градове на възраст до 40 години, висшисти със средни и

по-високи доходи. Гергьовден е една от малкото партии в страната, към която представителите на двата пола изразяват различно отношение: жените са по-склонни да дадат положителна оценка за дейността ѝ, докато мъжете се открояват с по-високото си неодобрение.

Като цяло, недоверие към Гергьовден изразяват предимно жителите на малките населени места, най-възрастните избиратели, пенсионерите.

До декември 2004 година партията успява повиши доверието си сред симпатизантите на други десни партии като СДС и НДСВ.

9. Новото време

Новото време е последната появила се през 2004 партия, претендираща за подкрепата на дясно-центристкия електорат. Подобно на учредилите се по-рано десни партии, тя започва самостоятелния си политически живот през април с относително ниско одобрение от 11 на сто, което до края на годината плавно нараства до 16%. Същият обаче е темпа на нарастване в неодобрението – от 71% на 75%.

Таблица 17. Новото време

Новото време	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	-	-	-	-	12%	16%	13%
Отрицателно	-	-	-	-	71%	75%	72%
Без отговор	-	-	-	-	17%	10%	15%

Таблица 18. Емил Кошлуков

Емил Кошлуков	2001	2002	2003	II.2004	V.2004	XII. 2004	2004
Положително	-	-	-	-	19%	22%	21%
Отрицателно	-	-	-	-	60%	71%	63%
Без отговор	-	-	-	-	21%	7%	16%

В началото Новото време и лидера му Емил Кошлуков черпят доверие най-вече от жителите на София, учащите, симпатизантите на НДСВ, СДС и други десни партии. До края на годината подкрепата се разпростира и в посока областни градове.

VI. ЕЛЕКТОРАЛНИ НАГЛАСИ - СТАБИЛНОСТ В "ЛЯВО", СПАД В "ДЯСНО"

2004г. е с особен статут по отношение на електоралните нагласи в България. От една страна, тя не е изборна година. В нея отсъства непосредствена предизборна ситуация, което обуславя по-високата инертност и в нагласите, и в поведението на партиите. От друга страна, бидейки последна година преди края на мандата, тя е изключително важна с оглед позиционирането на партиите в политическото поле и подготовката на стартовите позиции за същинската изборна надпревара през първата половина на 2005г.

Според регистрираната през годината подкрепа за отделните партии, нагласите могат да бъдат разделени на два типа: устойчиви – характерни основно за подкрепата към БСП и ДПС и неустойчиви – характеризиращи подкрепата за множеството партии в дясно-центристкото пространство.

Графика 1. Намерение за гласуване на парламентарни избори

	II.2004	III.2004	IV.2004	V.2004	IX.2004	X.2004	XII.2004
НДСВ	5%	8%	11.4%	9.7%	10.6%	13.3%	13.0%
СДС	9%	9%	9.3%	8.0%	9.3%	8.6%	6.8%
БСП	26%	27%	24.1%	23.6%	25.5%	23.0%	25.0%
ДПС	4%	5%	5.2%	4.9%	5.5%	5.6%	5.6%
ССД	3%	3%	3.5%	2.7%	2.8%	2.3%	2.3%
Гергьовден	1%	-	1.1%	1.1%	0.6%		1.0%
ВМРО	1%	-	1.2%	1.3%	1.0%	0.8%	1.2%
ДСБ	2%	2%	1.7%	1.7%	1.8%	1.5%	2.3%
Новото време			1.2%	1.1%	1.3%	0.9%	1.4%
БЗНС-НС						0.5%	0.5%
Други	3%	4%	1.4%	1.3%	6.0%	4.9%	3.9%
Няма да гласувам	46%	41%	40.0%	44.6%	35.6%	38.6%	37.0%

1. Електорален възход на БСП

С най-голяма подкрепа и през 2004г. продължава да се отличава БСП, която е в постоянен електорален възход за целия период след 2002г. През втората половина на 2004г. социалистическата партия достига най-високия си потенциал – около 25% от пълнолетното население. Изследванията през последните месеци на годината показват обаче лек отлив на избиратели от средните възрастови групи, живеещи в по-големите градски центрове, които формират по-мобилната ѝ електорална периферия. Като

социален състав симпатизантите на БСП не са се променили съществено през последните години – сред тях продължават да доминират възрастните хора (над 55г.), жителите на селата и тези с по-ниско образование. Тези избиратели съставляват около 60-65% от електоралното тяло на партията. На последните парламентарни избори през 2001г. партията се беше свила практически до това твърдо ядро. През 2003-2004г. поддръжниците ѝ се увеличават за сметка на средните възрастови групи, служащите, разширяване на влиянието в някои по-големи градски центрове. В социално-групово отношение най-голямото предизвикателство пред БСП е дали ще съумее да запази електоралната си периферия. Алтернативата е тя да се пренасочи към НДСВ или друга центристка партия. Тези избиратели нямат идеологическа мотивация и оценката за управлението на БСП в сравнение с другите управления на страната през последните 15 години играе значителна роля в окончателното определяне на вота. В политическо отношение най-значимото предизвикателство пред БСП е отношението към евентуална коалиция с НДСВ. По този въпрос в "червения" електорат минава категорична разделителна линия. Мнозинството от твърдите избиратели на БСП са отрицателно настроени към следизборно сътрудничество с НДСВ. Съществуват обаче и по-малки, но влиятелни кръгове, които категорично застъпват тезата за "жълто-червено" правителство. С приближаването на изборите и изострянето на идеологическата конфронтация може да се очаква отношението към НДСВ да бъде вторият съществен фактор, който да повлияе върху колебаещите се леви избиратели дали да предпочетат БСП или не.

2. Устойчива подкрепа за ДПС

ДПС е другата партия, която се характеризира с изключително устойчиво и дори леко нарастващо равнище на електорална подкрепа. През годината тя се движи в интервала 5-6 процента, като сред твърдо решилите да гласуват избиратели нараства до 9-9.5%. Над 95% от гласовете за ДПС идват от представители на турския етнос в България, а Движението запазва практическия си монопол над представителството на близо 750 000 етнически турци в България. Избирателите на ДПС са съсредоточени в няколко региона на страната, населени с етнически турци. Това е предимно селско население, по-възрастно, с по-ниско образование. В социално-икономически план политическите му ориентации могат да бъдат характеризирани по-скоро като "леви". Във външно-политически план тези избиратели твърдо подкрепят членството на България в НАТО и ЕС. Благодарение на участието на ДПС в управлението на страната, партията разширява позициите си през последните години в редица административни и областни структури, което води до стабилната ѝ и дори леко разширяваща се електорална подкрепа.

3. Електорално възстановяване на НДСВ

Периодът след парламентарните избори 2001г. се характеризира с траен спад и силна фрагментираност на десния и десно-центристки вот. Още в края на изборната 2001 година, подкрепата за управляващите бележи силен спад – от 45 до 22 на сто. Негативната за НДСВ тенденция се запазва и през следващите две години, достигайки минимума от 8% в края на 2003-та. Последните 12 месеца обаче са период на електорално възстановяване, което от април до края на 2004-та година отрежда на НДСВ устойчиво място на втора политическа сила, ползваща се с подкрепата на около 13% от избирателите. Нарастването на влиянието на НДСВ се дължи, от една страна, на икономическото оживление, което след дълги години на кризи и стагнация, създава положителни перспективи за една по-значима част от населението в активна възраст. От друга страна, електоралният ръст на НДСВ е свързан с процесите на разпад в дясното пространство и привличането на бивши симпатизанти на СДС. Не случайно социалната база на НДСВ се разширява главно към големите градски центрове, населението в активна възраст, с по-високо образование, социален и икономически статус, представителите на държавната администрация. НДСВ има шансове за допълнително разширяване на електоралната подкрепа в периода преди следващите парламентарни избори, ако се запазят позитивните икономически тенденции, повишаването на материалния статус засегне по-големи групи от населението и успоредно с това тези тенденции бъдат обвързани с един следващ управленски мандат. Привличането на колебаещи се леви избиратели е едната алтернатива, но в случая става въпрос за общ дял от около 3-4%. По-значим ефект би имало привличането на разочарованите десни избиратели или на част от негласуващите, като максималният обем на тези групи е 8-9%.

4. Динамика и фрагментираност в десно-центристкия вот

Най-голямата партия в дясното опозиционно пространство, СДС, и през 2004 година продължава да губи избиратели. Така например, докато във втората половина на 2003г. тя се е ползвала с подкрепа на 11-13% от избирателите, то през септември-декември 2004 електоралните нагласи се закрепват устойчиво на около 7-9 на сто. Два основни канала на отлив на избиратели регистрират изследванията – първият, към отказ на участие в изборите или отказ от избор на предпочитана партия в настоящия момент. Не случайно делът на нежелаещите да гласуват през годината се запазва устойчиво висок – 38-45%, а присъствието в него на потенциално дясно-ориентирани избиратели – млади и

средни възрастови групи от големите градски центрове, представители на частния бизнес и свободните професии, е значително. Вторият канал е преориентирането на част от дясно-центристките избиратели към НДСБ. Ръстът на управляващата партия през годината се дължи основно на привличането на разочаровани от опозиционните десни партии избиратели, което личи още по-ясно, когато процесите се проследят на равнище отделни социални групи. Неяснотата в поведението, формулата, под която ще се яви на избори и липсата на стратегически последователна визия допринасят за запазването на ниската електорална подкрепа. Обявеното в началото на ноември широко дясно обединение около СДС не повлия върху евентуалните намерения за гласуване и така СДС влиза в изборната 2005г. с доста неблагоприятни позиции.

Поддръжката за останалите партии от дясното политическо пространство не е достатъчна, за да им осигури място в бъдещия парламент при самостоятелно участие на изборите. Основният проблем при по-малките десни партии като ССД, ВМРО, БЗНС-НС е слабата мобилизация на симпатизантите им. Изключение от тази тенденция прави ДСБ, която от основаването си през май до декември 2004 се ползва с подкрепата на около 2% от избирателите. Те обаче са едни от най-силно мобилизираните да гласуват. При условие, че не бъдат преодолените негативните тенденции в подкрепата към останалите десни партии и при евентуална по-ниска избирателна активност, ДСБ би могла да бъде единствената дясна партия с шансове за самостоятелно влизане в следващия парламент.

Един от най-сериозните електорални проблеми на десните и десно-центристки партии е, че те на практика се конкурират за един и същи електорат от около 25-30% от избирателите, които свързват собствения си просперитет с един десен модел на управление. Отделна партия или коалиция от партии би могла да се представи по-добре за сметка на други, но до момента нито един от субектите в това пространство не е показал, че е в състояние да привлече съществен брой избиратели извън този дял. Другият съществен момент, който би следвало да се има предвид при очертаването на електоралните тенденции е "плътността", сигурността в намеренията за гласуване, който индикатор очертава в по-близки граници реалния вот. За момента с най-висок дял твърди избиратели се характеризират БСП и ДПС, докато при десните политически сили, с изключение на ДСБ, този дял варира в рамките на 52-60%. Способността на партиите да мобилизират потенциалния вот в реален, също е в състояние да пренареди до известна степен бъдещата парламентарна карта.

Таблица 2. Вот за парламентарни избори сред твърдо решилите да гласуват

	IX.2004	X.2004	XII.2004
БСП	41.5%	41.1%	45.2%
НДСВ	16.5%	22.9%	19.2%
СДС	14.5%	12.1%	10.5%
ДПС	9.0%	8.6%	9.5%
ССД	3.8%	3.5%	2.4%
ДСБ	2.4%	2.3%	4.2%
ВМРО	1.2%	0.4%	1.2%
Гергьовден	0.6%	-	1.2%
Новото време	1.5%	0.4%	1.5%
Друга	9.0%	8.7%	5.1%
Дял на твърдо решилите да гласуват, въз основа на които са изчислени резултатите	45.0%	46.0%	43.0%

5. Електоралната "сила" на избирателите с неопределени политически предпочитания

Още две тенденции чертаят облика на 2004г., извън пряката подкрепа за отделните политически субекти. На първо място, високият дял на нерешилите за кого да гласуват (около 20%) и на второ, на нежелаещите да гласуват (около 40%). Обобщен, този резерв е твърде висок, за да подхранва, от една страна, надеждите на действащите политически играчи, а от друга – да катализира страховете, че появата на евентуална нова партия на политическата сцена, би могла да промени съществено предвижданите парламентарни конфигурации. Общественият дефицит за просперитет, справедливост, сигурност, почтеност и ефективност притежава достатъчно сила, за да променя и без друго крехките политически привързаности. Слабостта на партиите изкушава, липсата на законодателни ограничения пред несанкционираното от избирателите им роене, както и безпрепятственото използване на обществени ресурси за излизане на политическата сцена – също. Проучванията показват, че потенциално мобилизуеми са около 10 на сто от днешните "негласуващи" и приблизително още толкова от електоралната периферия на сегашните партии (общо около 20%). Фактът, че около две трети от българите продължават да проявява изключително висока чувствителност към посланията за ред, законност, сигурност, борба с корупцията и облагодетелстването, значително надхвърлящи по сила дори влиянието на посланията за икономически растеж, създава потенциална предпоставка за консолидиране на евентуален вот в полза на партия, легитимираща се като партия на "реда и закона".

Изследванията на обществените нагласи не могат да "предвидят", нито "да създадат" определен политически субект. Те показват достатъчно ясно обаче къде са съсредоточени кризисните симптоми и чертаят възможни, обикновено, повече от един пътища, за тяхното преодоляване в подготовката на поредните парламентарни избори.

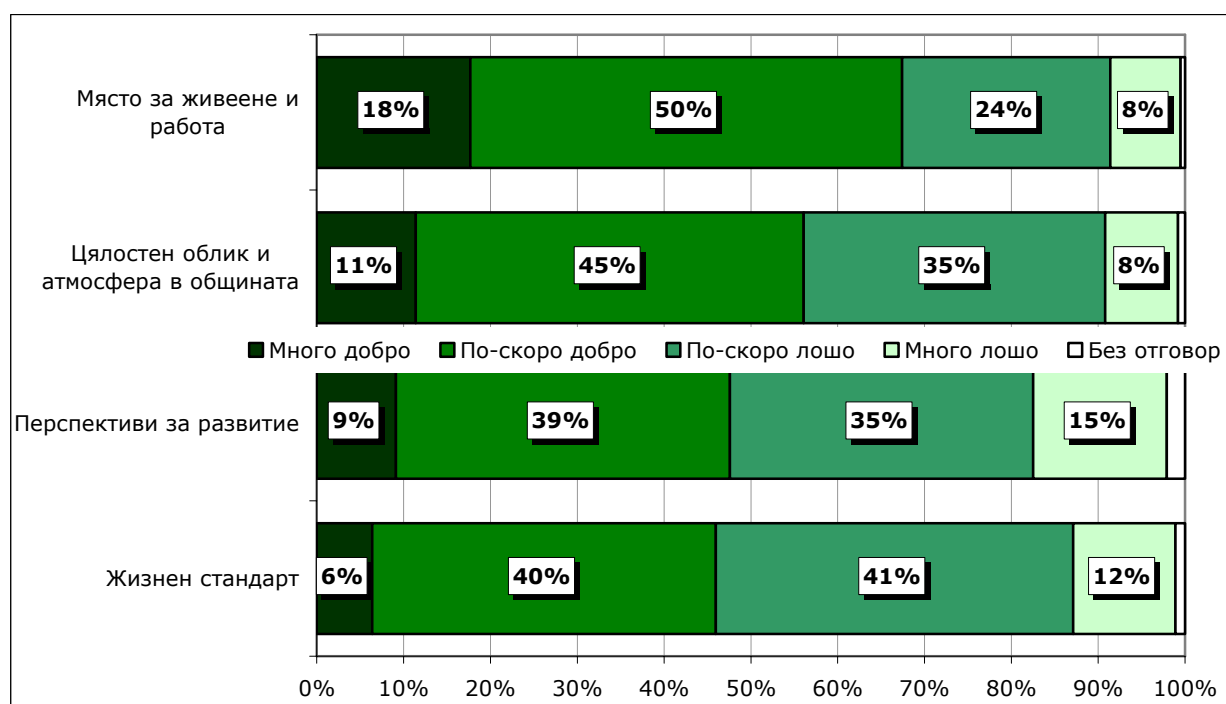
VII. НАРАСТВАЩО ЗНАЧЕНИЕ НА МЕСТНАТА ВЛАСТ И НА ОБЩЕСТВЕНИТЕ ОЧАКВАНИЯ КЪМ НЕЯ

През 2004-та година, по инициатива на Американската агенция за международно развитие и Националното сдружение на общините в Република България, агенция Алфа Рисърч започна реализирането на ежегоден Индекс на ефективността и отговорността на местното самоуправление. Целта на изследването е да очертае основните тенденции в развитие на местното самоуправление в България, интегрирайки в общ индекс гледните точки и позиции на отделните заинтересовани страни. Подобен инструмент придобива по-голяма важност предвид процесите на децентрализация и нарастващо значение на местните и регионални власти в провеждане политиката на регионално развитие.

1. Оценка за общината

Проведеното през лятото на 2004-та година изследване показва, че 68% от пълнолетните жители на страната повече или по-малко определят общината си като добро място за живеене и работа, а 56% оценяват положително цялостния облик и атмосфера на местно равнище. По-силна поляризация е налице относно перспективите за развитие на общината (48%:50%), жизнения стандарт (46%:53%), икономическото състояние на района (36%:39%).

Графика 1. Оценка за общината

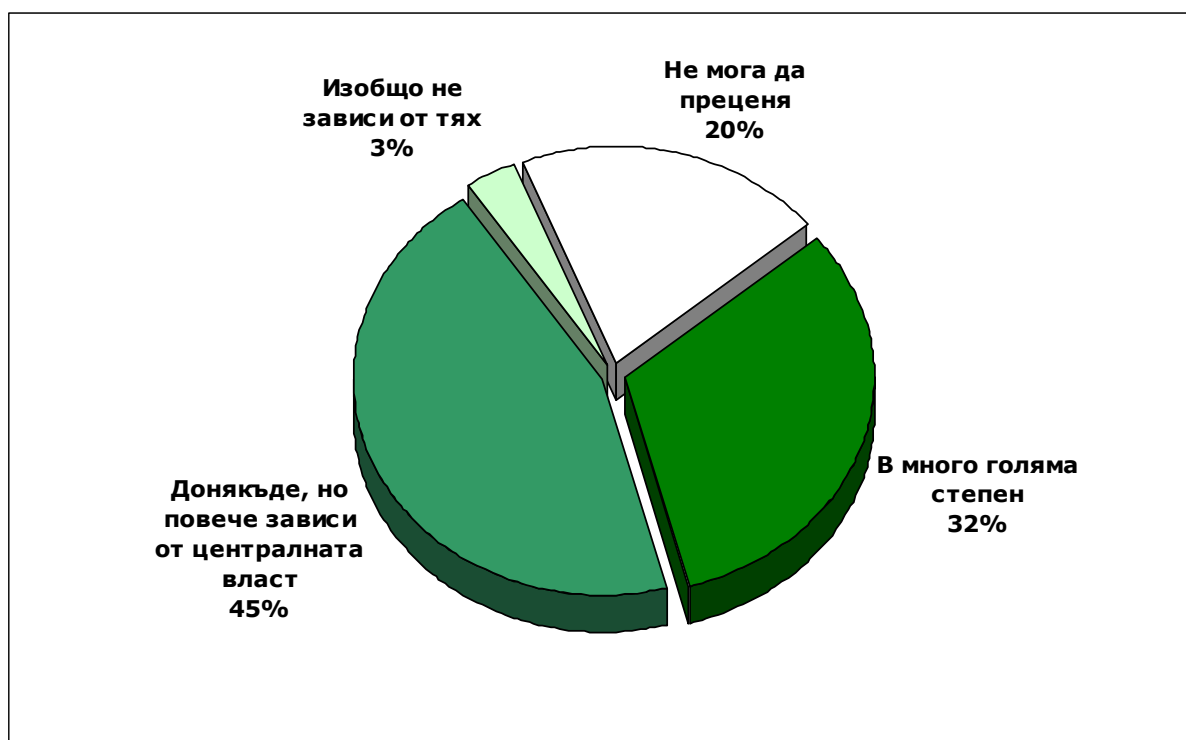


Сред спонтанно посочените специфични местни проблеми на първо място излизат чистота на населеното място, състояние на пътната мрежа, медицинско обслужване, транспорт, водоснабдяване и канализация, условия за отдих, осветление, състояние на околната среда, корупция, обезлюдяване на населеното място.

2. Роля на централната и общински власти за местното развитие

Населението не е единно в мнението си кое равнище на управление има по-силно влияние върху икономическото развитие и респ. подобряване на жизнения стандарт в общините: 32% са на мнение, че то в много голяма степен зависи от местните управи, други 45% приписват водеща роля на централната власт.

Графика 2. Икономическото състояние на общината зависи ли от дейността на местните власти?



Силна поляризация е налице и в оценката за взаимодействието местна-централна власт: 43 на сто от пълнолетните жители на страната поддържат тезата, че местните управници се опитват да направят нещо, но централната власт им пречи, а 38% заемат обратната позиция, че централната власт правилно контролира местната и така предотвратява

злоупотреби. Т.е., в обществото няма ясно оформено мнение в полза на една от двете власти, а аргументите в подкрепа на някоя от тезите са с чисто политически характер.

Същевременно, по един от най-важните въпроси – предоставянето на публични услуги - предпочитанията на обществото са свързани именно с общините. Въпреки проблемите и неудовлетвореността от някои услуги, доминира мнението, че местната власт е най-добрият им "доставчик":

Таблица 3. Оценка за качеството на услугите от различни институции

	Услугите, от кои институции/организации са с най-добро качество?	От къде бихте искали да получавате повече услуги?
Община	25%	51%
Частен сектор	21%	12%
Министерства, областна управа	4%	2%
НПО	3%	3%
Не знам	45%	31%

3. Проектите - начин за стимулиране на регионалното развитие

Един от начините за разрешаване на местните проблеми е разработването на проекти и кандидатстване за финансиране пред различни източници. Това беше и една от областите, в които местна и централна власт често кръстосваха шпаги през 2004-та.

Сериозният напредък на местно равнище е в осигуряването на базов ресурс за разработването им. Мнозинството от общините (63%) имат специалист или създаден отдел, чиито отговорности се състоят в подготовката на проекти и търсене на източници за финансиране.

Дейността по изготвянето на проекти обаче е съпроводена и от някои сериозни проблеми:

- На първо място, това е изискването за съфинансиране, което общините трудно успяват да осигурят.
- Вторият по важност проблем са процедурите при кандидатстване (срокове, документация, необходимост проектите да са разработени на чужд език, условията за достъп до отделните източници за финансиране).
- Сериозен проблем (пред който са изправени предимно малките и средни по големина общини) е и капацитета за разработване на проекти.

Същевременно, изследванията показват висока незапознатост (около 70%) на гражданите с реализираните на местно равнище проекти, както и наличието на съмнения към процеса на одобряване на проектите и избор на бенефициенти. Подозренията са насочени както към разпределящите ресурсите държавни органи, така и към усвояващите ги местни власти. Посоките, в които има съмнения са предимно:

- Начина, по който се изразходват средствата
- Подбора на изпълнители
- Прозрачността на процедурите
- Избора на приоритети

4. Удовлетвореност от дейността на местните власти

Макар, че в сравнение с централната, местната власт се ползва с по-високо доверие, удовлетвореността на гражданите от цялостната ѝ дейност все още е сравнително ниска. Налице са съществени разлики в отношението към отделните представители на местната власт:

Таблица 4. Удовлетвореност от дейността на местните власти

	Удовлетворени	Неудовлетворени	Разлика удовлетворени - неудовлетворени	Незапознати
Кмета	49%	30%	+ 19%	20%
Администрацията на общината	35%	34%	+ 1%	31%
Общински съвет	25%	24%	-1%	50%

Най-висока е степента на удовлетвореност от кметовете, с дейността на които гражданите са и най-добре запознати. Оценката за дейността на административния персонал в общините и за общинските съвети е силно поляризирана. Степента на удовлетвореност е обратно пропорционална на големината на населеното място: колкото по-малка е общината, толкова гражданите са по-доволни от местната власт.

Удовлетвореността от местните власти е в пряка зависимост от оценката за осигурен достъп до най-важните публични услуги и относително добра оценка за качеството на повечето от тях:

Таблица 5. Оценка за достъпа и качеството на предоставяните от местните власти публични услуги

	Осигурен е достъп за всички граждани	Удовлетворен за равнището на данъците и таксите
Водоснабдяване	81%	62%
Обществен транспорт	67%	56%
Улично осветление	65%	57%
Училищно образование*	64%	44%
Сметосъбиране и сметоизвозване	62%	43%
Паркове, възможности за отдих и спорт	61%	48%
Улична мрежа	58%	41%
Детски градини*	57%	35%
Детски ясли*	47%	30%
Административни и технически услуги в общината	46%	34%
Домашен социален патронаж*	37%	22%

*Показатели с висока степен на незапознатост.

Както се вижда от таблицата, няколко групи услуги (открити и като наболели проблеми) се отличават със силна поляризация на оценките - индикатор за настоящи и/или предстоящи проблеми пред общините в това направление: улична мрежа, сметосъбиране и сметоизвозване, административни и технически услуги в общините, паркове, възможности за отдих.

Силно (а в някои случаи, и определящо) въздействие върху дейността на местната власт и особено върху диалога ѝ с централната, оказват фактори като, противоречия в законодателството, липса на политически консенсус (както между самите представители на местната власт, така и по оста "местна – централна"), извън институционално и нерегламентирано постигане на споразумения за важни решения.

Развитието на регионалната политика ще налага все по-често и все по-активно взаимодействие между отделните равнища на управление. Непосредственото предизвикателство пред политическата класа в тази област е установяването на ясна законова база и ресурсно обезпечаване на дейността, което премахва противоречията, предотвратява възможностите за нелоялен натиск и нерегламентирани взаимоотношения между отделните управленски равнища.

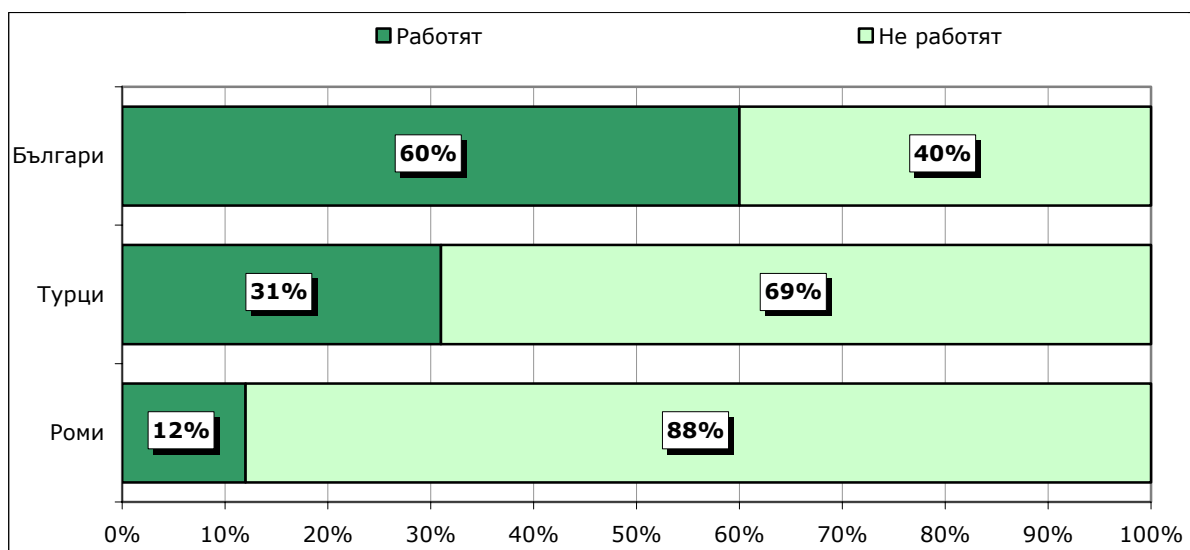
VIII. ЕТНИЧЕСКАТА ИНТЕГРАЦИЯ - МЕЖДУ ПРЕДРАЗСЪДЪЦИТЕ И ОБЕКТИВНИТЕ РАЗЛИЧИЯ

Една от парливите теми на изминалата година бяха етническите напрежения и в частност, породените от дребната и битова престъпност негативни нагласи към ромския етнос. Освен обширни коментари в медиите, темата породила и по-крайни реакции на някои обществени структури, кулминирали в призива за създаване на граждански отряди (гвардия) за справяне с проблема. Подобни тези разчитат на "плъзгането по повърхността" и прякото удовлетворяване на едни или други ситуативни обществени настроения, без да отчитат по-дълбоките и сериозни причини за съществуването на етнически различия и напрежения. Решението на този проблем, както и на много други, се оказва възможно, само ако сме запознати с обективните дадености, произведените социални различия между етносите, а оттук – и със субективните взаимоотношения между тях.

Тук ще представим накратко основните изводи и резултати от проучване по темата за интеграцията на трите основни етноса в страната, проведено съвместно с фондация "Партньори България" и финансирано от Американската агенция за международно развитие (USAID), което цели именно да открие ролята и да отчете тежестта на различните фактори в етническата интеграция.

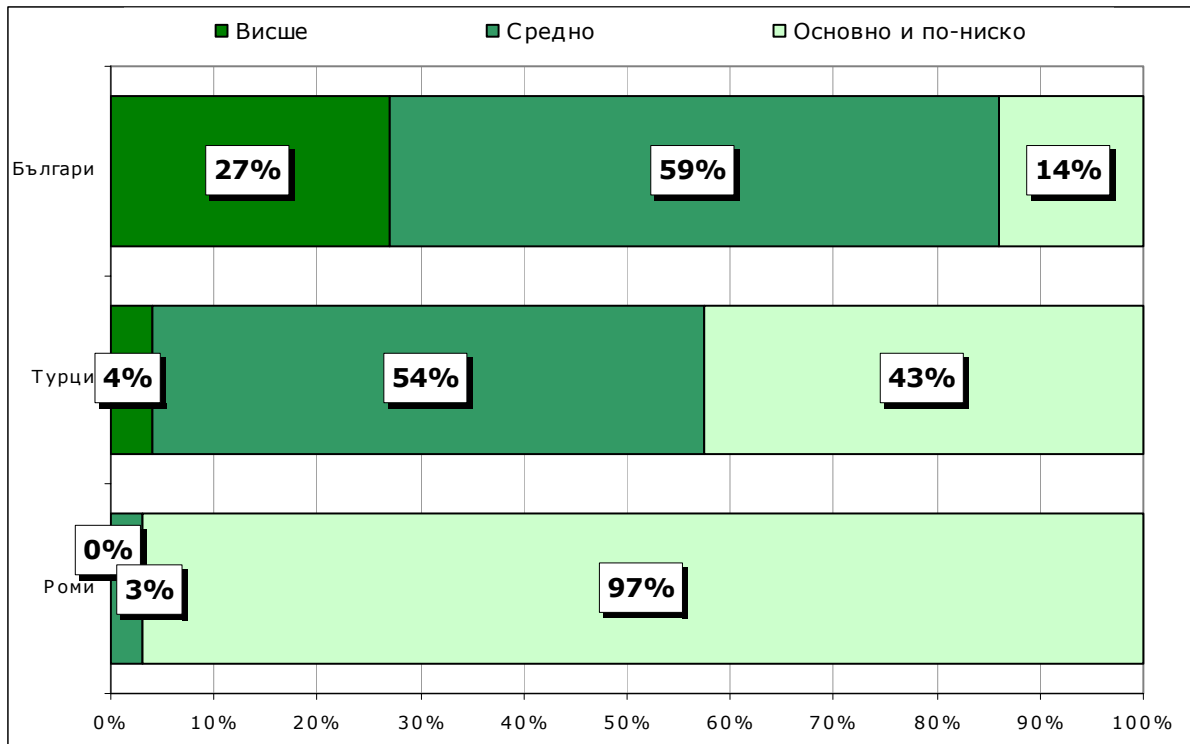
1. Включеност в пазара на труда

Графика 1. Дял на заетите



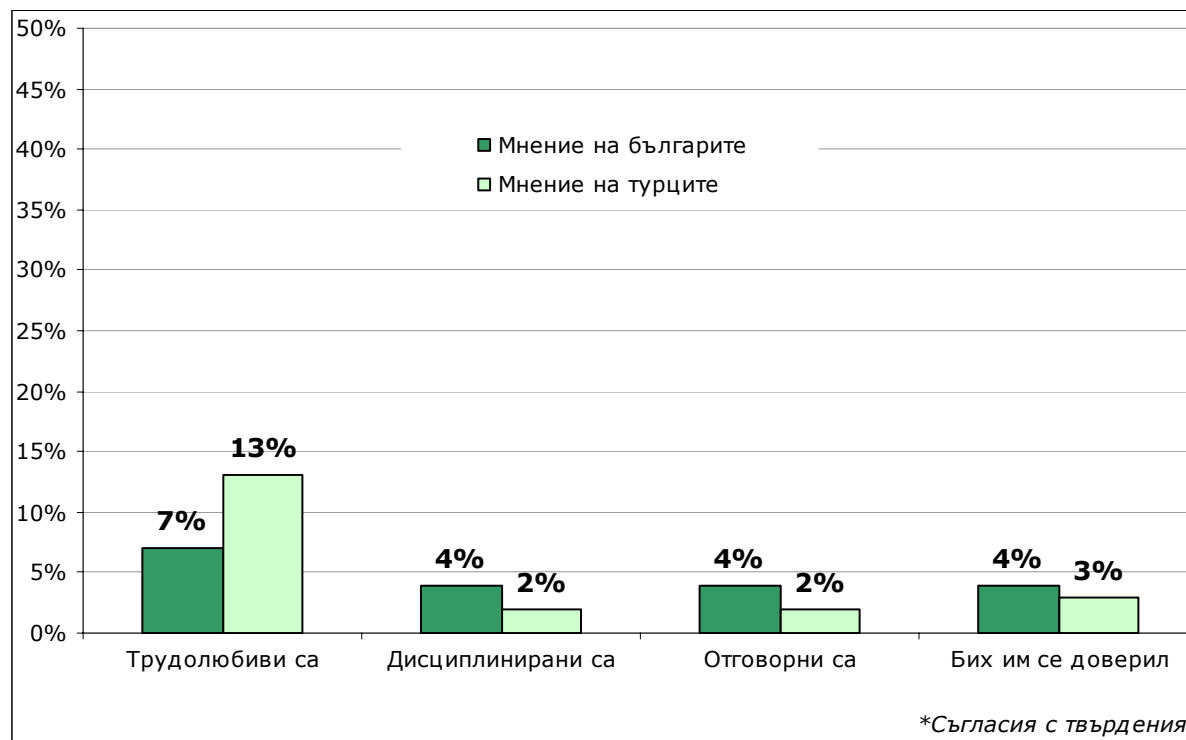
Включеността в пазара на труда, доколкото е обвързана с образованието е един от най-сериозните проблеми пред интеграцията на ромските общности. Това е така, защото изследванията установяват, че игнорирането на ромите от пазара на труда е породено в много по-голяма степен от образователно-квалификационни причини, а не от преднамерени ограничения поради етническия произход.

Графика 2. Завършено образование



Ограниченията в достъпа до пазара на труда по етнически причини са по-скоро производни от обществените представи за ромския етнос. Битуващите нагласи към ромите, че те не са дисциплинирани, не са отговорни, не се ползват с доверие и пр. се отразява и на степента, в която те са предпочитани на пазара на труда. Това, заедно с ниското образование и квалификация, изключително определя ниската степен на достъп до пазара на труда при ромите.

Графика 3. Какво мислят българите и турците за ромите*



Като цяло турският етнос се характеризира с едно високо ниво на интегрираност към социалните структури. Разглеждайки основните компоненти на включеност, можем да кажем, че представителите на турския етнос не се отличават съществено от българите. Това в никакъв случай не е станало в ущърб на запазване на тяхното етническо самосъзнание и култура. Напротив, при тях са запазени традициите, културата, идентичността. Приблизителното сходството на турския етнос с основните характеристики на българите им е дало възможност за почти равномерно включване във всички сфери и достигане на нива на интегрираност близки до тези на българите.

Налице са множество обективни разлики между ромите и другите два етноса, което поражда и по-ниски нива на интегрираност. Обективните различия (свързани с образование, материален статус, специфична етническа култура, начин на живот, ценности и пр.) пораждат освен по-ниска формална интегрираност и по-слабо приемане от страна на останалите две групи.

2. Обективните различия стават основа за не-приемане на другия етнос

Изследването показва, че междуетническите отношения не са породени просто от степен на приученост (респективно неприученост) към толерантност и съвместно съжителство, а имат своите предпоставки в образователни и икономически различия, в достъп до социални защитни мрежи и пр. Т.е. подобно неприемане, породено от различията (бедни-богати, високообразовани-нискообразовани, елит-по-ниски социални слоеве, живеещи в големи градски центрове-живеещи на село и пр.) можем да видим и в рамките на една етническа група, но в по-слаби форми. Когато говорим за етническа интеграция проблемът се усложнява, защото зад обективните разлики, зад формалния достъп или ограничения започват да се привиждат етнически (а не социално обективни) предпоставки и етническата принадлежност започва да се мисли като определяща и задаваща ограничения (респективно привилегии).

3. Образователен статус и "дискриминация" – различните прочети на работодателите и на ромите

Ако разгледаме достъпа на ромите до пазара на труда, не можем да кажем, че той е преднамерено ограничен. Процесът има своята икономическа логика. В условията на пазарна икономика степента на включеност (респективно изключеност) от пазара на труда има своята предпоставка в образованието, лични качества, които благоприятстват (респективно неблагоприятстват) наемането на работа и пр.

Ромите са склонни да възприемат принадлежността си към ромския етнос, а не ниското образование, като основна причина за недопускане до пазара на труда. Това е в ущърб на мотивацията за придобиване на по-високо образование. В този пункт голяма роля играят и ценностите на ромската група, според която образованието не е толкова важен фактор, а широко разпространено е мнението, че дори с образование представителите на тяхната група нямат шанс за успех. В този аспект е важно даването на позитивни примери, примери за вертикална социална мобилност, осъществена чрез образование сред представителите на етноса, което да повиши мотивацията за образование на по-широки слоеве.

4. Образователните програми – в търсене на успешния модел

Изследването показва успешни практики за привличане на повече деца в училище (чрез повече извънкласни форми, танци, музика и пр. което привлича ромските деца, чрез училищни посредници, чрез индивидуална работа с родителите, подготвителен клас за изучаване на езика и пр.). Тези подходи се оказват успешни, но тяхната изолираност и слаб териториален обхват не успяват да разрешат дългосрочно и цялостно този проблем. Въпреки това те трябва да бъдат прилагани и успешните практики да бъдат продължавани в по-голям брой училища и населени места.

Приемането на смесеното обучение има доста широка подкрепа, но въпреки това определени нива на съпротива са породени от опасенията (предимно сред българите), че това би занижило нивото на образование и изискванията на преподавателите. Преодоляването на тези нагласи и най-вече предпазване от реално занижаване на нивото и изискванията към децата би било много важна стъпка за приемане на смесените паралелки, които имат подкрепа сред експерти и представители на ромския етнос.

Социално защитните мрежи създават усещане за прекомерна привилегираност на ромския етнос.

Концентрирането на социални услуги и помощи предимно в представители на ромския етнос става основа за две съвършено различни реакции от страна на ромския етнос и на останалите групи в обществото. Първите заемат пасивна позиция, а вторите оценяват подкрепата като социално несправедлива, което генерира негативни настроения към ромите.

От гледна точка на българите е налице двоен стандарт в отношението към ромите и към останалите етнически групи. Допускането на неравнопоставеност пред нормите и закона, даването на възможност за извинения и оправдания при нарушаване, възможности за непокриване на задълженията без никакви санкции е един от факторите за разпалване на етнически конфликти. Изграждането на трудови навици, повече дисциплина и отговорност към трудовия процес, повишаване на квалификацията, включително и владеенето на български език, биха били една добра основа за увеличаване шансовете на ромите за достъп до пазара на труда.

Негативните предизборни практики в отношението към ромите намаляват ефекта от програмите за реална социална интеграция.

Изключително негативно се отразяват на ромите всякакви опити за политическо „ухажване“ и „купуване“ на гласовете им. Напълно в противоречие с логиката и основните цели на програмите за социална интеграция (изграждане на индивиди, които могат самостоятелно да се справят с издръжката на семействата и домакинствата си), подобни практики допълнително подсилват заучената безпомощност и очакването, че държавата трябва да осигури издръжката на тези групи, че трябва да опрости задълженията им и да се „отнася към тях като към особена група“.

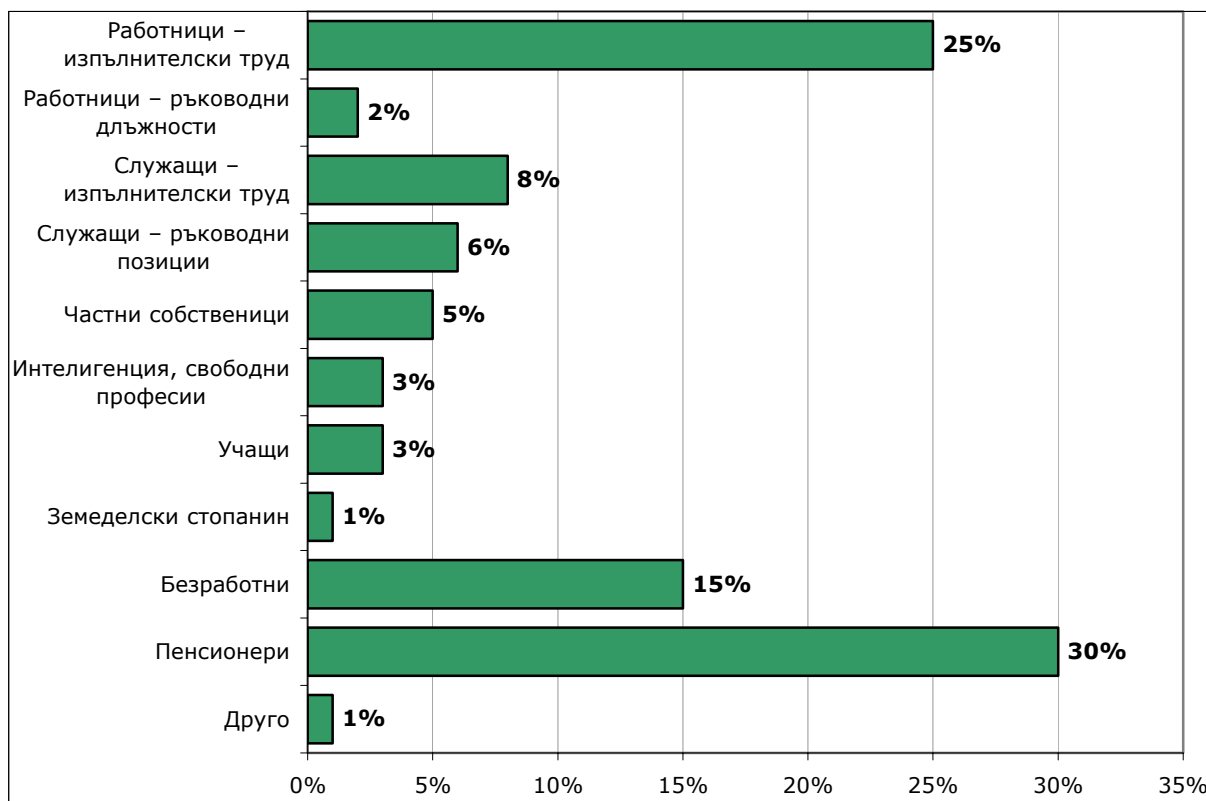
IX. СОЦИАЛЕН СТАТУС НА БЪЛГАРИНА – ЛЕК РЪСТ В ДОХОДИТЕ, СЛАБА МОБИЛНОСТ В СОЦИАЛНАТА СТРУКТУРА И СУБЕКТИВНИТЕ ОЦЕНКИ

1. Социална структура

Социалната структура на българското общество има няколко важни параметри, които трябва да бъдат вземани предвид, когато проследяваме цялостните тенденции и конкретните промени в рамките на последната година:

- На първо място, трудово активното население обхваща 52% от пълнолетните българи, докато останалите 48% са трудово незаети социални групи (учащи – 3%, безработни – 15% и пенсионери – 30%). Като цяло това поставя България в твърде неблагоприятни позиции, тъй като един работещ българин “издържа” 2.6 неработещи, което поставя страната ни на едно последните места в Европа по този показател.
- Основната група в трудовоактивното население са работниците и то предимно заети с изпълнителски труд. Следващата по тежест група са служащите, но и при тях преобладават заетите в изпълнителски дейности.

Графика 1. Социални позиции



Тази социална структура дава едно от основните обяснения за равнището на жизнения стандарт на българските домакинства. Въпреки че през годината доходите бележат лек ръст, все още значим дял от населението (46%) остава в групата на хората с най-ниски средства за живот – т.е. под 100 лв. месечен доход на човек от домакинството. Това са предимно безработни, пенсионери, нискоквалифицирани работници.

2. Доходи

Изминалите четири години се характеризират с няколко позитивни тенденции в материален аспект. На първо място, изследванията регистрират постъпателно увеличение на доходите, което в края на 2004 година води до обръщане на съотношението между категорията на най-ниските и останалите групи доходи. Ако до 2004г. мнозинството от населението влизаше в групата на хората с ниски доходи (до 100 лв. на човек от домакинството) то в края й за първи път сумарният дял на хората с по-високи от тези доходи започва, макар и с малко да доминира. В социологически план това е важно "обръщане", защото множество проучвания през периода показваха, че между тези две групи минават важни разделителни линии по отношение на ценностите, политическите ориентации, очакванията от държавата и управляващите, които в значителна степен определяха социалното и електоралното поведение на българските граждани.

Таблица 2. Структура на населението по доходи

	V.2001	XII.2002	XII.2003	XII.2004
До 50 лв.	32%	24%	16%	14%
50 - 100 лв.	44%	43%	38%	32%
ОБЩО ДО 100 лв.	76%	66%	54%	46%
100 - 150 лв.	14%	18%	22%	25%
150 - 200 лв.	6%	9%	14%	15%
200 - 300 лв.	3%	5%	6%	9%
Над 300 лв.	1%	2%	4%	5%
ОБЩО НАД 100 лв.	24%	34%	46%	54%

Въпреки че изследванията регистрират разлики в доходите между различните йерархични позиции на работещите, тя все още не е достатъчно отчетлива. Твърде сближени са равнищата на доходите между висшата и средна ръководна позиции. Ниско диференцираното заплащане на персонала е и един от индикаторите за слаба професионализация на фирмите и все още спорадичното базиране на бизнеса върху

знанието. Обратната гледна точка, тази на работодателите, също има своите основания за поддържане на ниско заплащане – недостатъчната удовлетвореност от служителите/работниците, запазващата се безработица, която дава възможност за поддържане на ниска цена на труда, икономическите трудности и проблеми на бизнес средата, пред които са изправени фирмите и пр.

Таблица 3. Разпределение на личните доходи по позиции в работата

	висша ръководна	средна ръководна	изпълнителска	Не работя /пенсионер, безработен, учащ/
Без личен доход	0%	0%	0%	18%
Под 50 лв.	0%	1%	3%	18%
50-100лв.	4%	7%	17%	44%
ОБЩО ПОД 100 лв.	4%	8%	20%	62%
100-150лв.	11%	18%	28%	11%
150-200лв.	14%	21%	29%	7%
200-300лв.	28%	23%	15%	1%
Над 300лв.	42%	30%	8%	1%
ОБЩО НАД 100 лв.	96%	92%	80%	20%

*Личен месечен доход

Макар и с малко, заетите в частния сектор на икономиката получават по-високо възнаграждение, в сравнение с тези в държавния. Въпреки, че разликите не са много големи, може да се предположи, че това дава възможност на частните предприемачи да привличат в своите фирми по-квалифицирани и добре подготвени специалисти.

Таблица 4. Разпределение на личните доходи по сектори на заетост

	Държавен	Частен	В момента не работя /пенсионер, безработен, учащ/
Без личен доход	-	-	18%
Под 50 лв.	3%	2%	19%
50-100лв.	16%	15%	44%
ОБЩО ПОД 100 лв.	19%	17%	81%
100-150лв.	27%	23%	12%
150-200лв.	25%	28%	6%
200-300лв.	18%	16%	1%
Над 300лв.	11%	16%	0%
ОБЩО НАД 100 лв.	81%	83%	19%

3. Потребление

Увеличението на доходите води, от своя страна, до разширяване на потреблението и формиране на по-широка група от хора, които планират увеличаване на покупките на по-значими предмети за бита – индикатор, който е важна съставна част от обективния и субективен социален статус.

Ръстът на потреблението през последната година е съсредоточен в малко над една четвърт от домакинствата. 15% са закупили един уред, 7% - два, а още 6% - три и повече. 72% обаче нямат никаква по-съществена придобивка през годината. Планираните покупки за 2005 г. показват известно разширение в социалната база на потребяващите по-значими стоки и услуги - до 33%. 22% планират закупуването на един уред (или абонамент за услуга), 7% - на два и 4% - на повече от два. Увеличението е главно в групата на хората, планиращи придобиването на един уред или услуга, което съвсем ясно показва, че масовото потребление се запазва все още на ниско равнище, но това все пак е тенденция към разширяване кръга на хората, които биха могли да усетят възстановяване и разширяване на своя материален статус.

4. Субективна оценка на социалния статус

Въпреки лекия ръст в доходите, субективното възприемане на индивидуалния социален статус в йерархичната стълбица на обществото, се запазва на нивата от края на 2003 г. Това още веднъж потвърждава изводите от натрупаните данни от проучвания през предишните години, че е налице известно "отместване" между обективните позитивни тенденции и отражението им върху материалния статус и социалното самочувствие. Ръстът в доходите изисква определен период от време, приеман от хората за "пробен" и който едва след това бива последван от усещане за стабилизация и движение "нагоре". От политическа гледна точка не е без значение, дали този ефект ще настъпи преди или след изборите, защото това може в значителна степен да определи посоката на вота на част от колебаещите се избиратели. Ако говорим обаче в дългосрочен план, може да се очаква диференциране и придвижване нагоре в социалната йерархия вече не само на познатата ограничена група висши ръководни кадри, но и на по-значимата прослойка от работещи на средно управленско ниво, или заети с квалифицирана изпълнителска дейност. Увеличаването на дела на тази висококвалифицирана изпълнителска прослойка в социалната структура на обществото и съответно – на нейните доходи, би било от своя страна ясен показател и стимул за по-нататъшната модернизация и развитие на икономиката.

Таблица 5. Структура на населението според самооценка на социалния статус

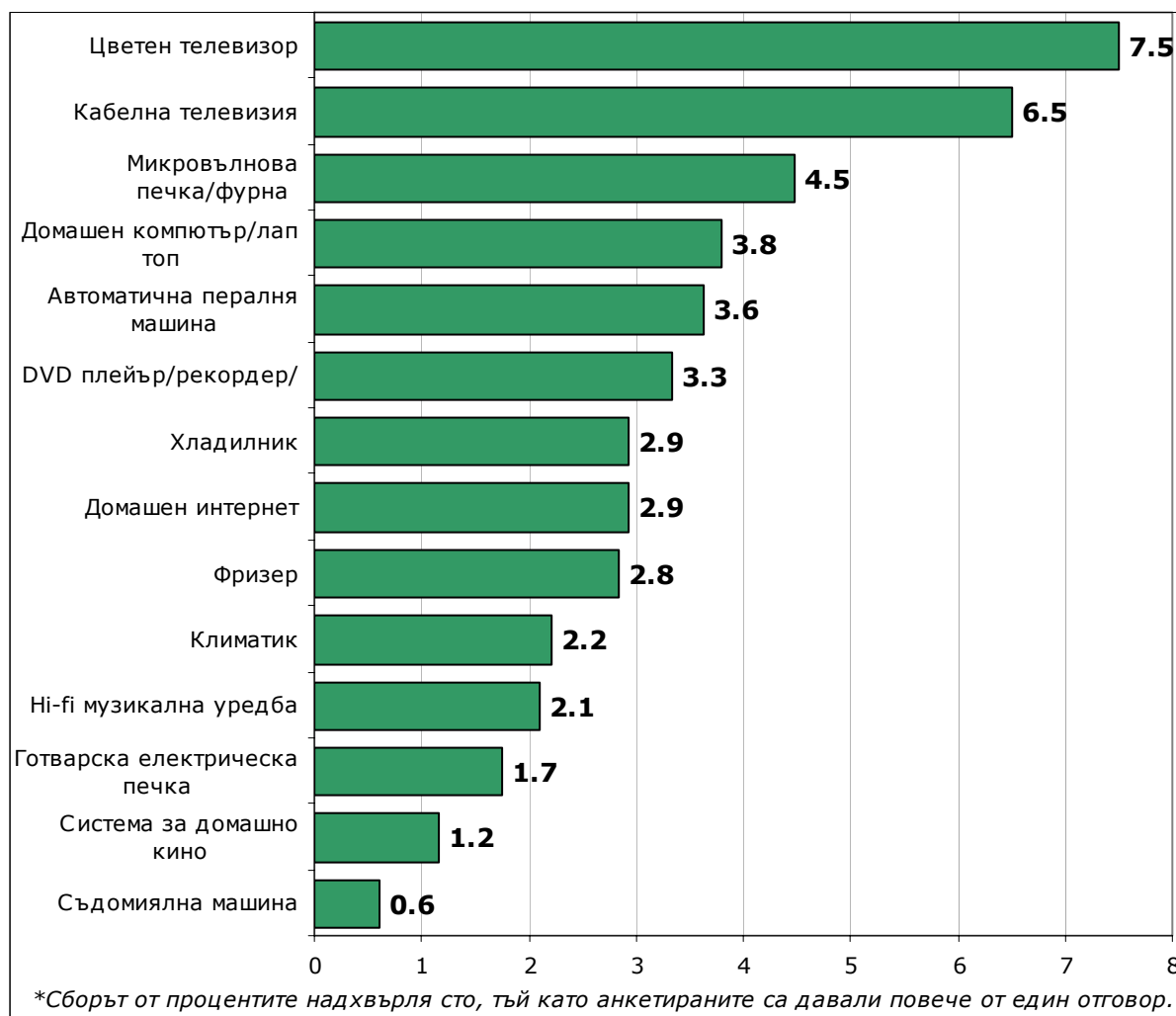
	XII.2004	XII.2003	IV.2003	V.2002
Най-ниското стъпало (1-4)	63%	62%	68%	80%
Среда (5)	18%	20%	19%	13%
Най-високото стъпало (6-10)	19%	18%	10%	7%

Х. СОБСТВЕНОСТ НА БЪЛГАРСКИТЕ ДОМАКИНСТВА – ПЪРВИ СИМПТОМИ ЗА ОТВАРЯНЕ НА ПАЗАРА

1. 2004 – отварянето на пазара

След години на свито потребление, когато мнозинството от българите купуваха само продукти от първа необходимост, последните 2-3 години могат да се нарекат "годината на отварянето" на пазара: на нови автомобили, бяла и черна техника, домакински електроуреди (Графика 1). Причините за подобно отваряне се крият както в нарасналите покупателни възможности на големи групи от градското население, така и в появата на разнообразни и все по достъпни лизингови и кредитни инструменти, значително разширената дистрибуция и изострената конкуренция между играчите на пазара, което ги кара да търсят нови форми за привличане и стимулиране на потребителя.

Графика 1. Уреди и услуги закупени през последната година (%)



2. Групи купувани стоки

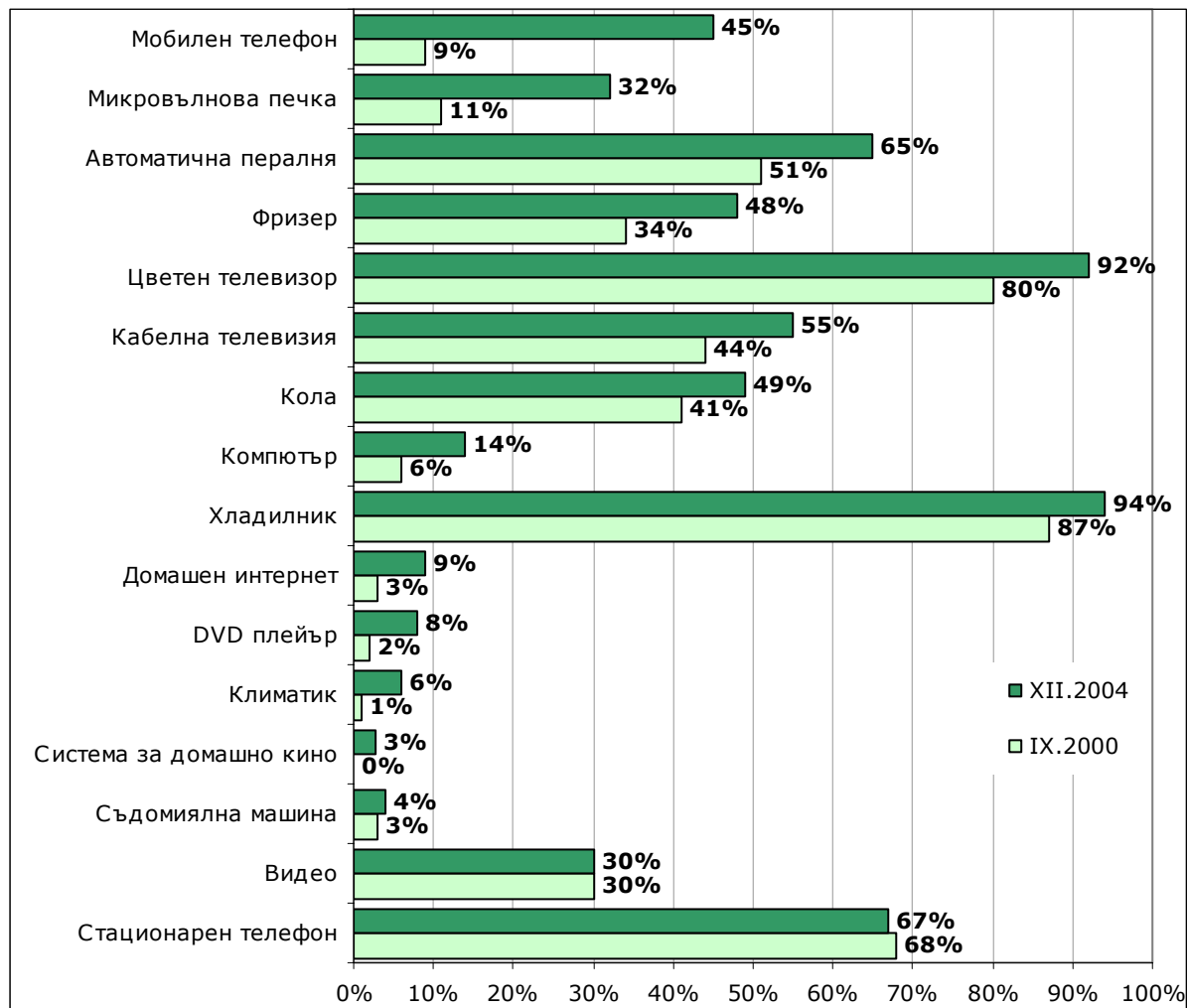
В основата на причините, които мотивират покупателното поведение, могат да се разграничат три основни групи стоки и услуги, които бележат осезаем ръст в набора от притежания на българските домакинства:

- **Нова покупка:** В сравнение с 2000г. относително най-голям ръст бележи притежанието на онези продукти и услуги, които са на гребена на технологичната и информационна вълна – мобилни телефони, DVD-плейъри, системи за домашно кино, компютри, микровълнови печки. Те привличат купувачите именно с това, че са модерни и предлагат уникални нови възможности (Графика 2). Към тази група трябва да прибавим и фризера, чийто ръст в притежанието е обусловен от това, че представлява естествената връзка между отмиращата у нас епоха на компота и туршията и бъдещото - на пресните плодове и зеленчуци.
- **Втора и трета покупка:** Цветният телевизор е шампион по декларираните покупки през 2004 година. При него ръстът в голяма степен се дължи на факта, че той е втори или трети за домакинството. Нещо повече, може да се твърди, че е налице процес на превръщане на телевизора от вещь за цялото домакинство в индивидуален уред за всеки негов член. Показателно е, че към началото на 2004 г. година 22% от домакинствата у нас притежават втори цветен телевизор. Съпътстващата услуга – абонамент за кабелна телевизия, също бележи значимо нарастване през последните години и присъства в челото на планираните покупки.
- **Покупка за замяна:** Изтеклата 2004 г. маркира началото на подмяната на друга група традиционни уреди – хладилниците, готварските печки, автоматичните перални. Това са уреди, достигнали тавана на екстензивно увеличаване (при хладилниците и готварските печки делът на притежание е около и над 90%), но морално и физически остарели (близо 2/3 от тези уреди са купени преди повече от 10 години).

С още по-голяма сила това е валидно за автомобилния парк на домакинствата. През последното десетилетие на 20-ти век пазарът на нови автомобили в страната е от порядъка на 7–12 хил. годишно. В същото време годишният внос на употребявани автомобили от Западна Европа е около десет пъти по-голям. Т.е. натрупан е огромен дисбаланс между новите и употребяваните возила. Оттук произтича очевидната необходимост от подмяна на пределно износените лични автомобили у нас – със своята средна възраст от 15,7 г. среднестатистическият български автомобил е сред най-старите в Европа (за наследените от социализма съветски и източноевропейски коли тази възраст е над 18 години). На практика, процесът на подмяна започва през 2003 г., когато

продажбите на нови автомобили нарастват с 20%, но за стабилна тенденция можем да говорим едва през 2004 г. – по данни на съюза на вносителите на автомобили в България през годината ръстът на продажбите достига 50% (от 17 220 до 25 786).

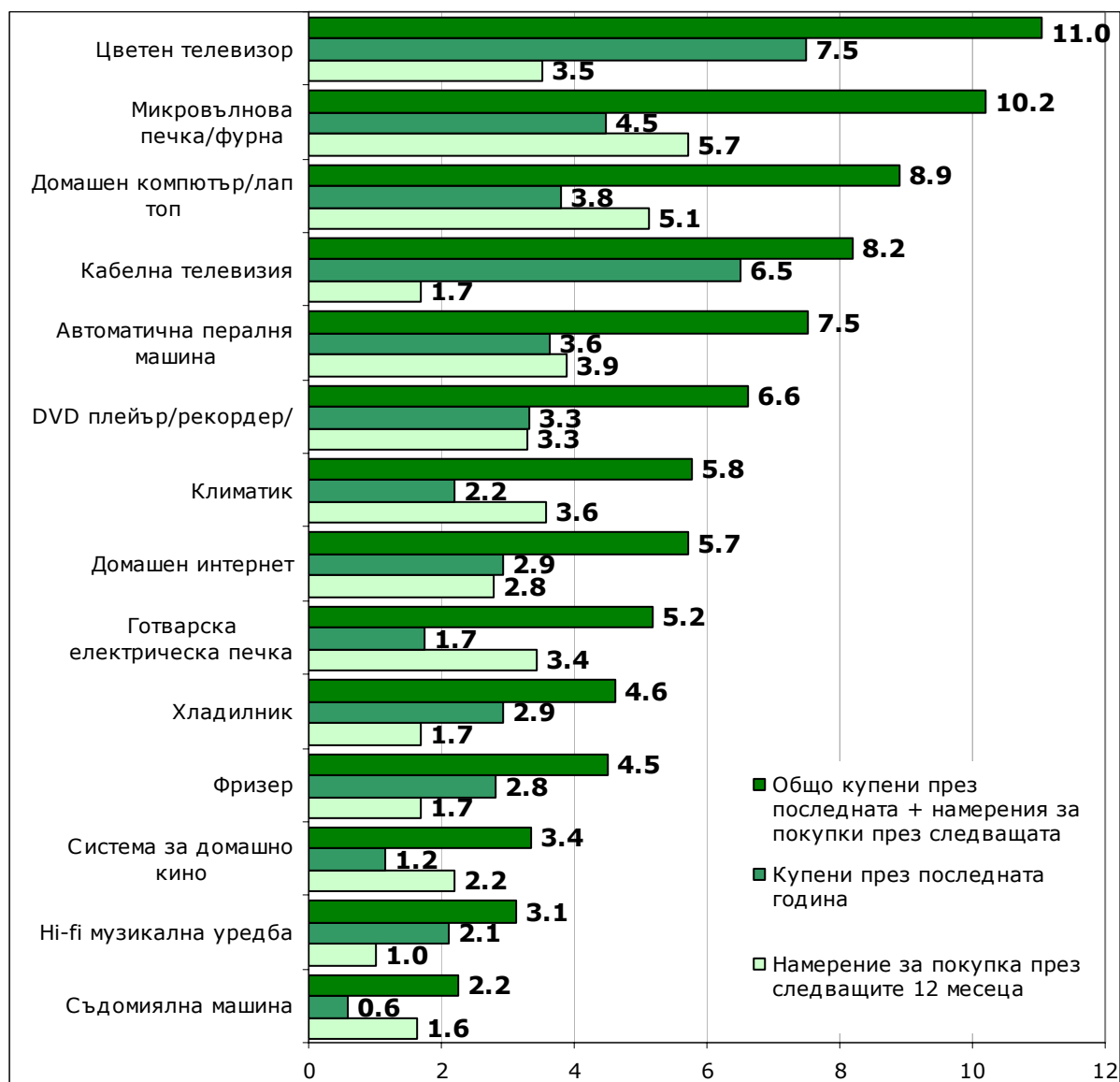
Графика 2. Сравнение 2000-2004



3. Поглед към пазарните тенденции през 2005 г.

Един поглед върху покупките през последната година и намеренията за покупка през следващата може да послужи като ориентир за покупателните нагласи и актуалното търсене на домакинствата. Данните сочат, че то е и ще бъде насочено предимно към уреди и услуги най-вече от първата и втората група, описани по-горе – т.е. наред с телевизорите, хитът на пазара ще бъдат модерните, високотехнологични уреди – микровълнови печки, компютри, DVD-плейъри, климатици. От традиционните уреди най-много ще се търсят автоматичните перални, малко по-слабо търсене ще има за готварските печки и хладилниците (Графика 3).

Графика 3. Актуално търсене (%)



XI. МОБИЛНИ ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ 2004: ПОДГОТОВКА ЗА "ГОДИНАТА НА ПОТРЕБИТЕЛЯ" - 2005

Конкуренция, конкуренция и конкуренция – ето тези три неща са важни, ако целта е все по-широк дял от българите да се възползват от растящите възможности в сферата на телекомуникациите.

А че за България 2004 година бе изпълнена със страсти и вълнения в сектора на телекомуникациите, едва ли е нужно да се припомня, още по-малко - да се доказва. Както не е необходимо да се доказва, че това съвсем не бяха страстите или вълненията на редовия потребител, а по-скоро на лобитата в сектора.

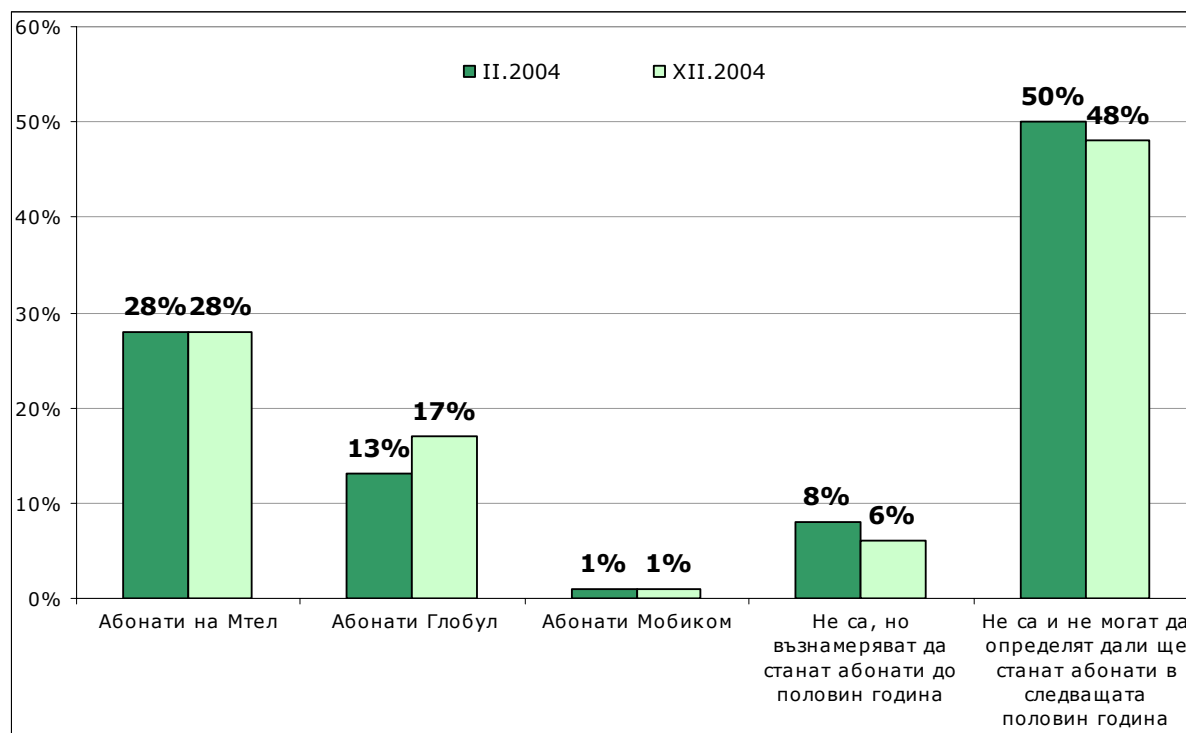
Така или иначе новото голямо начало е дадено: БТК е приватизирана; предстои пускането на трети GSM оператор; предстои и лицензиране на оператори на мрежи от трето поколение (UMTS). Всичко това изпълва редовия българин с очакването 2005 година да бъде годината на потребителя в сектора на телекомуникационните услуги.

1. Настоящата ситуация

Когато говорим за развитието на отделните сектори в рамките на страната, не можем да не отбележим, че именно в областта на телекомуникациите се състоя един от най-значимите скокове за последните пет години. От 2000 година до настоящия момент броят на потребителите на мобилни комуникации сред пълнолетното население на страната се е увеличил пет пъти – от 9% през 2000 година до 46% в началото на 2005 година. И за този скок има една причина – въпросната конкуренция.

Само за времето от старта на втория GSM (Глобул), дялът на хората с мобилни телефони сред пълнолетното население на България е отбелязал шестдесет процентен ръст. В началото на 2003 година 28% от пълнолетните българи са ползвали услугата, а понастоящем техният дял е 46%. Ако към тях добавим и непълнолетните притежатели на мобилни телефони, както и онези, които имат телефон, но не са активни потребители в момента, дялът на българите, притежаващи "хенди", вероятно ще надвиши 50%.

Графика 1. Абонати и неабонати на мобилни оператори сред **пълнолетното** население на България



При хората с най-висок доход (над 200 лв. на член от домакинството) дялът на абонатите достига 87%. При най-ниско доходните групи (тези с под 100 лв. месечно на член от домакинството, каквито са половината от българските семейства) дялът е 25%.

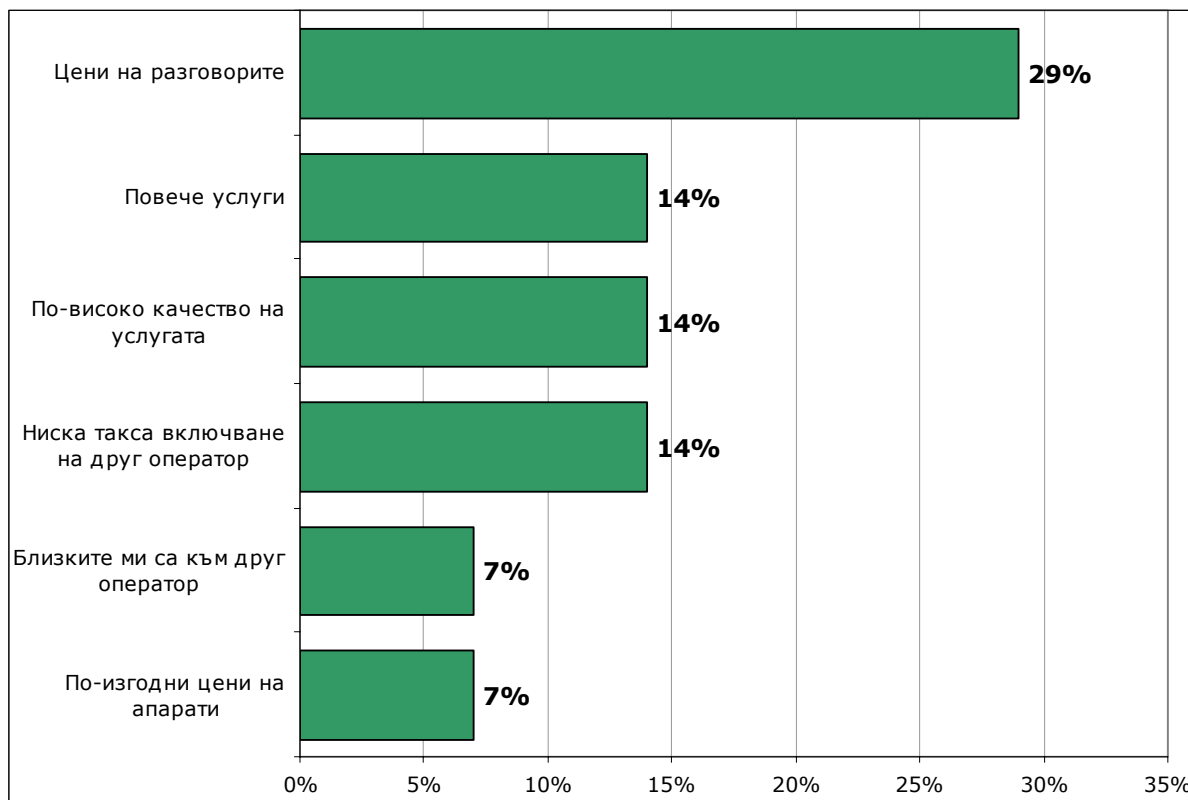
2. Ръст в броя, застой в потреблението

Въпреки регистрираното нарастване в броя на абонатите, все още не можем да говорим за значителна активност или ръст в ползването на мобилния телефон. Две прости доказателства – първо, над половината от всички потребители в момента ползват предплатени карти (между 54% и 58% в различни моменти на 2004 година), което е типично за пасивните ползватели. И второ, средната сума, която потребителят на мобилен телефон у нас отделя месечно, е 29 лв., при това с включена месечна такса и ДДС.

Именно търсенето на възможност за разширяване на потреблението поражда основния интерес към появата на трети GSM – както сред хората, които не са абонати, така и сред самите абонати на настоящите оператори. А точно сред вторите потенциалът на новия GSM би бил много голям, ако отговори на основното очакване – възможност за повече разговори, превръщане на "хендите" от аксесоар в използван аксесоар.

До момента всеки трети активен потребител на мобилна мрежа вече е сменял поне веднъж оператора си. В половината от тези случаи основната причина е била именно ценова (цена на разговори, такси или апарати). Факт, който още веднъж подчертава степента на неудовлетвореност от ситуацията на пазара.

Графика 2. Причини за смяна на оператора (сред абонатите, които са сменяли оператор)



3. Третият оператор – големите очаквания

С приближаване датата на старта на третия GSM, интересът към него нараства непрекъснато, а нетърпението на настоящите потребители се свързва на първо място, с очакването за корекция в цените на мобилните услуги. Така, изследване сред клиентите на настоящите три мрежи, проведено през месец ноември 2004 г., показва, че 73% определят цената на ползваната понастоящем от тях услуга като висока. До 89% са убедени, че появата на третия GSM ще доведе до благоприятна за потребителите конкурентна ситуация и намаляване на цените.

В момента, в който лицензът бе атакуван в съда, 95% от интервюираните поддържаха тезата, че той е належащо да бъде издаден. Нещо повече, седем от всеки осем потребители (85%) бяха на мнение, че издаването му е закъсняло и е трябвало да стане по-рано. Сред основните причини за забавяне на лиценза интервюираните поставиха на

първите места действията на силни лобита на настоящите оператори (48%), корупция (42%), липса на политическа воля (24%). По 15% съответно са на мнение, че забавянето се дължи на недостиг на технически възможности или некомпетентност. И само 4% заставаха зад тезата, че трета GSM мрежа не е изградена, защото не е имало потребност от такава.

Така ръстът в интереса към старта на трети GSM е голям и обещава сериозна динамика на този пазар през 2005 година. През март 2004 година интерес към евентуалния трети GSM са имали общо 37% от българите, две трети от които са абонати на мобилен оператор. През декември 2004 делът им почти се удвоява – интерес към новия мобилен играч заявяват 55 на сто от пълнолетните българи, като отново две трети от тях са вече потребители на мобилни комуникации.

Числата обещава динамика, но при определени условия. Очакванията към новия оператор са големи, въпросът е дали той ще успее да отговори на тези очаквания.

4. Условията на потребителите

Условията за преминаване към третия оператор на пръв поглед са сравнително еднакви при настоящите потребители и при хората, които все още нямат мобилни телефони: на първо място се поставят цените на разговорите, на второ – по-ниските такси.

Графика 3. Бихте ли станал абонат на третия GSM оператор и при какви условия?

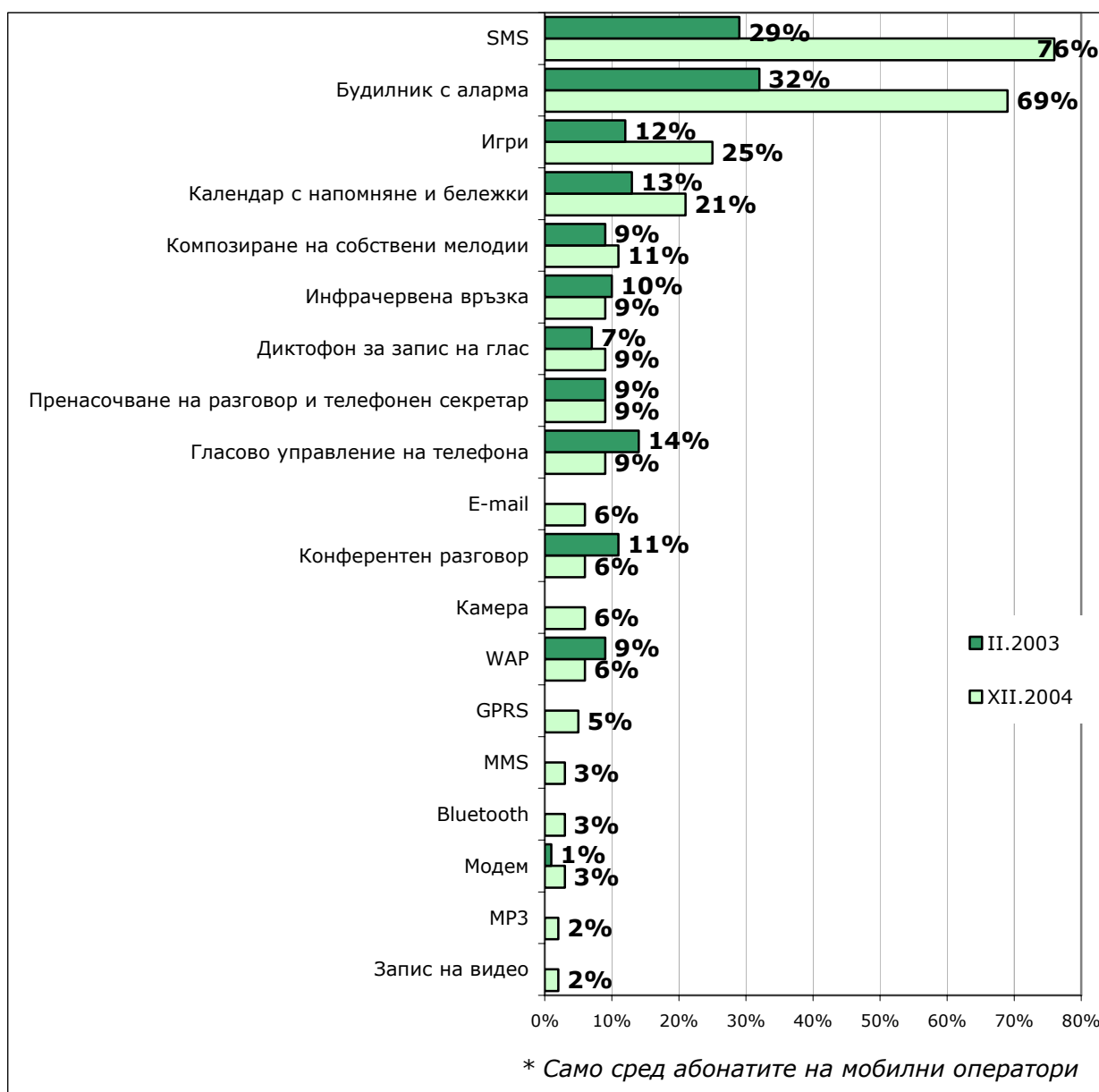
	Сред всички анкетирани	Сред настоящите абонати (46%)	Сред не притежаващите мобилен телефон (54%)
По-ниски цени на разговорите	44%	72%	23%
По-ниски първоначални такси	23%	38%	11%
По-високо качество на услугата	15%	26%	8%
По-изгодни цени на апаратите	15%	21%	10%
Повече допълнителни услуги	8%	13%	4%
Не бих станал абонат на третия GSM оператор	45%	24%	60%

От тук насетне обаче очакванията на двата типа потенциални потребители се разминават: настоящите абонати на мрежи поставят по-силен акцент върху качеството на услугата, отколкото върху цената на апаратите. Обратното, хората, които все още не са ползвали

мобилен телефон, акцентират върху цената на апаратите и са склонни да подценят качеството на услугите, както и тяхното разнообразие.

Тази разлика в предпочитанията вероятно се диктува от факта, че и Мтел, и Глобул предлагат достатъчно възможности на своите потребители, което прави последните по-претенциозни в очакванията им към третия GSM. На практика, абонатите на двата оператора имат възможност да ползват услуги, характерни за мрежи от поколение 2.5G (високоскоростен Интернет през GPRS и MMS).

Графика 4. Кои от функциите на телефона си ползвате?*



Както се вижда от тези данни, наред с популярни функции на самите апарати, като органайзер, календар, фотоапарат и т.н., сред настоящите потребители нараства

популярността на такива функции на мрежите, като GPRS, MMS и друг тип пренос на данни.

В същото време пред старт е и процедурата по лицензиране на мрежи от трето поколение, което прави предстоящата динамика на пазара на телекомуникационни услуги трудно прогнозируема. Едно обаче е ясно отсега: 2005-та ще бъде истинската година на потребителя в сферата на телекомуникациите в България.

XII. СВЕТОВНАТА МРЕЖА РАЗШИРЯВА ПОКРИТИЕТО СИ В БЪЛГАРИЯ

През 2004 година интернет навърши 35 години. Потребителите му в световен мащаб вече надвишават 800 милиона души, концентрирани главно в Европа, Северна Америка и Азия. 1.5 милиона от тях живеят на територията на България.

1. Световната мрежа

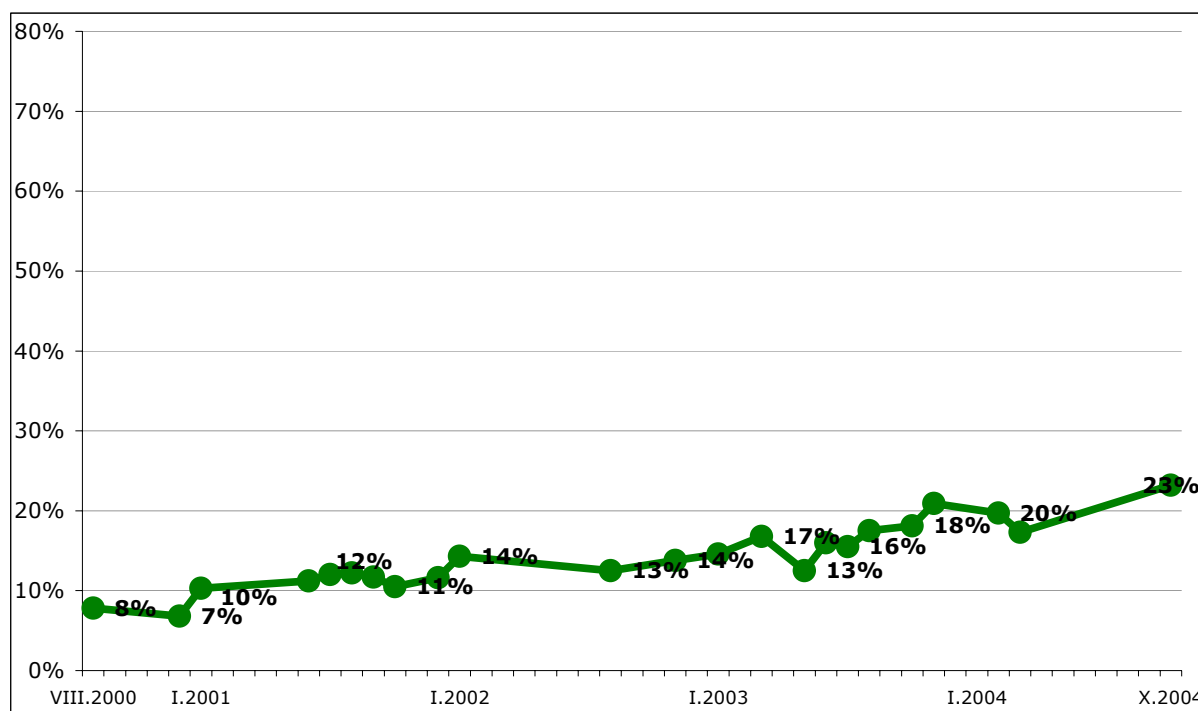
Както при всяка нова технология и тук е изминат дълъг път, докато се стигне до днешните мащаби на потребление. През първите десет години от развитието си интернет не излиза от научните среди. В следващото десетилетие продължава бавно да разширява покритието си, като дава възможност за обмен на текстова информация на все по-голям брой потребители. Така, ако в средата на 80-те години броят на компютрите, изграждащи мрежата достига 1000, то през 1990г. те са 300 пъти повече, но все още новата технология е на прага на световното си разпространение. В началото на 90-те, със създаването на World Wide Web (WWW) - Световната мрежа и появата на графичния интерфейс започва истинската революция в потреблението на интернет.

На практика само за десет години (1994-2004) интернет почти от нулата достига до огромен брой потребители по целия свят. Мнозинството от жителите на технологично развитите държави ежедневно влизат в световната мрежа, включително хора от малки населени места, с по-ниско образование или от по-високите възрастови групи. Най-голям дял потребители към момента регистрира Швеция - 75% от населението на скандинавската държава активно ползва WWW. Като цяло толкова високи стойности не са характерни за Европа. Така например, във Великобритания потребителите са 58%, в Германия - 57%, във Франция - 39%, в Испания - 34%. В Северна Америка интернет покрива 69% от населението на САЩ и 64% от жителите на Канада. В Азия най-широко разпространение на мрежата отчита Южна Корея - 62%, в Япония потребителите са 52%.

2. Световната мрежа покри една четвърт от българите

Потреблението на интернет в България към октомври 2004 година достига 23% от пълнолетното население на страната. Статистиката за България е сравнима с данните за Унгария (22%), Румъния (23%) и Полша (27%). От източноевропейските страни значително по-голям дял потребители отчитат Чехия (56%), Словения (59%) и Естония (61%), докато при съседките ни - Турция, Гърция и Македония разпространението на интернет е между 10% и 15%.

Графика 1. Потребление на интернет в България 2000-2004 година



Аналогично на телевизионните зрители и в стремеж към по-голяма прецизност, в редица страни за реални потребители започват вече да се считат само онези, които имат домашен достъп до интернет. У нас обаче разликата между потребители на интернет и домакинства, свързани към световната мрежа, е все още значителна. Едва една трета от българските потребители посочват, че влизат в интернет от дома си. Също толкова често достъпът се осъществява от интернет клуб или от работното място.

3. Разширение на домашния достъп

Домашният интернет, а оттам и общото потребление в страната, претърпя сериозно развитие през последната година и половина. През юли 2003г. над половината от сърфиращите в мрежата ползваха интернет клубове, а едва една четвърт разполагаха с домашен достъп. Днес, с появата на множество LAN-оператори, предлагащи интернет на достъпни за населението цени, делът на българите в мрежата, влизащи от домашния си компютър, се изравнява с тези, които ползват залите за платен достъп.

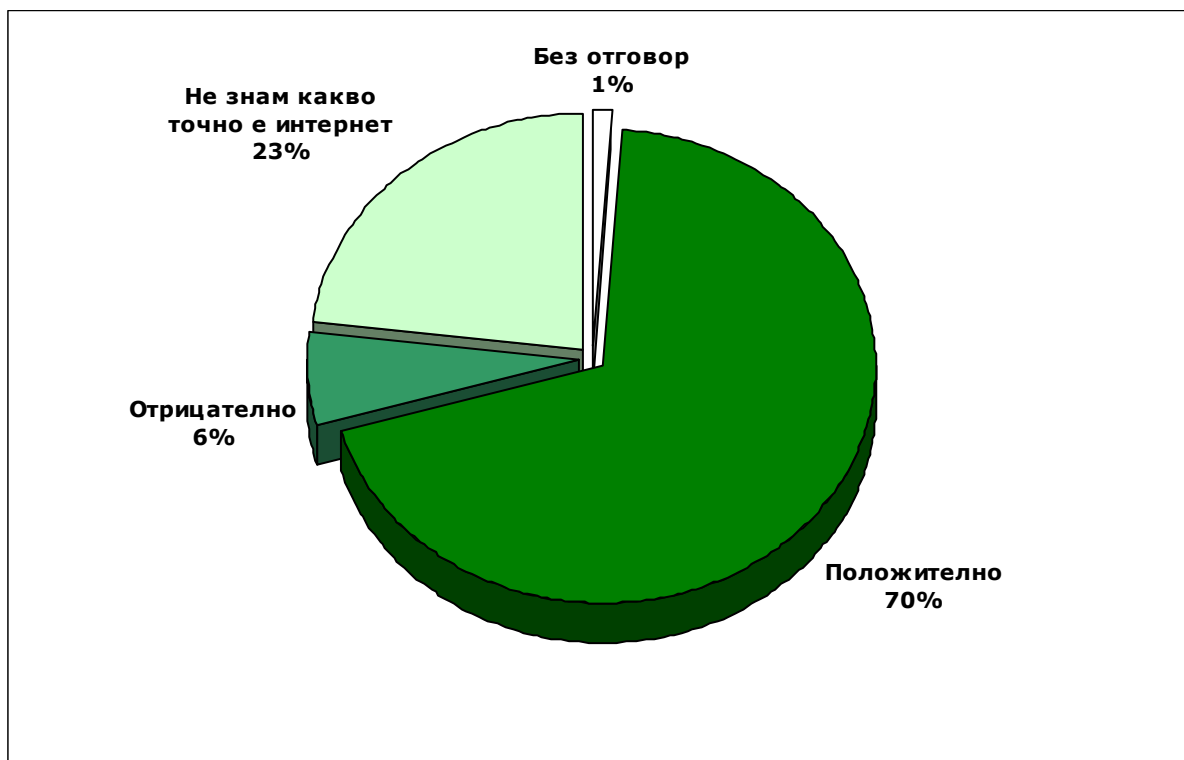
Към момента близо половината (44%) от домакинствата с достъп до интернет минават през LAN-оператор, останалите разчитат на телефонната връзка (Dial-up) – 38%, малка част ползват телевизионните кабелни оператори – 15%. Големият дял потребители, които се възползваха от сравнително новата услуга "интернет по локална мрежа", естествено

доведе и до общо разширение на интернет покритието в страната. Докато в средата на миналата година делът на потребителите в България беше 16%, година по-късно той е с 7 пункта повече.

4. Положително отношение, но слаби възможности

Сравнително бавното техническо развитие на България и слабото разпространение на интернет в сравнение със западните държави се дължи предимно на лошото финансово състояние, както на населението, така и на образователните институции и предприятията, които не могат да си позволят да запознаят гражданите с възможностите, които им предоставя интернет, и особено, да предоставят материална база на учащите се да развиват умения и способности в тази сфера. Категорично не се наблюдават признаци на негативизъм към информационните технологии или принципно неприемане на интернет. Едва 6% от пълнолетните българи изразяват отрицателно отношение към световната мрежа, 69% дават позитивна оценка. Показателно е, обаче, че на всеки четирима граждани на България един отказва да постави оценка, с мотива, че не знае какво точно е интернет.

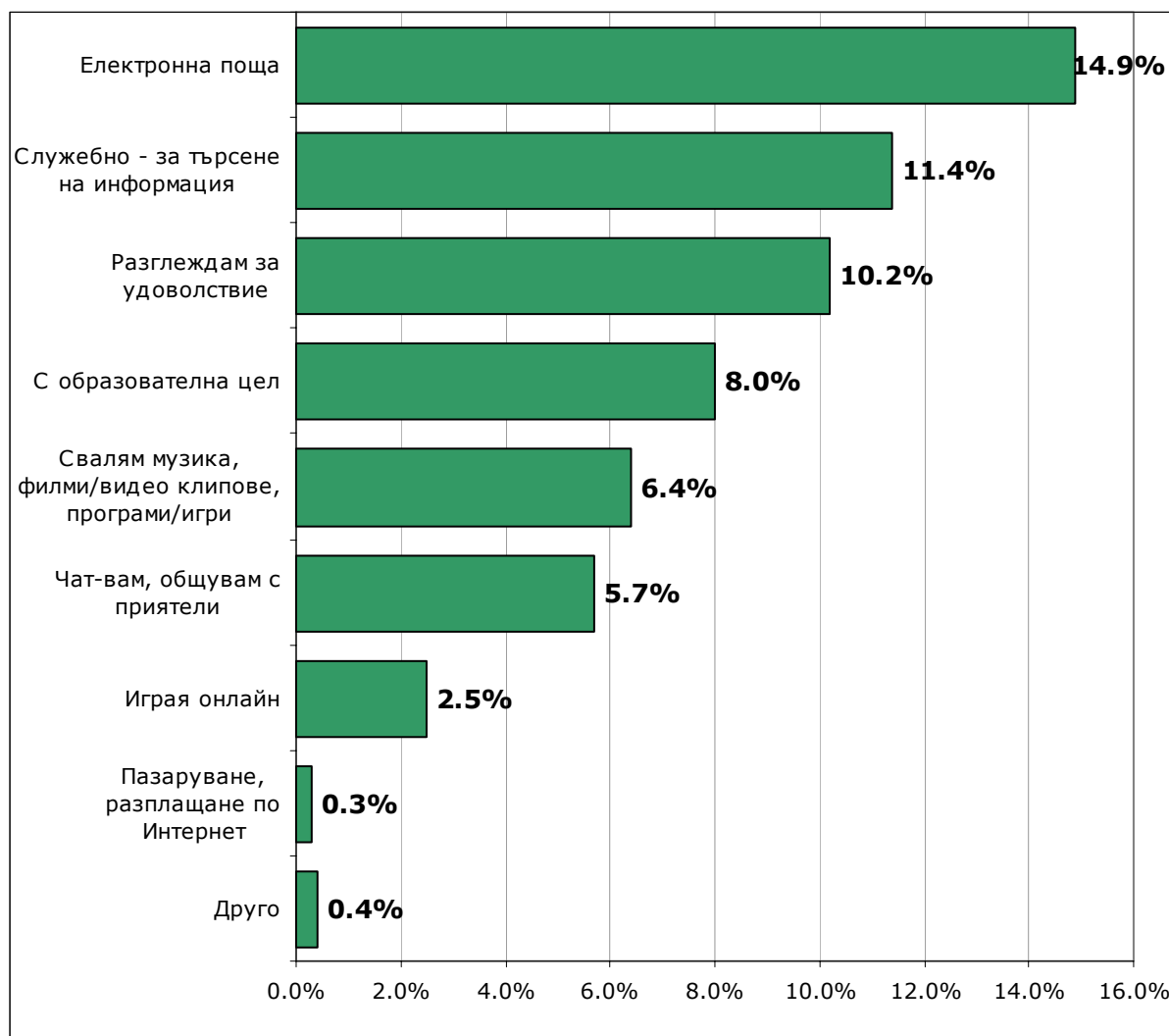
Графика 2. Отношение към интернет



За положителното отношение на българина към интернет свидетелства и поведението на самите потребители. Две трети от тях влизат в световната мрежа почти всеки ден, като престоят им там трае средно по шест часа в седмицата. Поставени в ситуация на ограничен достъп до интернет, 63% от потребителите в страната твърдят, че усещат липсата му, а 17% активно търсят начини да се свържат отново.

Най-популярните услуги, от които се възползват българските потребители са електронната поща (62%), търсене на информация със служебна (47%), образователна (33%) или просто развлекателна (42%) цел, даунлоуд на файлове с различно съдържание (26%) и общуване, чат (24%). Слабо разпространени до момента са он-лайн игрите (9%), както и поръчките на стоки и разплащанията по интернет (1.2%).

Графика 3. Ползвани интернет услуги

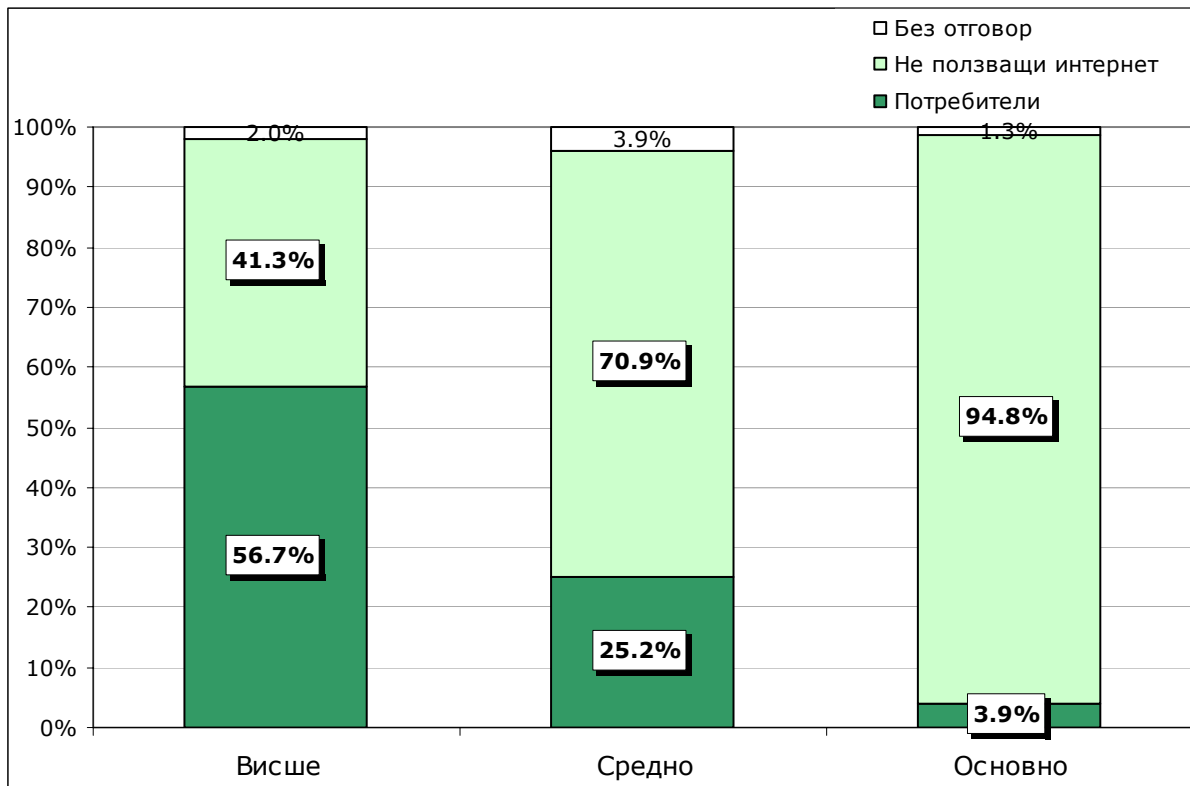


5. Ниското образование – заплаха за бъдещето на интернет в България

Какво развитие в потреблението на интернет в България можем да очакваме в бъдеще? Въпреки широко споделяното мнение, че основна пречка пред новите технологии е възрастта (18% от респондентите считат, че интернет е само за младите), прави впечатление, че рязък спад в потреблението се наблюдава едва сред пенсионерите над 55 годишна възраст. С разпространението на домашния достъп, интернет достига до все повече хора и извън трудово-активната възраст. Този процес естествено засяга най-силно децата, при които и сега употребата на интернет е два до три пъти по-голяма от средната, но и не малко от техните баби и дядовци започват да ползват услугите на световната мрежа.

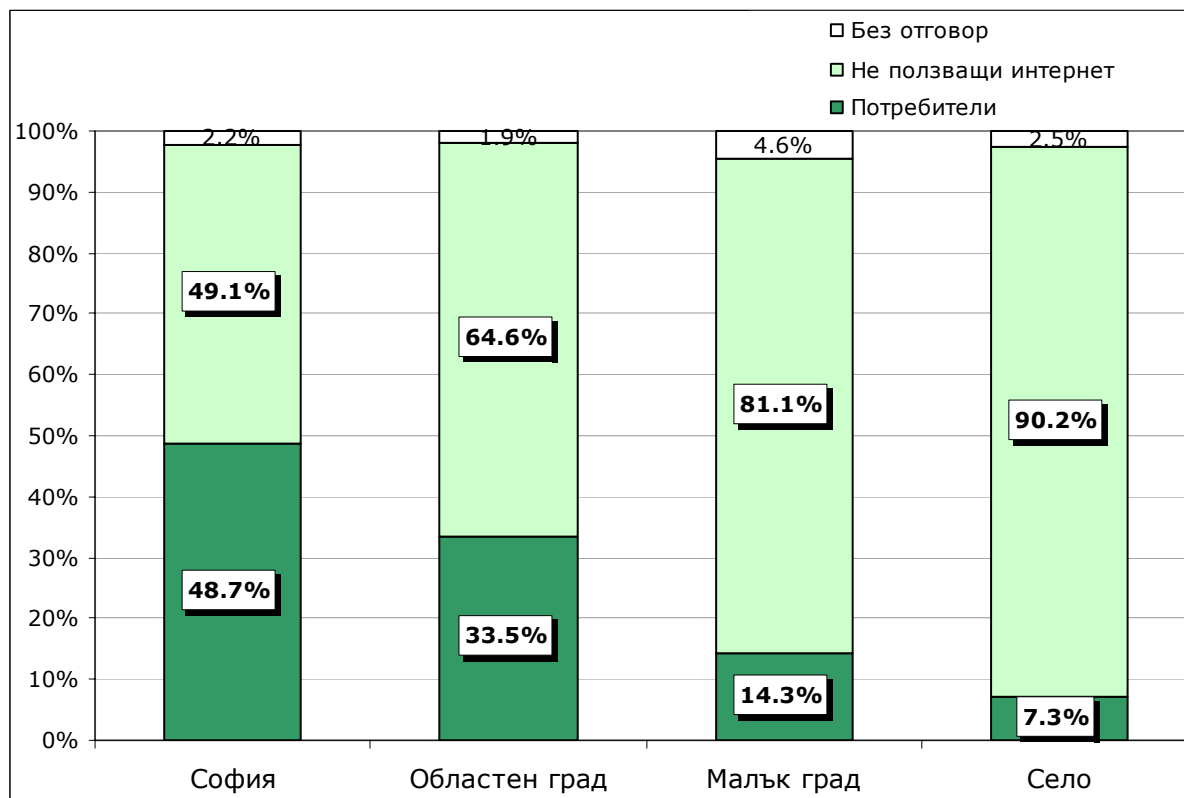
Значително по-сериозен проблем пред бъдещото разпространение на мрежата в България е ниското образование на населението. 39% от пълнолетните българи са с основно или по-ниско образование. Едва 4% от тях декларират, че ползват интернет, като в повечето случаи това им се случва по-рядко от веднъж месечно.

Графика 4. Потребление на интернет в зависимост от образованието



Друго ограничение пред потреблението на интернет в България, разбира се, е слабото икономическо развитие на страната. Много от хората са с твърде ниски финансови възможности, за да отделят допълнителни средства за интернет и обучение за работа с компютър. Още по-голям проблем в национален мащаб е концентрацията на цели градове и села в лошо икономическо състояние и с твърде малко потенциални потребители. Подобни населени места в повечето случаи се оценяват като безперспективни от страна на доставчиците на интернет, поради което достъпът до модерните технологии в селата и малките градове е допълнително затруднен и е свързан с много повече разходи. В момента разликата между града и селото в България е значителна и трудно ще бъде преодоляна. Едва 7% са интернет потребителите в селата (където живее една трета от населението на страната), 14% са в малките градове. Значително по различна е ситуацията в областните центрове (33%) и София (49%), които вече се изравняват със западните държави по разпространение на интернет.

Графика 5. Потребление на интернет в различните населени места



Всички тези трудности вероятно и в бъдеще ще ограничават потреблението на интернет в България, поради което няма основания да очакваме рязко разширение в следващите няколко години. До момента страната регистрира плавен ръст от няколко процента годишно, който ще се запази докато не се подобри жизнения стандарт на населението, а в още по-далечна перспектива – не се повиши средното ниво на образование на гражданите.

Данните за България са от изследвания на Alpha Research, проведени в периода 2000-2004г., представителни за пълнолетното население на страната.

Данните за отделните страни са от eEurope+ (изследване сред страните кандидатки за ЕС, осъществено с подкрепата на Европейската Комисия), Nielsen//NetRatings, KRNIC

Анализът е изготвен за сп. "Социологически проблеми"

XIII. НОВИ ЗАПАДНИ ПРОДУКЦИИ НАВЛИЗАТ НА МЕДИЙНИЯ ПАЗАР

Две бяха основните събития на медийния пазар през изминалата година: стартирането на първото българско Риалити Шоу (Big Brother по Нова телевизия) и излизането на български език на емблематичното за западната култура от последния четвърт век женско списание Cosmopolitan (издавано в България от издателство Санوما Блясък).

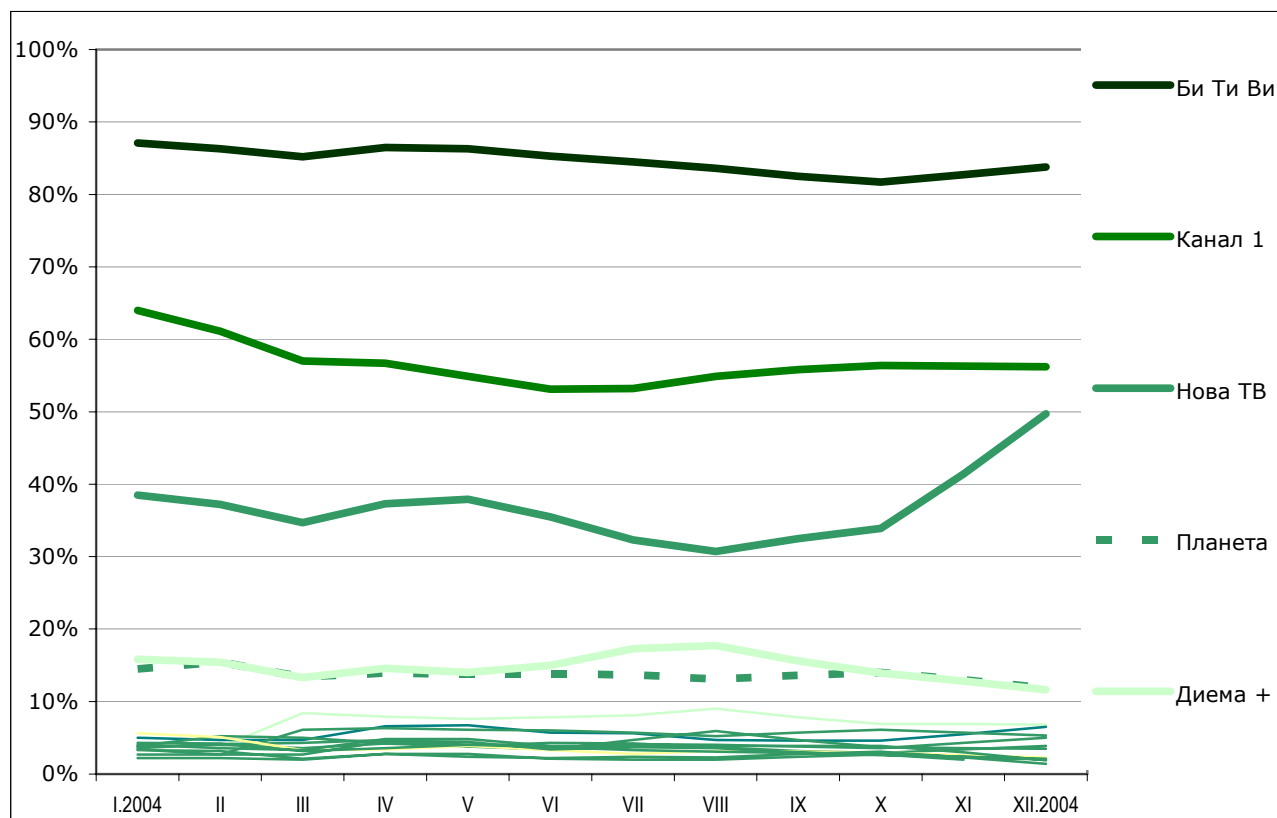
1. „Големият брат“ покори младата аудитория

2004-та година премина под знака на Нова телевизия. В средата на 2003-та година тя получи лиценз за национално ефирно излъчване, с което се превърна в основен конкурент за досегашните лидери – bTV и Канал 1. До края на 2003 година аудиторията ѝ плавно се покачи от 24% до 35% в цялата страна, а през 2004 гледаемостта ѝ се затвърди на тези нива (35-40%). През първата половина на годината Нова телевизия успя да привлече голяма част от по-възрастните и със слаби финансови възможности слоеве на населението, които до момента нямаша възможност да следят програмата ѝ по кабел. Като цяло, обаче, този тип зрители са по-слабо мобилни и трудно променят навиците си, затова и разширението на аудиторията до есента се извършваше постепенно и без резки скокове.

Същевременно, от гледна точка на зрителите при bTV и Канал 1 не се случи нищо ново. Проблемите около управлението на обществената телевизия не предизвикаха нито по-голям интерес, нито отлив на зрители от Канал 1. Незабелязано остана и избирането на нов директор през септември.

Промяната в телевизионния пазар настъпи през ноември със стартирането на първото българско Риалити Шоу Big Brother по Нова телевизия. За два месеца частният канал успя да увеличи зрителите си с 15% в национален мащаб. Подобен значим ръст сам по себе си не е уникален за българския телевизионен пазар – при стартирането на bTV наблюдавахме дори по-резки скокове. Показателен е и фактът, че новото шоу не отне от аудиторията на конкурентните телевизии и като цяло досегашните зрители на bTV и Канал 1 останаха част от аудиторията им. Те единствено започнаха да превключват на Нова телевизия в точно определени часове и след това да се връщат на любимите си програми.

Графика 1. Аудитория на основните телевизионни канали в страната



Събитието в случая е не толкова популярността на предаването, колкото драстичната промяна в социално-демографската структура на аудиторията на Нова телевизия, която се извърши в последните два месеца на годината. Шоуто успя да напипа „слабото място“ на младата българска публика, с което увеличи двойно зрителите на Нова телевизия на възраст до 40 години. С това техният дял се изравни с дела на по-възрастното поколение в аудиторията на медията.

Риалити Шоуто, както и появилите се в последните години телевизионни игри в България, все още привличат вниманието предимно на младите зрители, докато по-възрастните предпочитат да следят сериалите и игралните филми.

Таблица 2. Предпочитани телевизионни предавания в зависимост от възрастта

	18-30г.	31-40г.	Над 40г.
Новини	48%	76%	79%
Публицистични предавания	6%	12%	21%
Спортни предавания	43%	36%	37%
Игри	27%	19%	15%
Риалити шоу (Биг Брадър, Риалити ТВ)	55%	34%	19%
Сериали	34%	36%	43%
Игрални филми	67%	64%	53%
Документални/научно популярни филми/предавания	12%	18%	13%
Музикални предавания	60%	39%	29%
Здравни предавания	11%	13%	25%
Кулинарни предавания	10%	20%	18%
Предавания за култура	7%	5%	7%
Еротични програми	17%	10%	5%

Същевременно подборът на участниците в Big Brother също говори за ориентация към младата публика. В резултат, в началото на 2005 година можем да говорим за "две" Нови телевизии от гледна точка на аудиторията. Едната, семейната Нова телевизия, която гледахме до ноември 2004г. – телевизия, ориентирана към по-възрастното поколение, която задоволява техните вкусове с богатата си дневна програма и ефирното си излъчване. И другата – телевизия за младата несемейна публика, обичаща шумните компании и предизвикателното поведение – вечерната Нова телевизия, която видяхме в последните два месеца на годината.

Дали Нова телевизия ще запази високия си рейтинг (който в София, вече надвишава, този на Канал 1 с 10 пункта) до голяма степен зависи от това дали през 2005 година ще успее да примири конфликта между семейните зрители, които се налага да се лишават от любимия сериал, заради ексклузивни събития от „къщата“ и младежите, които трябва да чакат да свършат новините, за да видят днешните „бисери“ на своите любимци.

Разбира се, не трябва да забравяме и че сегашните предавания от „къщата“ на Big Brother ще бъдат прекратени в началото на 2005г. и от следващите продукции на телевизията зависи дали младата публика ще продължи да я следи със същия интерес.

2. Българката стана Cosmo-момиче

Интересът към Big Brother се отрази и върху още една медия – списание Блясък, което се зае да отразява отблизо събитията в къщата и да информира читателите си за всякакви факти около участниците в шоуто. Това доведе до разширение на аудиторията му, която в последните два месеца от годината се увеличи от 2% до 4.5%. Блясък от години е най-популярното списание сред българската аудитория, която по принцип е слабо активна и рядко отделя време и средства за списания. С разширението на аудиторията си в края на годината, Блясък значително изпревари конкурентите си, чиято аудитория рядко надвишава 1-1.5%.

Най-значимото събитие за печатната аудитория през 2004 година обаче без съмнение е появата на ново за българския пазар издание, което още с първия си брой влезе в класацията на десетте най-четени списания. Cosmopolitan стартира с мащабна рекламна кампания, която, заедно със световната популярност на списанието през последните 25 години, бързо привлече вниманието на българската публика.

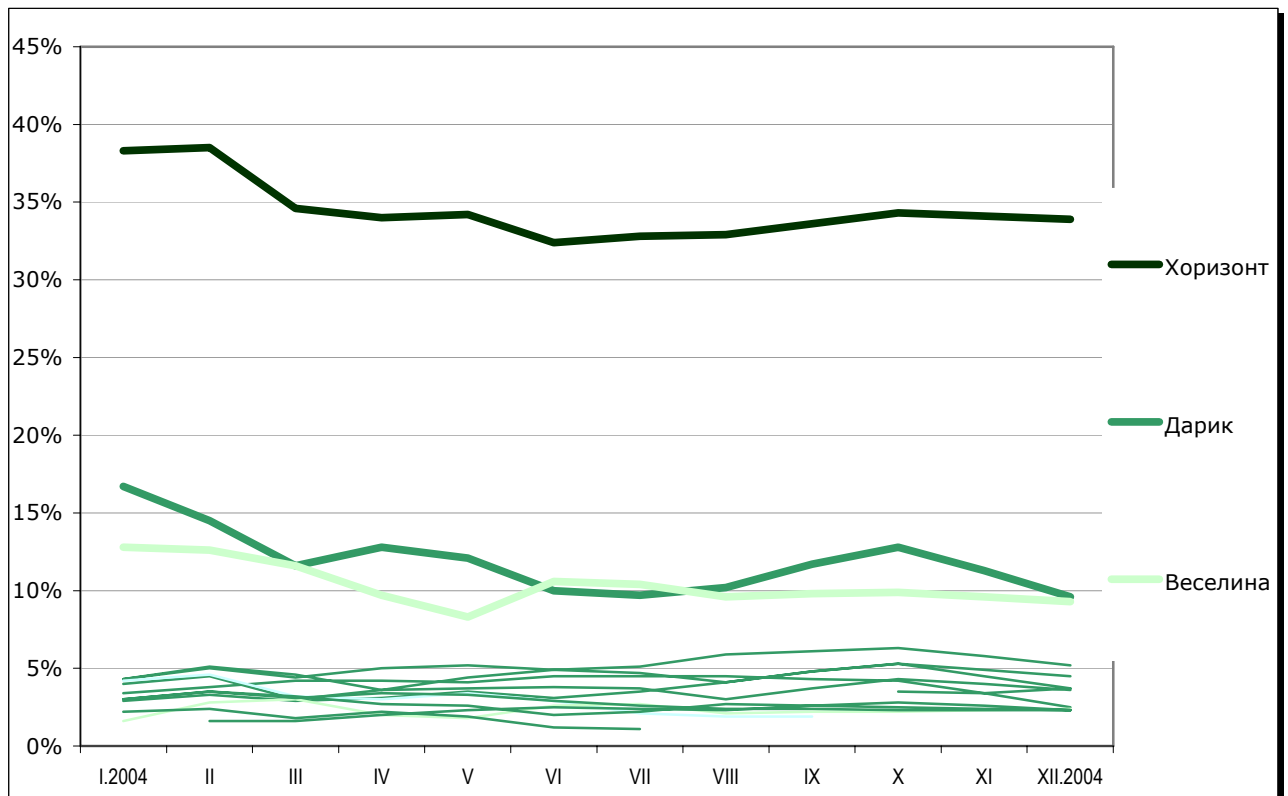
Успехът на Cosmopolitan не е изненада, тъй като Playboy вече показва, че пазарът посреща добре българските версии на популярни западни списания. Но докато Playboy беше без сериозна конкуренция сред мъжката аудитория, Cosmopolitan се изправя пред голям брой издания за жената, които от години фигурират сред най-четените списания в България. През 2005 година ще стане ясно дали на българките ще допадне да бъдат „Cosmo-момичета“, или след първоначалното любопитство към новото и известното ще загубят интерес.

3. Радио

За разлика от динамиката, която регистрираме на телевизионния и печатния пазар, до декември радиоаудиторията в национален мащаб запази нивата си от началото на годината. Абсолютен лидер по брой слушатели остава програмата на БНР – Хоризонт (35%), следван от Дарик и Веселина, които през годината си оспорваха второто място с аудитория варираща около 10%.

Въпреки появата на все повече радио-вериги в последните две години тяхната национална аудитория все още не надвишава 4-5%.

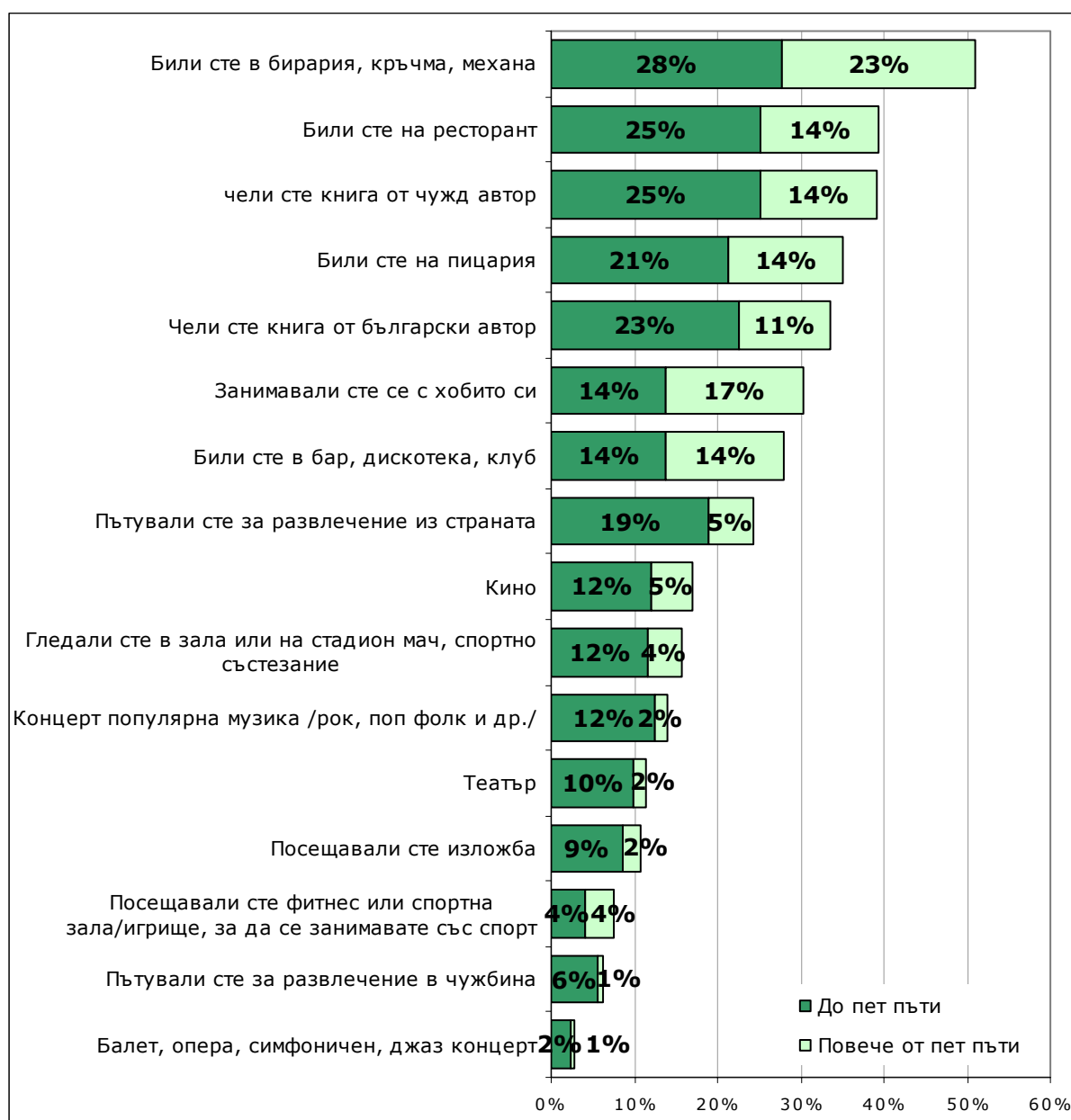
Графика 2. Аудитория на радиостанциите в страната



XIV. ЗАВЕДЕНИЯТА ОСТАВАТ НАЙ-ПОПУЛЯРНИЯ НАЧИН ЗА ПРЕКАРВАНЕ НА СВОБОДНОТО ВРЕМЕ ИЗВЪН ДОМА

Няма нищо по-приятно от свободното време – това е широко разпространено твърдение. Но когато говорим за свободното време възниква питането - как то се запълва? Защото няма нищо по-тъжно от това да имаш свободно време и да не можеш да правиш това, което искаш. Възможностите за уплътняването му са много и различни, което прави въпроса “Кои са най-предпочитаните от българина занимания за свободното време?” особено интересен.

Графика 1. Кое от следните неща сте посещавали/правили през последната година?



Най-голям е делът на онези наши сънародници, които през 2004 година могат да се похвалят, че са посещавали най-популярните места за хранене - бирарии, кръчми или механи – 51%. Над половината от тях са излизали на заведение до пет пъти за цялата година. Софиянци се открояват като най-редовните посетители. Общо две трети са се хранили навън - 38% до пет пъти, а 27% повече от пет пъти. Във възрастово отношение най-честите посетители са младежи до 30 годишна възраст. С нарастване на възрастта намаляват възможностите (обективни и субективни) да се посещават този тип заведения – половината от хората на възраст 51-60 години заявяват, че не са ходили в заведение за хранене през 2004 година, а сред най-възрастните, над 61 години, делът им достига 73%.

Следващи по честота на посещение заведения за хранене са пицариите и ресторантите. На ресторант са били 39% от анкетираните, като по-голямата част от тях са имали тази възможност не повече от пет пъти за цялата година (28% от всички анкетирани). Най-често в ресторантите са били представителите на няколко социални групи - висшистите, частните собственици и домакинствата с доход над 300 лева.

28 на сто от пълнолетните жители на страната посещават също барове, дискотеки, клубове. Сред почитателите на нощните заведения се открояват най-вече младите и особено, учащите се.

След заведенията, следващо по предпочитание занимание за свободното време, е четенето на книги. По-често се четат чужди (69%), отколкото български автори (45%). Две трети от читателите у нас са прочели до 5 книги през годината. Най-четящата публика са младите и висшистите. Интересен е и фактът, че жените четат повече от мъжете.

От изкуствата най-популярно е киното (17%). Следват концертите на популярна музика (14%), театърът и изложбите (с по 11%), а на последно място по популярност са балет, опера, симфоничния и джаз концерти с по 3%. На кино и театър ходят най-много софиянци (съответно, 32% и 25%), близо половината от младежите до 30 годишна възраст ходят на кино и 1/5 на театър. Мъжете предпочитат повече киното (19% спрямо 16% от жените), а жените повече театъра (13% спрямо 10% от мъжете).

Концерти на популярна музика са посетили най-вече жителите на областните градове (19%). Изложбите са предпочитани от софиянци и жителите на областните градове (по 17%). И за двете изкуства обаче са налице и ограничения в разпространението, което определя облика на тяхната публика в отделните типове населени места.

През 2004 година с хоби са се занимавали 30% от българите. Хобито отново е приоритет в най-голяма степен за младите поколения и учащите.

Симптоматичен за съотношението "пасивно – активно" прекарвана на свободното време е и фактът, че два пъти повече са хората, които са наблюдавали спортно състезание на живо, отколкото онези, които се занимават активно със спорт, посещавали са фитнес или спортна зала. С нарастване на възрастта намалява делът на онези, които спортуват активно или наблюдават спортни мероприятия на живо. Мъжете са по-големи почитатели на спорта – три пъти са повече мъжете от жените, които активно спортуват и гледат спортни мероприятия.

През 2004 година 24% от българите са пътували за развлечение в страната, а 6% в чужбина. С нарастване на възрастта, делът на пътуващите намалява. Най-активни са учащите (64% в страната и 15% в чужбина) и интелигенцията (55% в страната и 27% в чужбина).

Ако трябва да обобщим как българинът прекарва свободното си време, то първо, трябва да отбележим, че предпочитаната възможност за запълването му е посещение на различни заведения, и второ, сред многообразието от културни форми на преден план изпъква четенето на книги. Важна особеност в практиките за уплътняване на свободното време е открояващата се активност на младежите, учащите, хората с по-високо образование и с по-високи доходи. За съжаление активността през свободното време за повечето българи се свежда до не повече от няколко пъти годишно за различните видове занимания.

XV. ЗДРАВЕТО НА БЪЛГАРИНА – СЛАБА ПРОФИЛАКТИКА

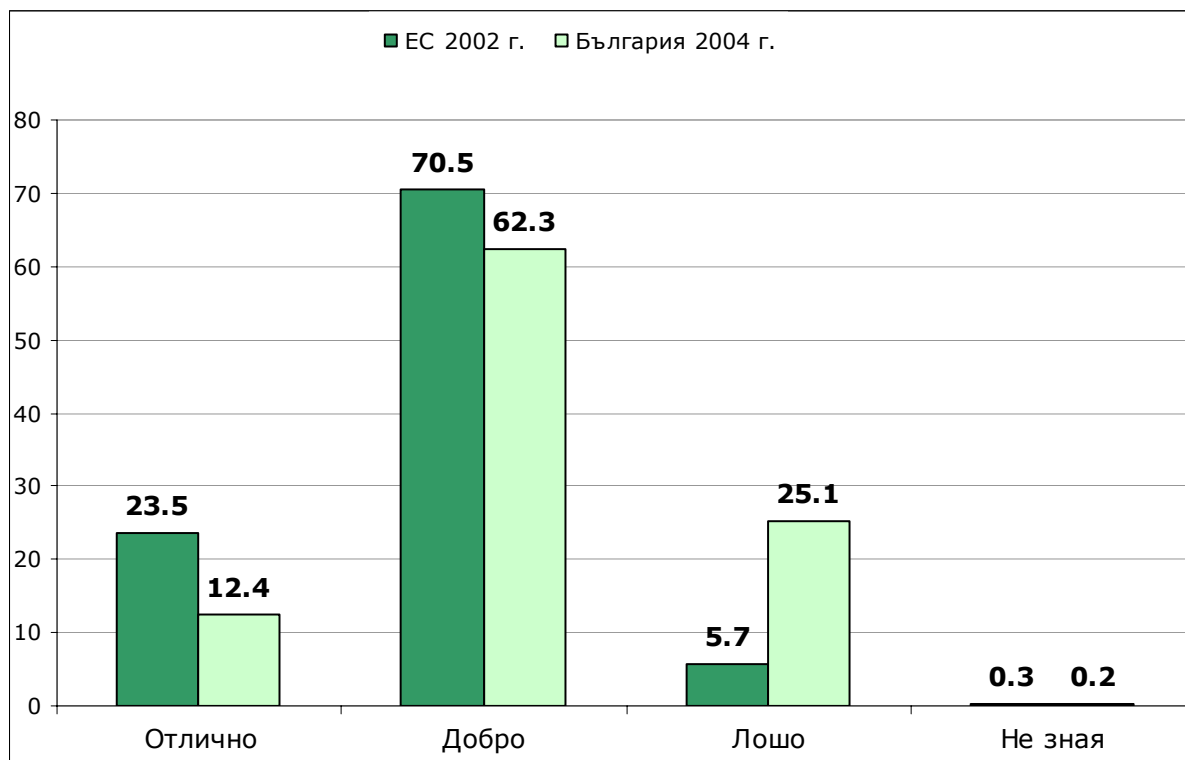
Здравето на една нация е интегрален резултат от действието на комплекс от фактори: актуалното физическо състояние на гражданите, състоянието на системата от здравни услуги и навиците на ползването ѝ, нивото на заболяемост от хронични болести, значимостта на рисковите фактори като тютюнопушене и употреба на алкохол, климатичните и географски условия и др. По-долу предлагаме анализ на резултатите от изследване на здравния статус на пълнолетните български граждани, проведено от “Алфа Рисърч” през месец декември 2004 г. В него са използвани и данни за страните членки на Европейския съюз от изследването Евробарометър, проведено в периода Октомври – Декември 2002 г. от Европейската група за изследване на общественото мнение по поръчка на Генералния директорат по здравето и защитата на потребителя към Европейската комисия.

1. Самооценка на здравето

Самооценката на здравето е изпробван и доказал надеждността си индикатор за обща оценка на здравословното състояние. Една четвърт от сънародниците ни сами оценяват своето здравословно състояние като лошо. По този показател България отстъпва значително на петнадесетте страни, членки на Евросъюза, където едва 5,7% преценяват здравето си като лошо и съответно далеч повече го считат за добро или отлично¹ (Графика 1).

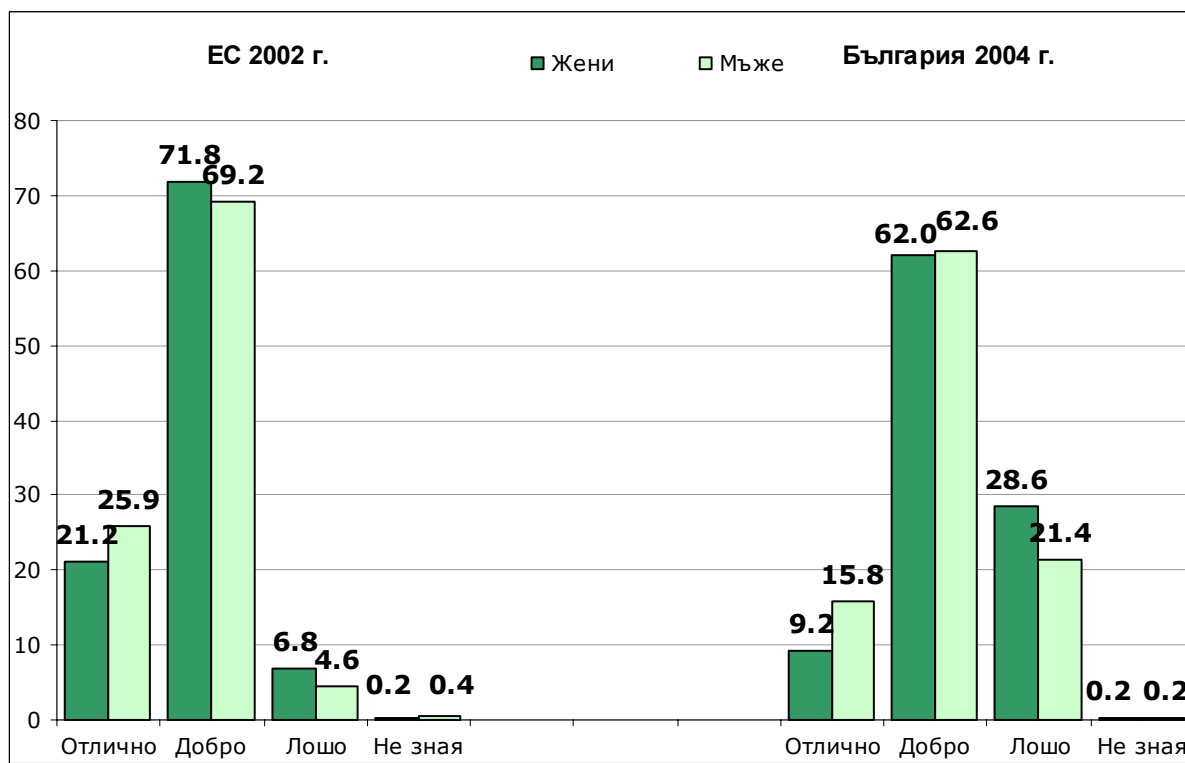
¹ * В изследването Евробарометър на въпроса “Как бихте оценили здравето си” е използвана 5-степенна вербална скала за отговор, с позиции “Много добро”, “Добро”, “Задоволително”, “Лошо”, “Много лошо”, докато в изследването на “Алфа Рисърч” е използвана 3-степенна скала - “Отлично”, “Добро”, “Лошо”. За целите на сравнението тук двете скали са приравнени по следния начин: отговор “Много добро” е приравнен към “Отлично”, стойностите за отговори “Добро” и “Задоволително” са събрани и приравнени към “Добро”, както и стойностите на отговори “Лошо” и “Много лошо” - към “Лошо”.

Графика 1: Самооценка на здравето (%)



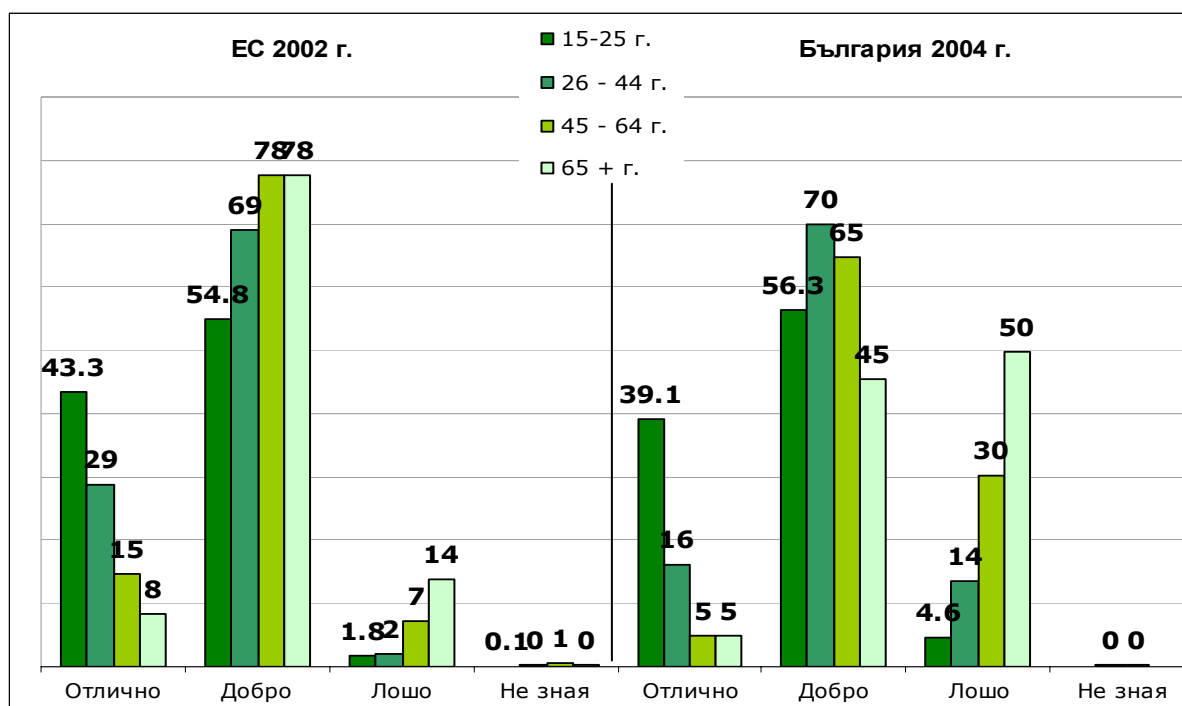
Българката и европейката възприемат здравето си като по-лошо в сравнение с това на мъжете, като в Европа самооценките на двата пола са по-близки (Графика 2).

Графика 2: Самооценка на здравето – по пол (%)



На практика почти всички млади българи и млади европейци декларират отлично или добро здраве. Негативната самооценка за здравето нараства с напредване на възрастта, като при българите това нарастване е драстично, особено в групата на най-възрастните над 65 г. – у нас 50% определят здравето си като “Лошо”, при 14% - за 15-те страни от ЕС (Графика 3).

Графика 3: Самооценка на здравето – по възраст* (%)



* Долната възрастова граница на изследваните лица в България е 18 г.

3. Физически данни

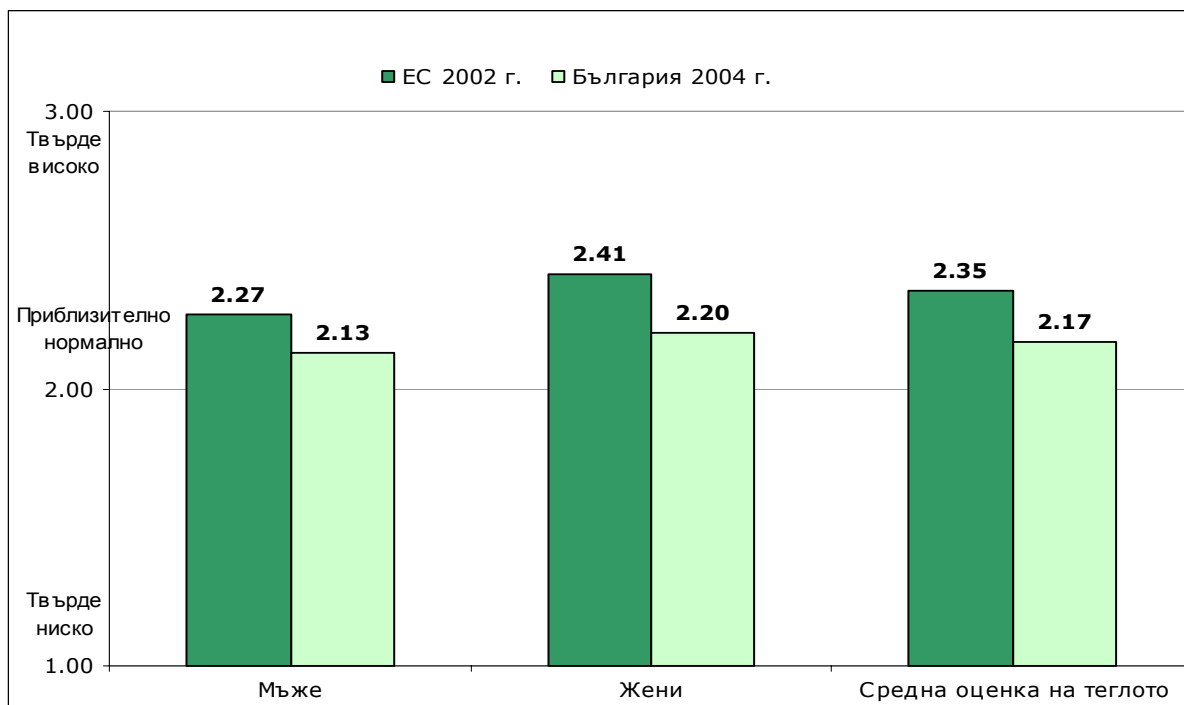
Със своите 173,52 см, средностатистическият пълнолетен български мъж е с два сантиметра по-нисък от европейца (съответно 175,68 см), но в същото време е по-тежък с близо половин килограм - 78,75 кг срещу 78,31 кг. В същото време представителката на нежната половина от българската нация е висока почти колкото европейката - 162,89 см срещу 163,54, но тежи с 0,6 кг повече - 65,99 кг към 65,36 кг.

Въпреки че тежат повече, българите са по-снизходителни при самооценката на теглото си и по-малко от тях в сравнение с европейците го определят като “високо”, за сънародниците ни килограмите им са “приблизително нормални”¹ (Графика 4). За

¹ По 3-степенна скала, където 1 означава “Твърде ниско”; 2 – “Приблизително нормално”; 3 – “Твърде високо”

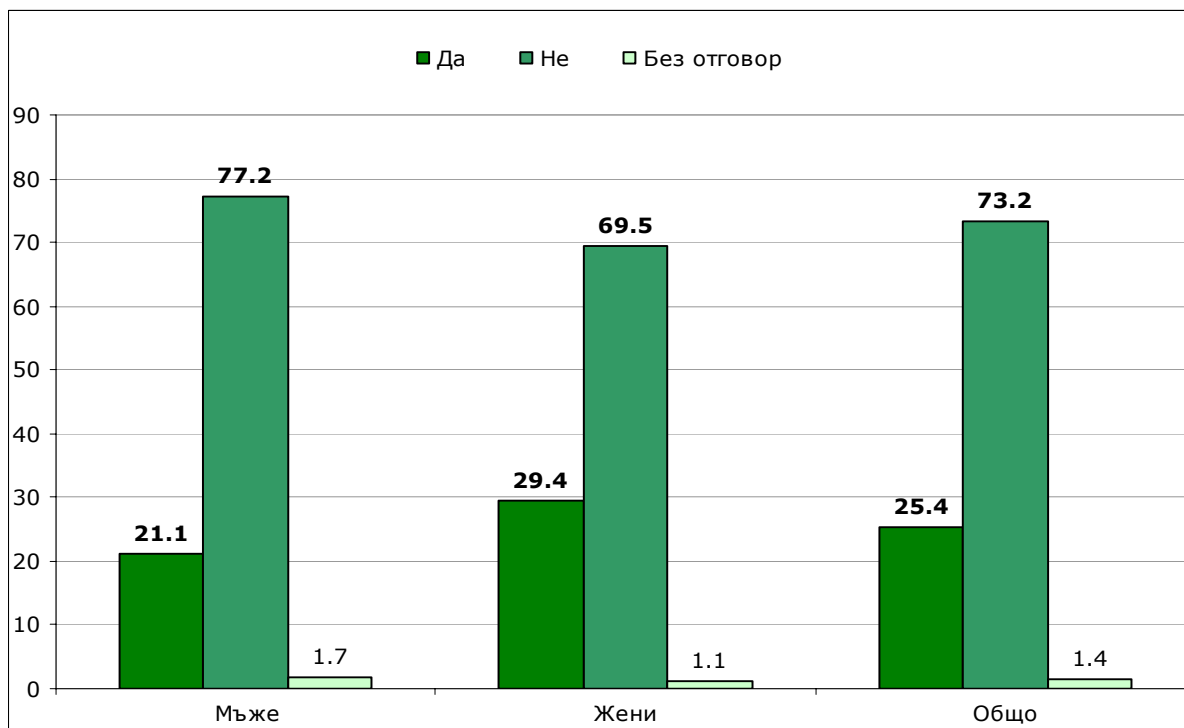
отбелязване е, че докато европейките са доста по-критични към теглото си в сравнение с мъжете, у нас почти няма разлика при мъжете и жените.

Графика 4: Самооценка на теглото (средна оценка)



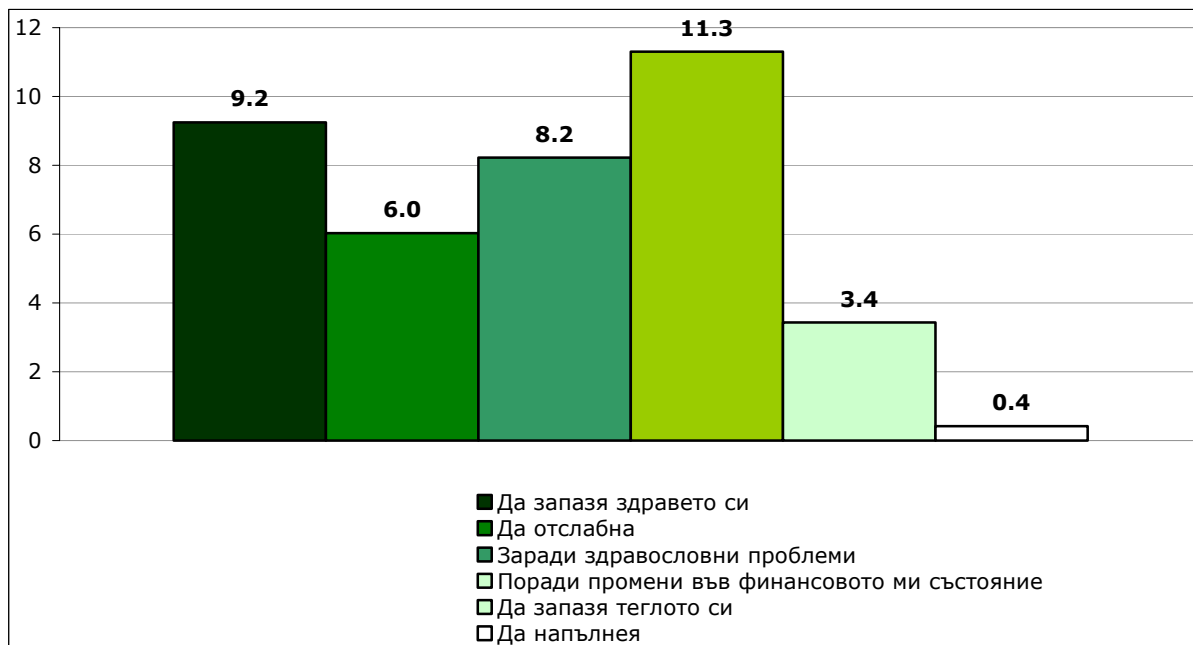
Що се отнася до навиците на хранене, $\frac{1}{4}$ от пълнолетните българи са ги променили през последната година (Графика 5), като жените са били по-активни в това отношение.

Графика 5: Промяна на начина на хранене през последната година (%)



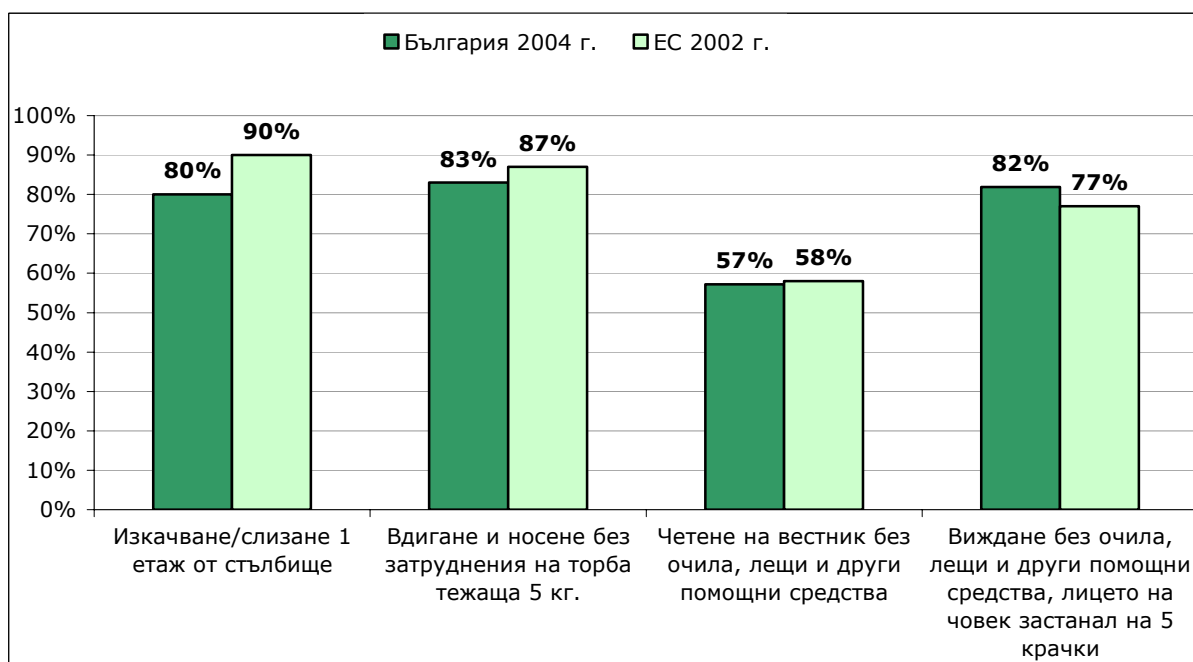
Причините за това най-често са здравословни, но промените във финансовото състояние продължават да са водещ фактор (Графика 6).

Графика 6: Причини за промяна на начина на хранене (% от всички)



Серия от обективни критерии за функционалното състояние на пълнолетните българи към края на 2004 г., сравнени с данни за страните от Европейския съюз, говорят за по-лоши физически възможности на българската нация, с изключение на зрението. (Графика 7).

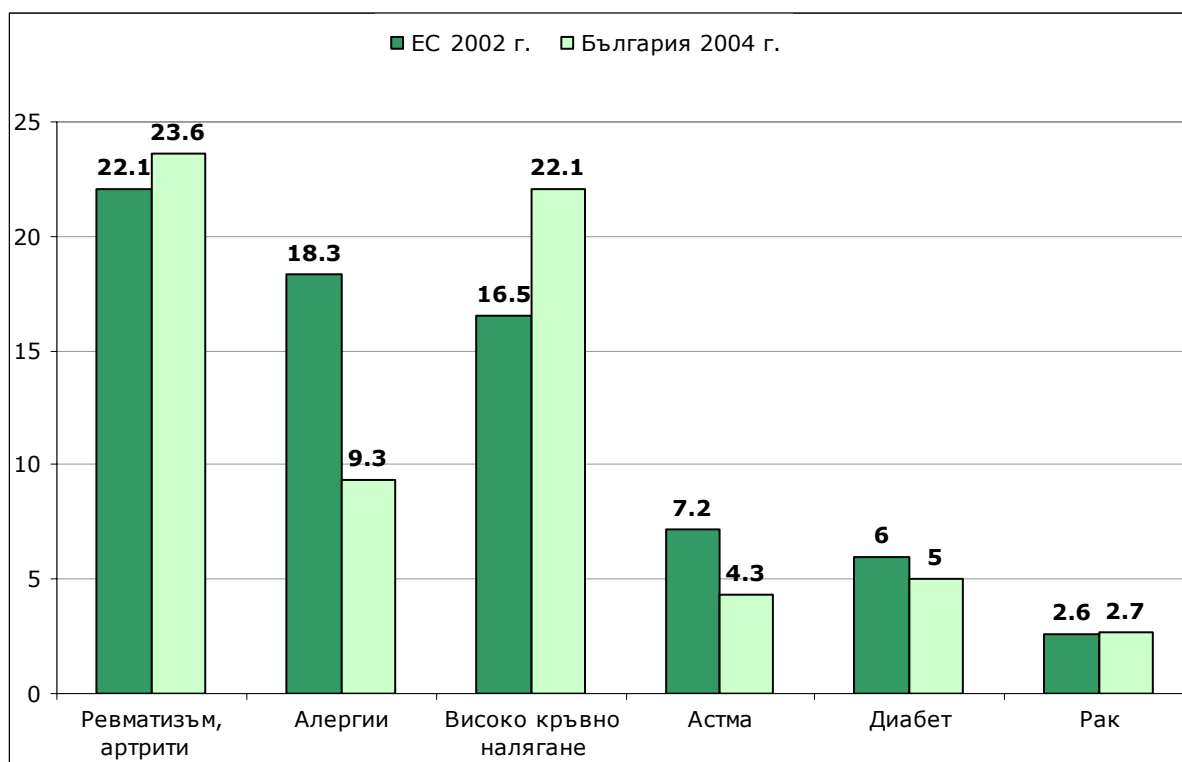
Графика 7: Функционално състояние – зрение и физически възможности



4. Болести

Хроничните заболявания, от които страдат българите, са различни от тези на европейците – алергиите и астмата са далеч по-малко разпространени у нас. За сметка на това бич за здравето на българина в много по-голяма степен е високото кръвно, ревматизма и артритите (Графика 8).

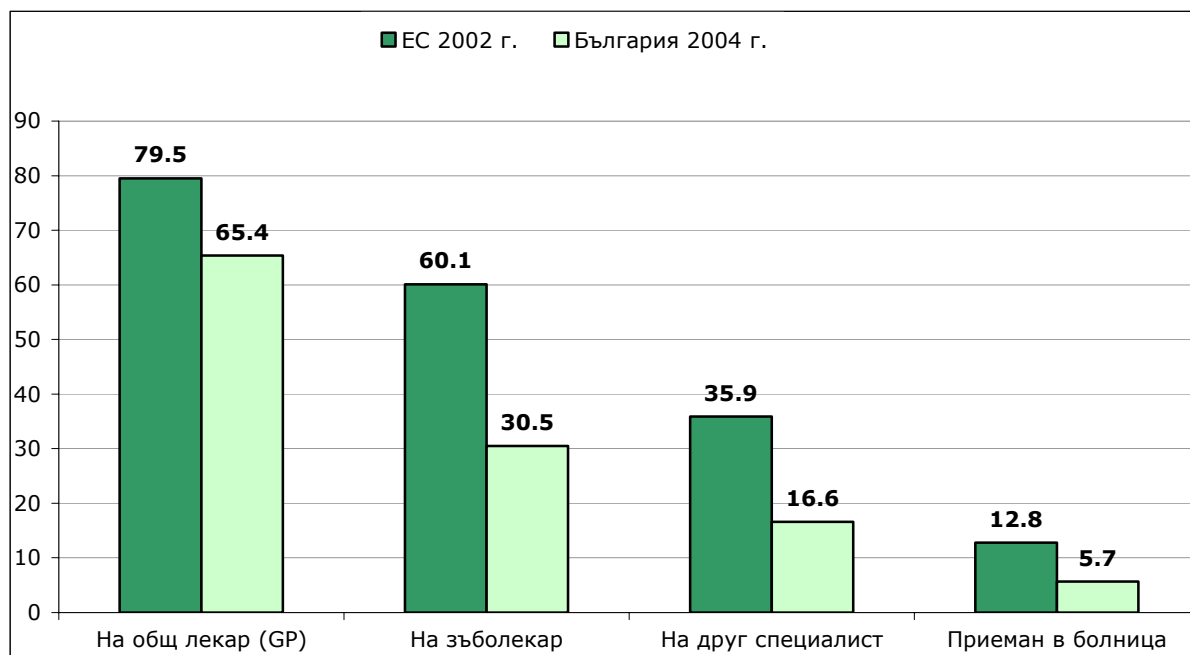
Графика 8: Хронични заболявания – дял на страдащите (%)



5. Посещение при лекар

Един непряк индикатор за състоянието на здравната система са визитите при лекар. В това отношение България значително изостава не само от средното за ЕС равнище, но и от всяка от отделните страните-членки. Показателно е, че около и над два пъти по-малко българи са посещавали зъболекар през последната година, обръщали са се към специалисти или са лежали в болница (Графика 9).

Графика 9: Посещение на лекар през последната година (%)

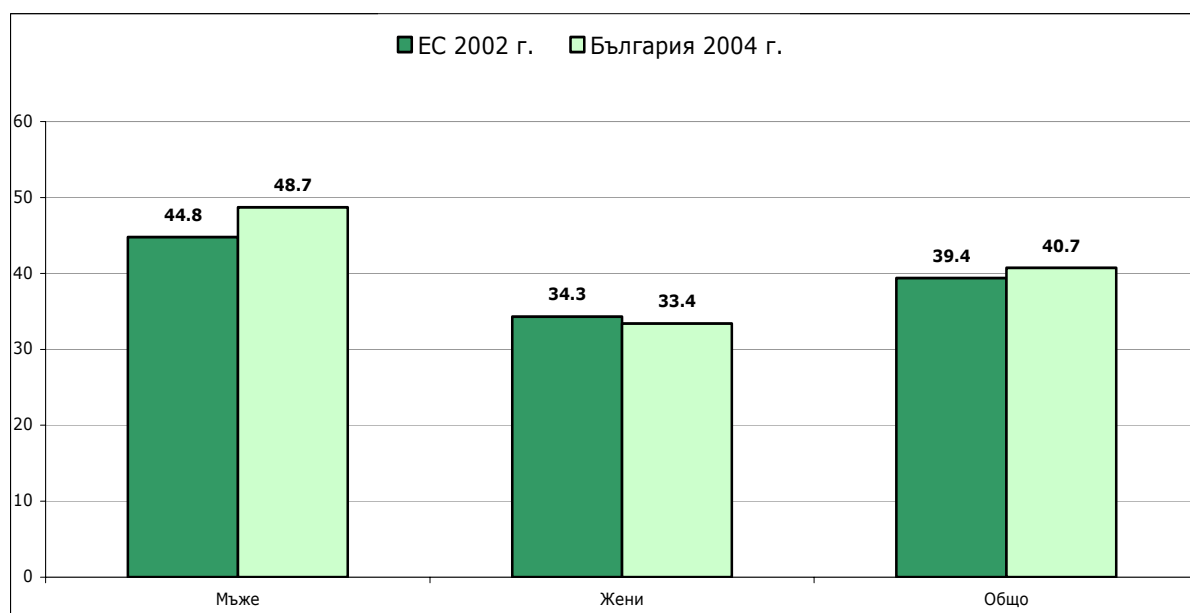


6. Пушене и употреба на алкохол

Пушенето и употребата на алкохол са сред основните рискови фактори, влияещи върху здравословното състояние.

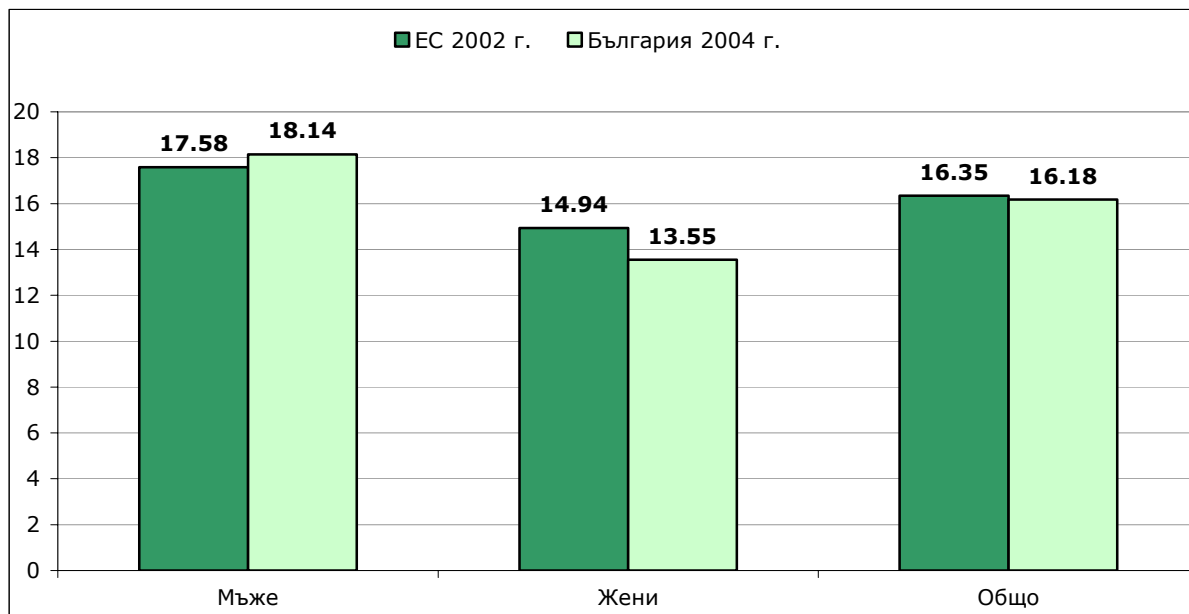
Активните пушачи в България са с два пункта повече, отколкото е средното за Европейския съюз. И в България, и в ЕС мъжете пушат повече, отколкото жените, но в България разликата е 15 пункта в полза на мъжете, докато в ЕС тя е 10 пункта. (Графика 10).

Графика 10: Активни пушачи (%)



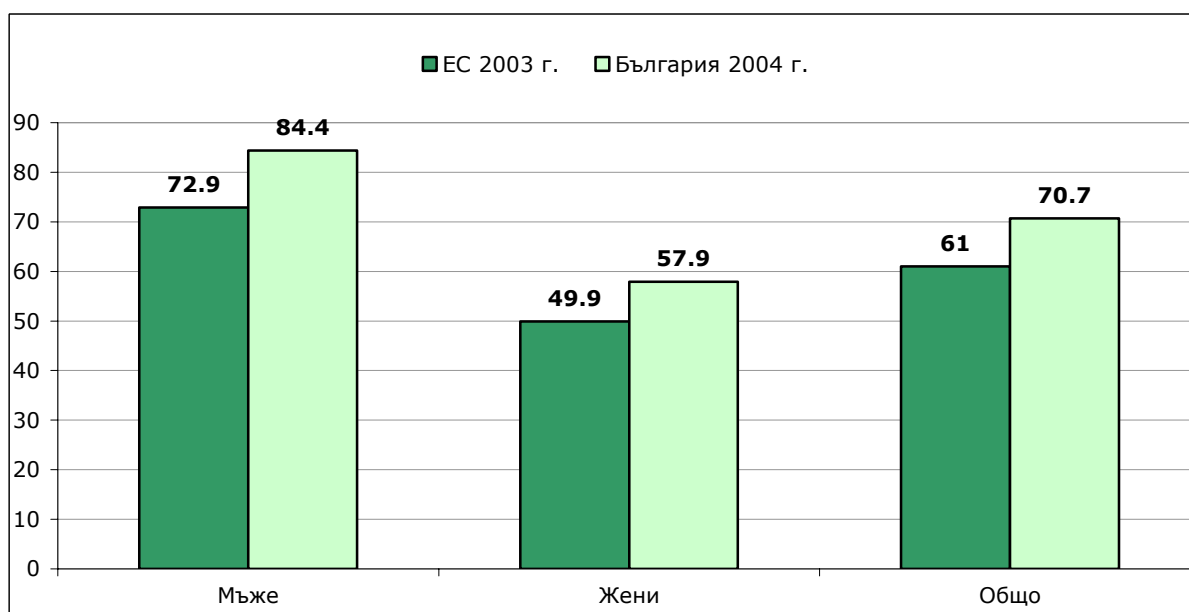
Освен, че пушат повече, мъжете у нас са и по-активни пушачи – средният брой цигари на ден, които изпушва един българин клони към една кутия. В същото време, българките са по-умерени – те пушат по 1,5 цигари на ден по-малко от европейките (Графика 11). Тревожна е тенденцията броят на пушачите да е най-голям сред най-младите (58% в групата 18 – 30 г.).

Графика 11: Среден брой цигари на ден

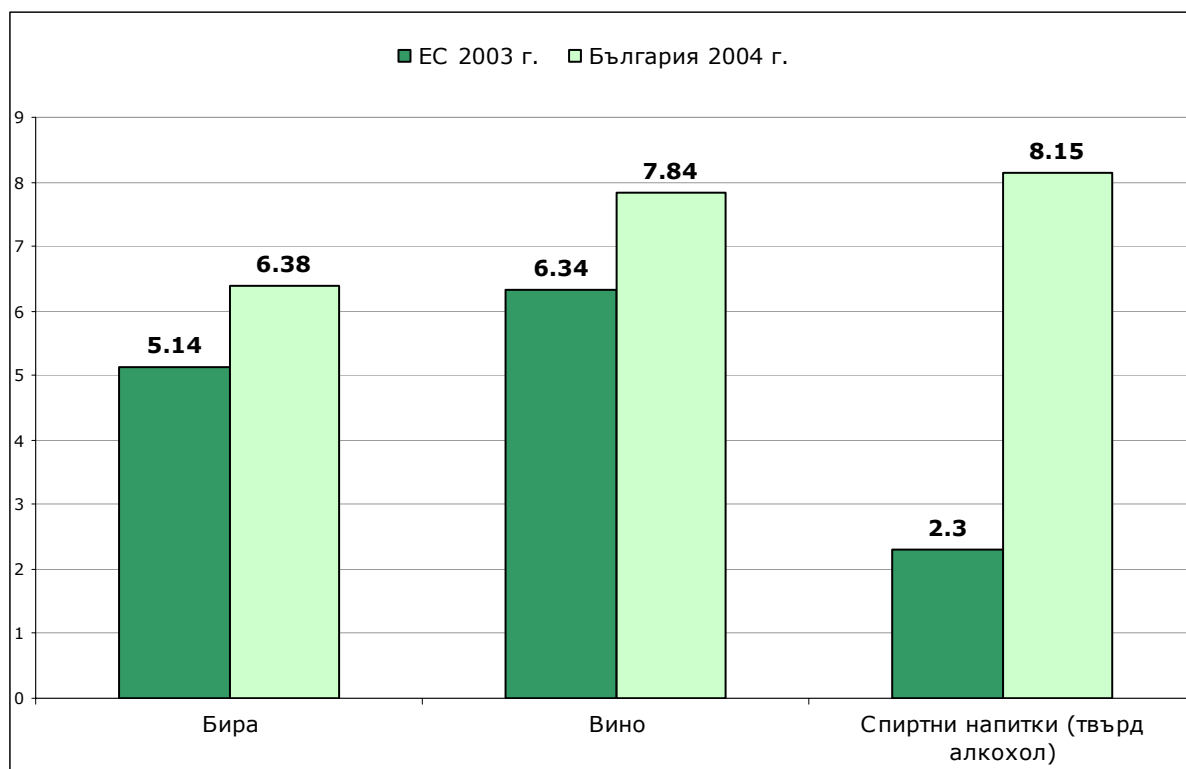


Българите, които употребяват алкохол, са повече от европейците (Графика 12). Нещо повече, те не само пият по-често от средното за ЕС бира и вино, но драматично по-често консумират твърд алкохол (близо 4 пъти повече дни месечно) (Графика 13).

Графика 12: Употреба на алкохол – дял на консуматорите през последния месец (%)



Графика 13: Среден брой дни в месеца с консумация на бира, вино и спиртни напитки



XVI. ИНТЕРЕСЪТ КЪМ СПОРТА – ПО-МАЛКО ФИЗИЧЕСКИ УСИЛИЯ, ПОВЕЧЕ МЕДИЙНА РЕАЛНОСТ

Обикновено новинарските емисии на всички телевизии завършват със спортни новини. За човек е трудно, дори и да не се интересува, да остане изцяло встрани от спортните новини, още повече, ако те са от онези, които, по думите на коментаторите, “ни карат да се чувстваме горди, че сме българи”.

Макар спортът да присъства в ежедневието на българина, се оказва, че не са много онези пълнолетни сънародници, които се докосват до него по някакъв практически начин, различен от медийната реалност.

1. Практикувани спортове

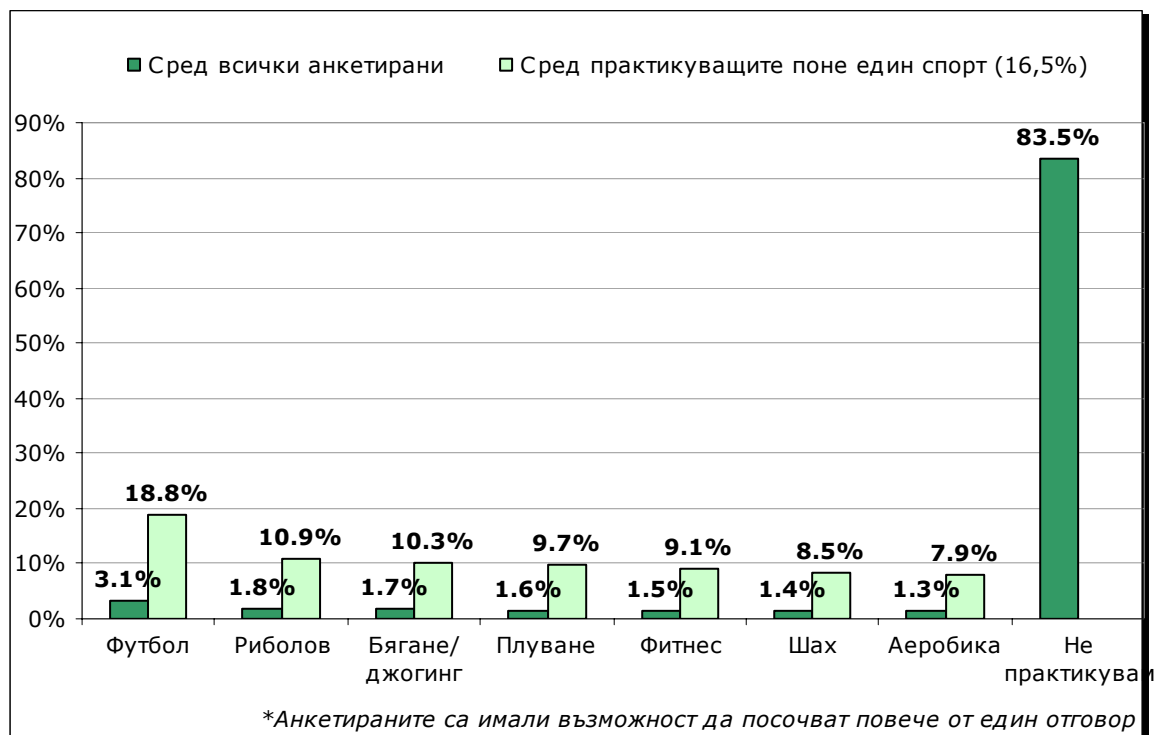
Голямото мнозинство от българите не се занимават с никакъв спорт - 83,5% от пълнолетното население.

За сравнение, по данни на Евробарометър от ноември 2004 г., 38% от жителите на 25-те страни членки на Европейския съюз упражняват някой вид спорт. Най-активни са в скандинавските страни – Финландия (75%), Швеция (72%). От 10-те нови страни членки по-активни са Малта (42%), Кипър (43%) и Словения (43%).

Сред българите, практикували поне един вид спорт през последната година, най-популярни са:

- Футбол – 18,8% от практикуващите (равнява се на 3,1% от всички пълнолетни българи);
- Риболов – 10,9% от практикуващите (равнява се на 1,8% от всички пълнолетни българи);
- Бягане (джогинг) – 10,3% от практикуващите (равнява се на 1,7% от всички пълнолетни българи).
- Следват плуване, фитнес, аеробика, шах.

Графика 1. Кои спортове сте практикували през последната година?*



Така получените данни показват интерес у пълнолетните българи към спортове, които се приемат като хоби, или са свързани с подържане на личното здраве.

Очаквано, предпочитанията към отделните спортове са в пряка зависимост от възрастта на респондентите. Така например, футболът е най-популярен сред хората на възраст между 18 и 30 години, докато риболовът е най-практикуваният спорт от 41-50 годишните. Запалени рибари е най-трудно да се открият в столицата. Хората с интерес към този спорт са предимно мъже, жители на областен или малък град.

Столичани са много по-активни, когато става въпрос за спортове, изискващи специална инфраструктура, например, плуване и фитнес, а също и в джогинга.

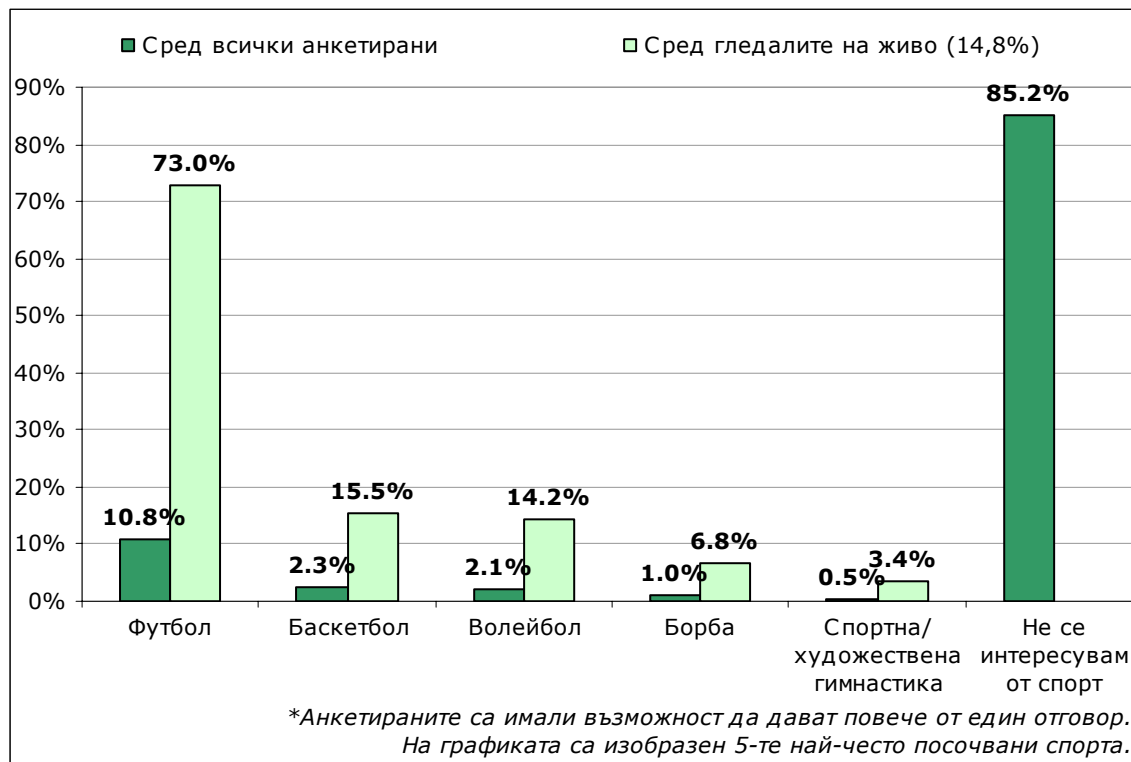
2. Посещения на спортни състезания

Като цяло българите рядко посещават спортни състезания. През изминалата година, едва 14,8% са посещавали стадион или спортна зала, за да гледат състезание на живо.

На преден план излизат колективни спортове, като отново "лидер" е футболът – 73% от гледалите състезания на живо са посетили футболен мач (10,8% сред всички

анкетирани). Далеч по-назад остават баскетбол - 16% сред посещаващите спортно събитие на живо (2,3% от цялата извадка), волейбол – 14,2% са гледали на живо (2,1% от цялата извадка).

Графика 2. Гледали ли сте на живо някой от следните спортове?*



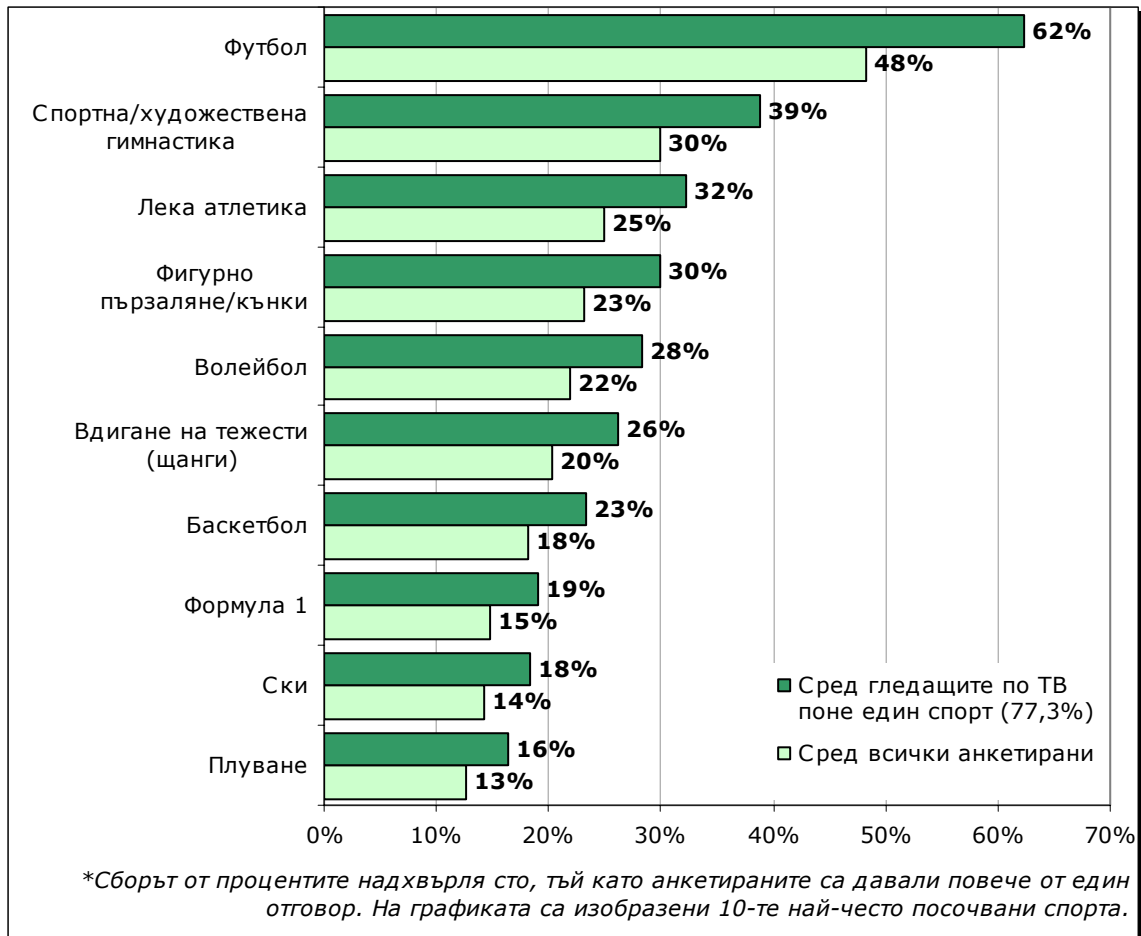
По около една десета от жителите на София, областните и малките градове са гледали на живо футбол през изминалата 2004 г. Единствено жителите на селата не са били толкова активни, което е логично с оглед липсата на съоръжения и отбори в по-горните групи на футболното първенство.

Около 4-5% от жителите на областните градове са гледали и баскетбол, и волейбол - спортове, в които отбори от страната (Варна, Бургас) са водещи и събират зрителски интерес. По отношение на тези спортове анкетираниите в столицата са демонстрирали по-ниска заинтересованост.

3. Интерес към спортни предавания по телевизията

Получените данни показват, че по-голяма част от българите предпочитат да гледат спорт по телевизията. Трябва да се отчете и фактът, че през отминалата 2004-та се проведеха Летните Олимпийски Игри, както и Европейското първенство по футбол, които са повишили значително нивото на гледаемост на спортни състезания.

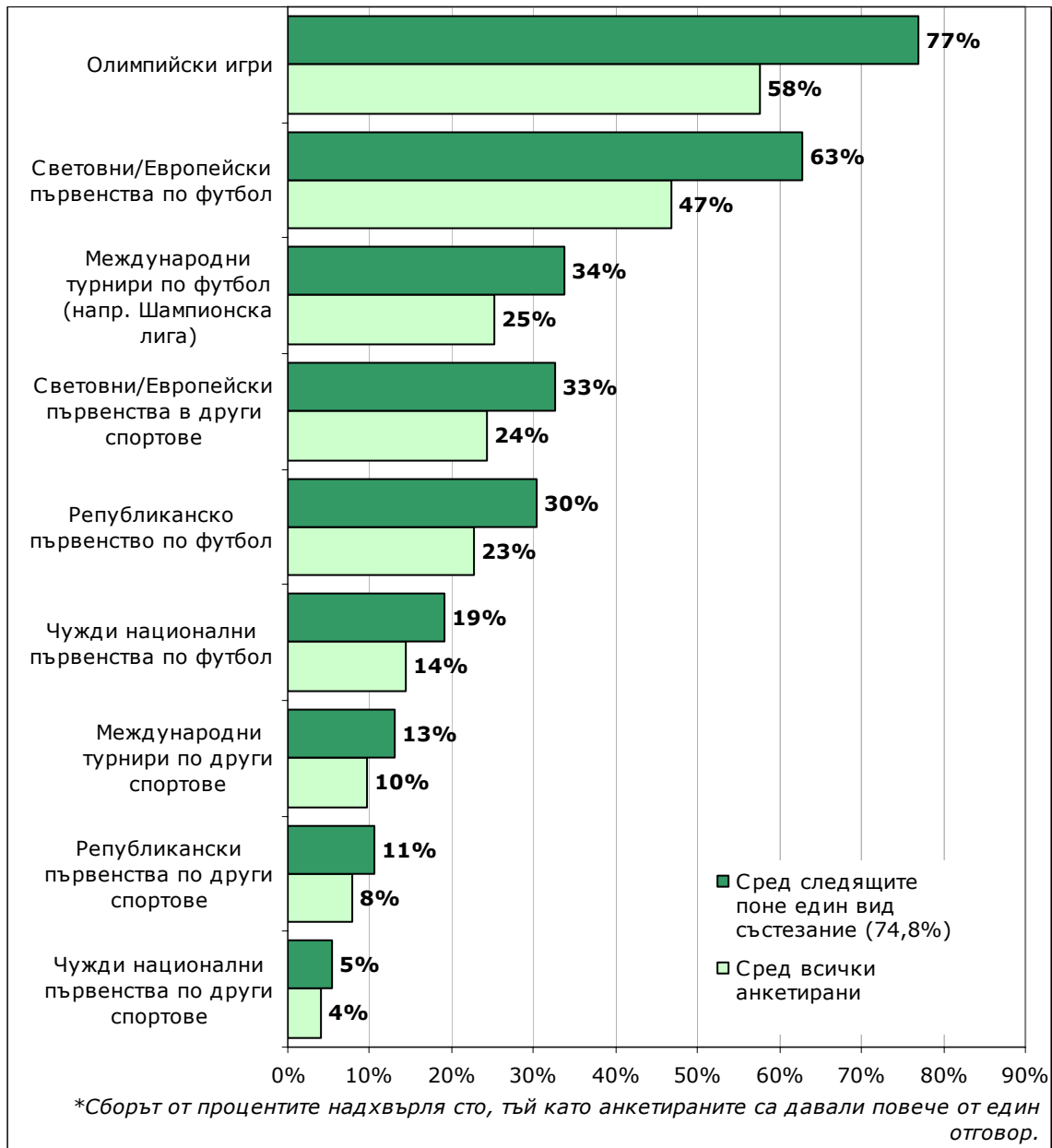
Графика 3. Най-следените чрез телевизионни предавания спортове*



4. Интерес към видове спортни състезания

Спортните събития, привлекли най-голям интерес през 2004 година, са Олимпийските игри и световните и европейски първенства по футбол за национални отбори – около половината от всички анкетирани.

Графика 4. Кои видове състезания следите?*



Прави впечатление, че първенството по футбол на България, въпреки всички скандали, набира по-високо ниво на интерес в сравнение с първенствата по футбол на други страни.

5. Футболни пристрастия

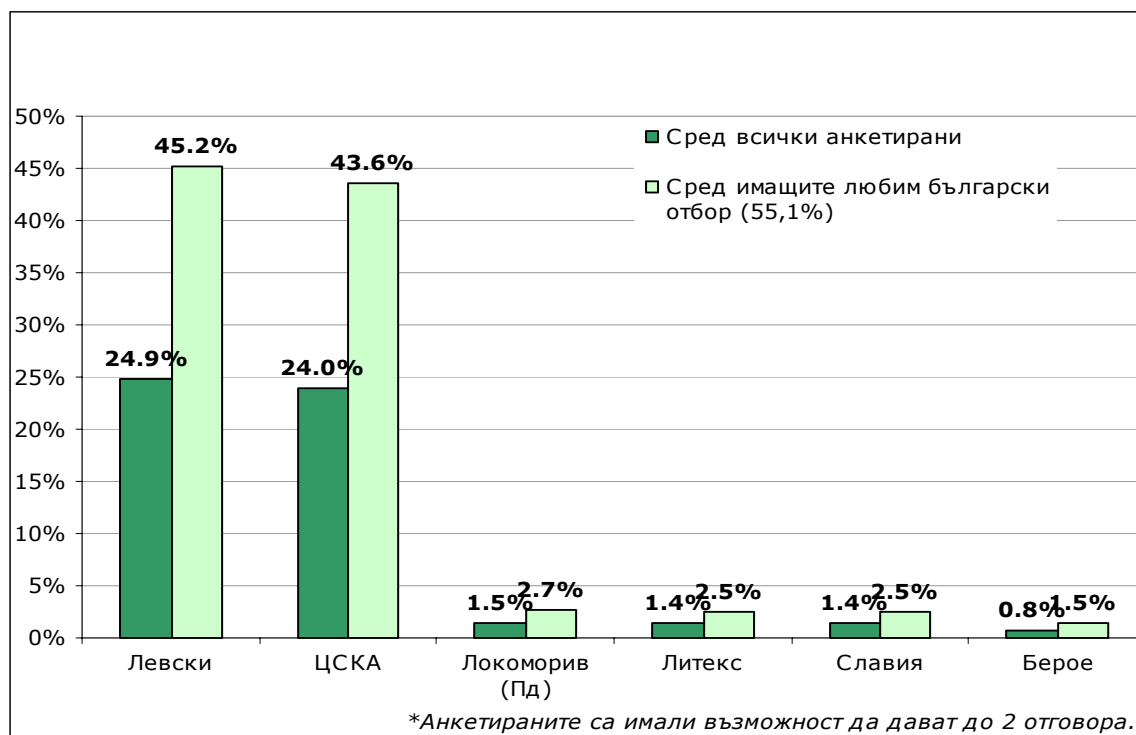
Констатацията, че българският футбол събира по-голям интерес, се подкрепя и от факта, че много по-често любими отбори са българските, а не чуждестранните.

Над половината от всички пълнолетни българи (55,1%) са привърженици на някой от родните клубове. Близо два пъти по-малко са анкетираните, които симпатизират и на чужд отбор - 29%.

По около една четвърт от всички анкетирани симпатизират на някой от най-популярните български отбори – Левски или ЦСКА. Феновете на тези два отбора формират най-голямата група привърженици. Близо 90% от онези, които симпатизират на български футболен отбор, са с пристрастия към един от двата.

Следващите три отбора, които, обаче, имат значително по-малко фенове, са Локомотив Пловдив, Литекс и Славия между 1,4% - 1,5% от всички анкетирани.

Графика 5. На кой български футболен отбор сте привърженик?*



Най-популярният чуждестранен отбор сред пълнолетните българи е Барселона – 7,5% от всички анкетирани (или 25,9% от онези, които имат любим чужд отбор). Следващите пет отбора, формиращи челната шестица, са: Реал Мадрид, Милан, Манчестър Юнайтед, Ливърпул и Ювентус.

Над изданието работиха:

Боряна Димитрова

Станислав Стоянов

Геновева Петрова

Радостина Ангелова

Стоян Михайлов

Ана Томова

Павел Вълчев

Владимир Тодоров