

ОБЩЕСТВЕННОТО МНЕНИЕ

2008

ОБЩЕСТВЕНОТО МНЕНИЕ
АЛФА РИСЪРЧ
2008



СЪДЪРЖАНИЕ

ПРЕДГОВОР	5
ТРУДНА 2009 ГОДИНА.....	7
ЕВРОПА – ПО-БЛИЗО ДО БЪЛГАРИТЕ, БЪЛГАРИЯ – ПО-ДАЛЕЧ ОТ ЕВРОПА	10
Базисни нагласи в отношението към ЕС.....	10
Ефекти от членството	12
Критиките от Брюксел и проявите на евроскептицизма.....	14
Промените в личен план	15
Одобрение за европейски инициативи	16
Интерес към функционирането на ЕС и предстоящите евроизбори..	18
ОБЩЕСТВЕНОТО НЕДОВЕРИЕ В ДЪРЖАВНИТЕ ИНСТИТУЦИИ – РЕАКЦИЯ НА МОДЕЛА „ИМИТАЦИЯ НА ПРАВИЛАТА“	21
Институциите на централната власт: съмнения за корупция и конфликт на интереси	21
Силовите институции: усещане за всеобща несигурност	24
Съдебните институции: в служба на властта	25
НЕЯСНИ ПЕРСПЕКТИВИ ПРЕД ПАРТИИТЕ В НАВЕЧЕРИЕТО НА ИЗБОРНАТА 2009	27
Разнородна социална база – непрогнозируемо електорално поведение	27
Консистентна социална база - предизвикателство за разширяване на подкрепата	32
Гарантираният електорален потенциал	34
Ерозия в подкрепата за управляващите, колебание в потенциала на опозицията	37
ИКОНОМИЧЕСКА СРЕДА И ФИНАНСОВО ПОТРЕБЛЕНИЕ	40
Тенденции в икономическото състояние на страната и домакинствата	40
Оценка за икономическото състояние на страната.....	40
Оценка за финансовото състояние на домакинствата.....	41
Очаквания за промяна на икономическата ситуация.....	42
Банки във време на криза	45
Доверие към БНБ.....	45
Доверие към търговските банки.....	46
Финансово потребление	47
Индекс на потребителско поведение	51
Ръст на песимистичните очаквания	51
Начален спад в потребителското поведение.....	52

ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ И ИНТЕРНЕТ	54
Мобилни телекомуникации	54
Интернет потребление	56
Профил на потребителите	56
Навици на потребителите	58
АВТОМОБИЛЕН ПАРК, ШОФЬОРИ И КУЛТУРА НА ДВИЖЕНИЕ ПО ПЪТИЩАТА	62
Автомобилен парк	62
Шофьори и култура на движение по пътищата	63
БЪЛГАРИТЕ: ПЪРВИ ПО ЧУВСТВИТЕЛНОСТ И ПОСЛЕДНИ ПО АНГАЖИРАНост КЪМ ОКОЛНАТА СРЕДА.....	65
РЕЛИГИЯТА В СЪВРЕМЕННИЯ ЖИВОТ НА БЪЛГАРИТЕ.....	73
Религиозното самоопределяне на българите	73
Обществена оценка за влиянието на религиите в България	74
Религиозни практики и ритуализации	77
Религиозна толерантност	80
ПАЗАРЪТ НА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ – ЛЕК СПАД НА НАЦИОНАЛНИТЕ КАНАЛИ И ОТЛИВ НА МЛАДЕЖКА АУДИТОРИЯ	82
Развитие на телевизионния пазар	82
Развитие на радио пазара	88
ВСЕКИДНЕВИЕТО НА БЪЛГАРИТЕ	91
Развлеченията и свободното време	91
Храната и напитките.....	92
Семейството.....	92
Грижите за дома	93
Взаимоотношенията между половете.....	94
Грижата за тялото	94
Мечтите	94

ПРЕДГОВОР

Седмото годишно издание на Алфа Рисърч "Общественото мнение" представя обобщена картина на значимите обществени явления, политически процеси и тенденции в икономическото развитие през 2008 година.

Както и преди, „Общественото мнение 2008“ събира резултатите от собствените проучвания на Социологическа агенция Алфа Рисърч и от политическия мониторинг за вестниците Капитал и Дневник.

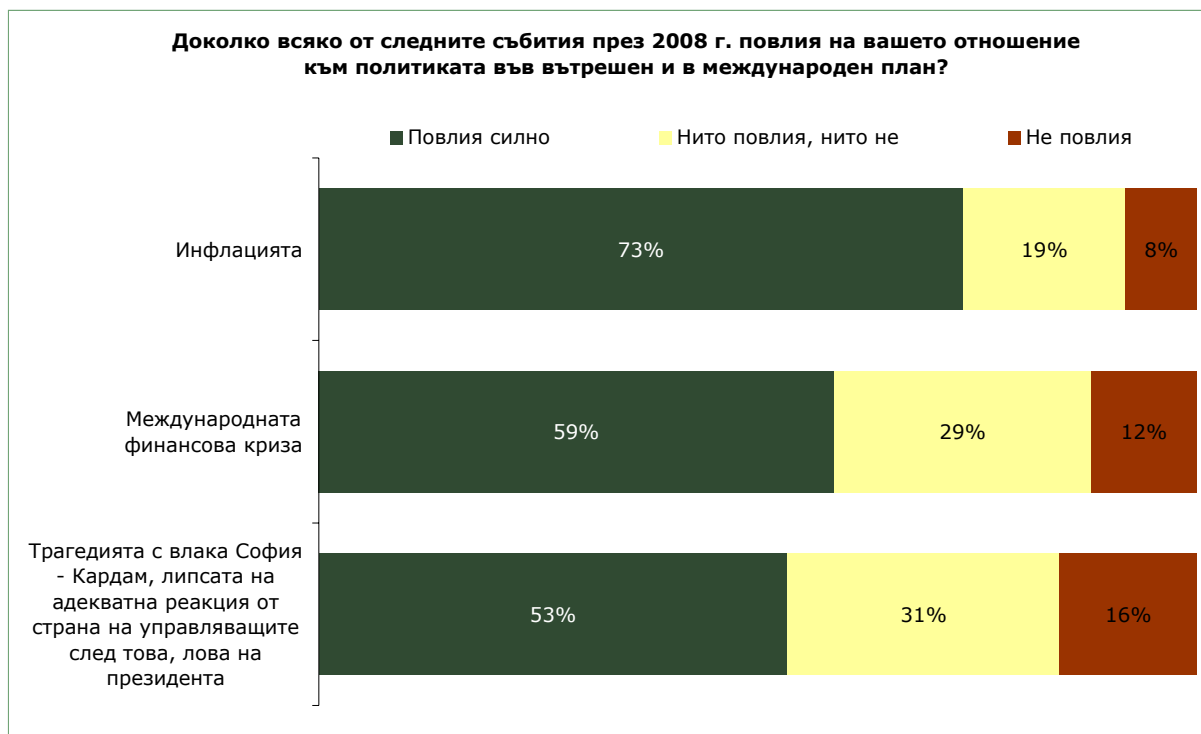
В продължение на шест години изданието излизаше в печатен вариант. През целия период от живота си на хартия то бе съпътствано от постоянен интерес и желание за използване на материалите в различни журналистически, социологически, икономически и политологически анализи. За улеснение на потребителите „Общественото мнение 2008“ за първи път излиза в електронен формат. Надяваме се това да подпомогне всички заинтересовани изследователи, анализатори и коментатори в собствената им интерпретация на събитията.

Нови резултати от текущите изследвания на Социологическа агенция Алфа Рисърч през 2009г. можете да намерите на сайта на агенцията – www.aresearch.org.

ТРУДНА 2009 ГОДИНА

Класацията за събитие на 2008 подсказва за значими обществени напрежения, които ще се пренесат и в 2009

За първи път от няколко години насам оценката за отминаващата година не е белязана от трагично събитие, или показни убийства. И не защото такива липсват, или България е станала по-уредено и сигурно място за живеене. А защото обществените вълнения (по-удачно би било да ги наречем страхове) са концентрирани в друга посока – към рекордната за последните няколко години инфлация и към международната финансова криза, която още в края на 2008 започна да се усеща в българското общество.



Едва на трето място идва пожара във влака София – Кардам. Дори и това събитие обаче не остава само в полето на човешките трагедии, а е пречупено през призмата на неадекватните реакции на управляващите в онзи момент. Следващите места в класацията, определяща отношението на българина към политиката във вътрешен и в международен план, заемат три събития изцяло свързани с неадекватното поведение и несвършената работа на управляващите.

И трите имат почти еднаква значимост за общественото мнение. Първото е свързано със скандалите за корупция и злоупотреби в управлението, с разкритията за връзки

на властта с организираната престъпност. На второ място са критиките на ЕК към страната и спирането на парите по предприсъединителните програми. И непосредствено след това, съвсем логично идват протестите на различни професионални и социални групи, с каквито годината изобилстваше.

Точно тези три събития доминираха обществените настроения през 2008 и определиха посоката на тяхната промяна през втората половина на годината. Именно те доведоха до спад в рейтинга на поредица от министри, директно свързвани от общественото мнение с проблемите в усвояването на еврофондовете (на финансите, регионалния, транспортния, на икономиката и енергетиката).



Обществените тревоги във връзка с икономическата криза, идващите отвън негативни оценки, съчетани с изобилието от информация за злоупотреби, ескалират недоволството и напрежението в различни социални групи. И новата година може да се окаже кълбо от политически емоции.

Самото подреждане на най-значимите събития за 2008 година подсказва подобен развой. Първо – приоритетите за общественото мнение, съсредоточени около икономическата проблематика. Към тях може да се добави още един щрих: ако инфлацията още от края на 2007 е проблем за повечето социални групи в страната, то международната финансова криза все още представлява значим проблем предимно за активните прослойки, жителите на столицата и областните центрове, т.е. тя тепърва предстои да „зарази“ и малките населени места. На второ място – силно впечатление прави фактът, че външнополитическите събития (с изключение на финансовата криза) остават извън ползрението на българина, което ясно

показва свръхангажираността му с политическите и икономически събития в страната. Не само обявяването на независимостта на Косово или войната в Грузия, но дори избирането на Барак Обама за президент на САЩ (натоварено иначе с огромни очаквания за промяна в международната политика) остават назад в класацията. И на трето, но не по значение място – очевиден знак, че трупаното напрежение съвсем не е освободено, е изтласкването на заден план на две значими вътрешнополитически събития, които би следвало да са допринесли за подобно „разтоварване“ на напрежение. Първото са промените в кабинета и най-вече трудната оставка на ключов член на правителството, какъвто бе Румен Петков – едва 18% са впечатлени от нея. И второто - подписката на опозицията (СДС, ОДС, ГЕРБ) за “уволнение на правителството”, е посочена като важен факт едва от една пета от интервюираните българи.



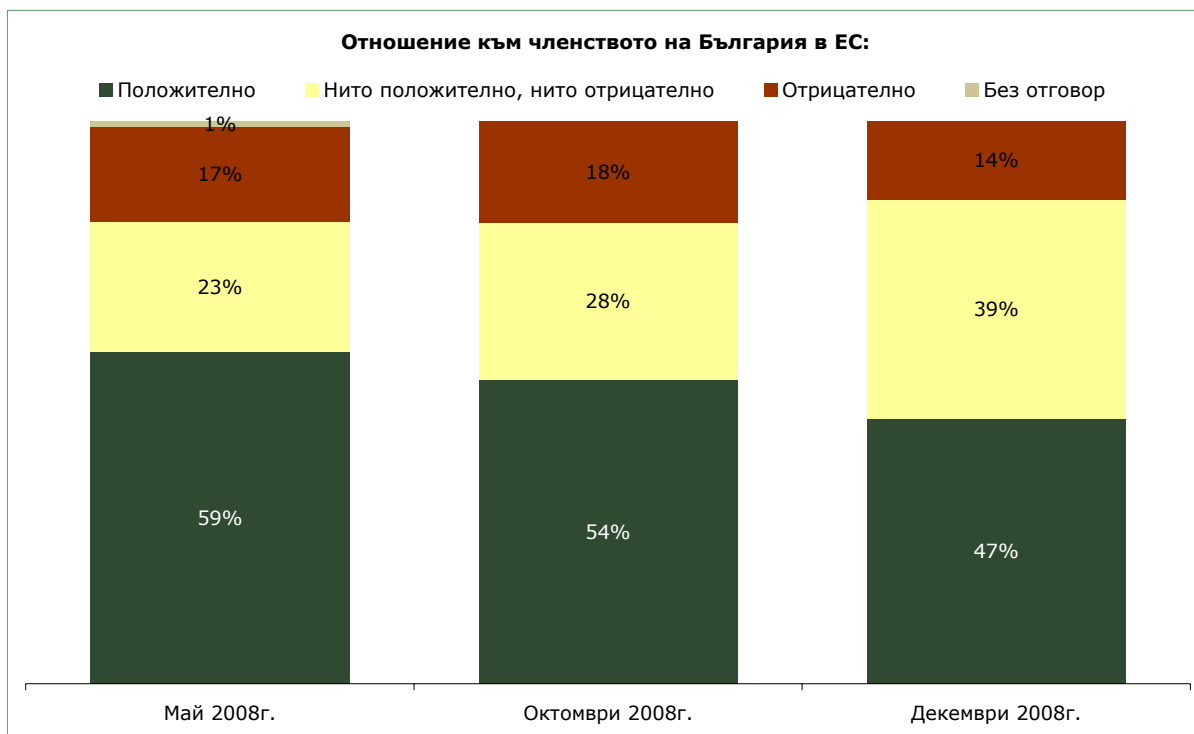
Така цялата подредба на събитията от отиващата си година подсказва, че е налице взривоопасна смес от напрежения и страхове, които ще направят изборната 2009 година особено трудна за тройната коалиция.

ЕВРОПА – ПО-БЛИЗО ДО БЪЛГАРИТЕ, БЪЛГАРИЯ – ПО-ДАЛЕЧ ОТ ЕВРОПА

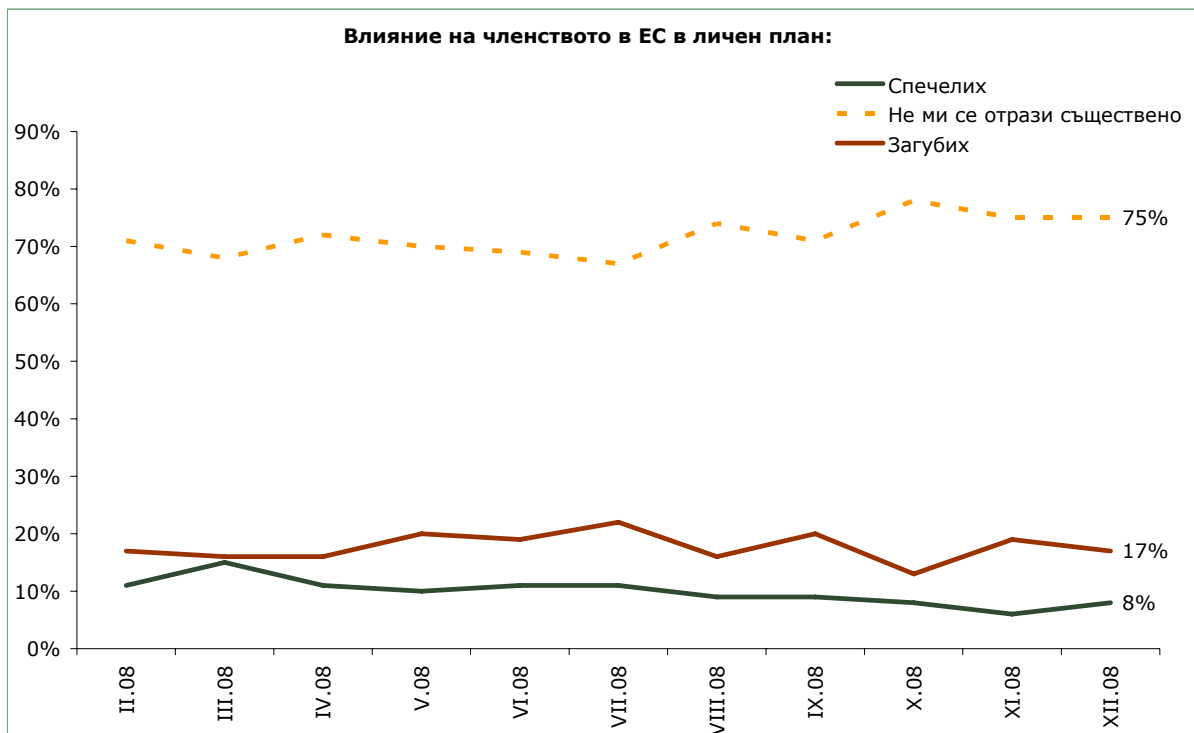
2008, втората година от членството на България в Европейския съюз, мина под знака на корупционните скандали при усвояването на еврофондовете, негативните доклади на Европейската комисия и спирането на част от евросредствата. Общата критична атмосфера в публичното пространство определи посоката на обществените настроения, характеризиращи се със спад на доверието към правителството, съмнение в прозрачността и ефективността при разпределението на средства по еврофондовете, одобрение към наложените от Брюксел изисквания за строга финансова дисциплина и контрол. Същевременно, преобладаващата част от анкетираните продължават да не виждат видим позитивен ефект за себе си от членството на България в ЕС, като особено силни са критиките по отношение на промените, или по-точно, липсата на промени вътре в страната. Така, наслагването на няколко различни по тип и насоченост нагласи в общественото мнение – очаквания и скептицизъм, разширяващи се възможности и постоянстващи ограничения, доверие навън и разочарование вътре, определя едно по-многопластово и диференцирано отношение на хората към българската евроинтеграция, характеризиращо се с динамичност и потенциал за по-ясно обособяване на европоддръжници и евроскептици с всички произтичащи от това последствия.

Базисни нагласи в отношението към ЕС

И през втората година от членството, цялостната подкрепа за европейската интеграция на страната ни остава сравнително висока. 47% от анкетираните са положително настроени, 14% са против членството. От средата на 2008 обаче се наблюдава известен спад в категоричната подкрепа, за сметка на едно по-неутрално и дистанцирано отношение.



Най-сериозен е този спад сред жителите на малките градове и селата, пенсионерите, хората с ниско образование и доходи. Специално трябва да се отбележи нарастването на негативните настроения сред земеделските стопани, които се очертават като най-големите евроскептици към настоящия момент.



Преобладаващата част от българите (около три четвърти) са на мнение, че до момента членството в ЕС не е оказало съществено влияние върху живота им. Но докато през 2007 година отсъствието на преки видими ефекти все още не беше повод за скептицизъм, то през 2008 разочарованието от липсата на резултати се усилва. А успоредно с него нараства и скептицизмът. 28 на сто твърдят, че в края на 2008г. в страната се забелязват подобрения, за 33% промяна няма, а според 38% е налице дори влошаване.

Още по-категорични са обобщаващите оценки в отговор на въпроса *“Допринесе ли членството в ЕС за подобряване на ситуацията в страната?”* 10 на сто, основно жители на големите градски центрове, с висока квалификация и с по-високи доходи, са на мнение, че членството е допринесло за позитивни промени. Мнението на останалите се разделя на две равни части – според 45% то е допринесло само в известна степен, а според други 45% - изобщо не е допринесло за подобряване на живота в страната.

Тук отново се наблюдава тенденцията хората, които по-често пътуват, работят, или учат в чужбина, и поради това - оценяват шансовете си за мобилност като по-големи, да смятат, че позитивни промени все пак са налице. Обратното, най-уседналите - нискодоходните и нискостатусните групи, възрастните и живущите на село, са най-критични към резултатите от еврочленството върху ежедневието на българите.

Ефекти от членството

Поляризацията в социалните групи за ефектите от интеграцията и най-вече, общественото недоволство от начина, по който се изразходват евросредствата, крие един съществен риск – еврочленството да започне да се възприема като приватизирано от политици и съмнителни кръгове за лична употреба и облага. 52% от хората са на мнение, че засега от интеграцията най-много печелят политиците, а според 40% - мошениците и корумпираните. Наред с този негативен образ, общественото мнение отчита нарасналите шансове и на някои други групи, които обаче остават по-назад в класацията. За 38.5% от европейското членство печелят младите, за 23% - добре квалифицираните работници и служители, за 21% - бизнеса. На последно място в тази йерархия са поставени фермерите (4%). Имайки предвид разминаването между очаквания и реални ползи за тази социална група, можем да си обясним и силното разпространение на евроскептичните настроения сред нея.



Като цяло ефектите от членството върху отделните обществени сфери вътре в страната се оценяват като все още твърде скромни. 81% не виждат подобрене в работата на съдебната система, 76% - в борбата с корупцията. Според 74% еврочленството не е подпомогнало развитието на селското стопанство, според 73% - борбата срещу престъпността, за 72% - няма подобрене в инфраструктурата. Преди две години, едни от най-силните обществени очаквания бяха България да придобие европейски облик, а социално-икономическата среда да започне да се променя по правилата, стандартите и моделите на европейските страни. Две години по-късно, основните позитиви от членството общественото мнение вижда в отварянето ни към Европа – осигуряване на повече възможности за пътуване (77%), по-добри шансове за работа в чужбина (72%) и по-големи възможности за обучение в европейски университети (70%), но не и в промени вътре в страната.

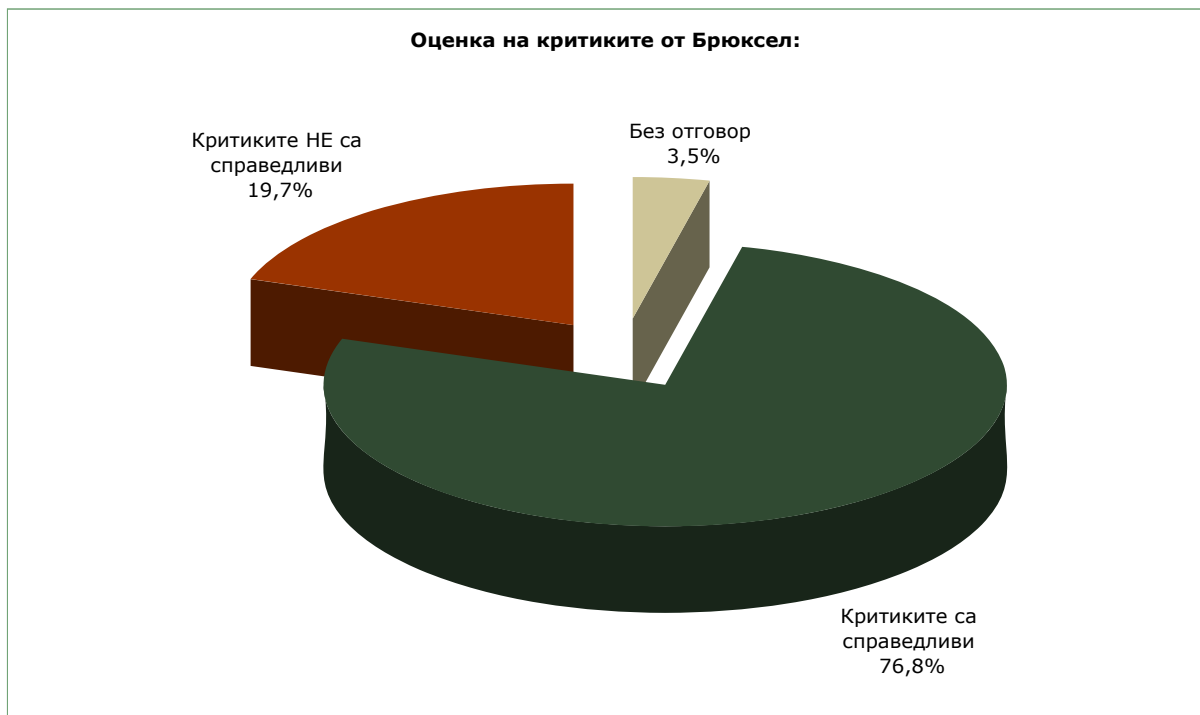
ТОП 5 на сферите, на които членството в ЕС повлия	
Осигуряване на повече възможности за пътуване	76,7%
Осигуряване на по-добри възможности за работа за българските граждани в чужбина	72,3%
Осигуряване на по-добри възможности за обучение за българските граждани в чужбина	69,8%
Подобряване на конкурентоспособността на българските фирми	34,3%
Осигуряване на по-добра защита на потребителите	34,0%

ТОП 5 на сферите, на които членството в ЕС НЕ повлия	
Подобряване работата на съдебната система	80,5%
По-ефективна борба с корупцията	75,7%
Подпомагане развитието на селското стопанство	74,2%
По-ефективна борба с престъпността	73,5%
Подобряване на инфраструктурата	71,6%

Като цяло, позитивното отношение към ЕС се дължи основно на хората, които виждат нараснали лични шансове да се възползват от новите възможности за пътуване, работа, или обучение. Промяната вътре в страната обаче – както като модернизация на средата, така и като налагане на европейски стандарти и правила в отделните сфери, според преобладаващата част от анкетираните, не се е състояла. Затова и сред хората, които са разчитали да усетят ефекта от членството в рамките на България, еврооптимизмът започва да спада.

Критиките от Брюксел и проявите на евроскептицизма

Липсата на видими позитивни промени и то в сфери, към които общественото мнение е особено чувствително (корупция, престъпност, съдебна система, инфраструктура, селско стопанство) определя високата подкрепа за тезата, че критиките, които Брюксел отправи към България през годината, са справедливи (77%). Това мнение доминира сред всички социални групи, вкл. и сред симпатизантите на управляващата коалиция. Според 20 на сто критиките не са справедливи, като в най-висока степен това становище се споделя от електората на ДПС.



Съществуващата все още висока степен на одобрение за европейското членство на България и позитивното възприемане на Брюксел като своего рода "политически борд" над българските управляващи не означава обаче автоматична спиращка пред генерирането на евроскептични настроения. Особеното в България през отминалата 2008г. е, че тези настроения бяха формирани не на базата на реално несъгласие с европейски политики, а като идеологическа защита на управляващите срещу

критиките на ЕК. Лансираната от тях теза, *“ЕК прилага двоен стандарт в отношението си към България”*, макар и да не среща одобрение сред мнозинството от българите, успява да катализира латентни евроскептични настроения и да събере значим дял от 37 на сто привърженици. Понастоящем тезата е най-близка на електората на БСП, сред който становището за наличието на двоен стандарт е доминиращо (57%:39%). Земеделските стопани, както и заемащите висши ръководни позиции също не са чужди на тази позиция (52%:48%). Ако тенденцията се запази, България може да се окаже твърде различна от Европа и по евроскептицизма си. Противно на останалите страни, където той се формира на базата на несъгласие с определени европейски политики (земеделска, фискална, степен на интеграция, избор на комисари и пр.), у нас може да бъде катализиран като реакция срещу усилията да бъдат прилагани общи стандарти на компетентност, прозрачност и отговорност.

Промените в личен план

Независимо от факта, че мнозинството от българите оценяват като все още много слаби цялостните ефекти от членството, нараства делът на хората, които в личен план започват да се възползват от възможностите му.

В сравнение с 2007г. с около 4 на сто са се увеличили хората, които са пътували в страна-членка на ЕС (от 14% на 18%). От пътувалите, две трети са били на почивка, екскурзия, или при роднини. 12% работят или учат там, а 11% са осъществили обмяна на опит, или професионално обучение.



Увеличава се и делът на семействата, чиито членове за по-кратък или дълъг период работят в страна-членка на ЕС. Независимо от наличието на преки контакти и наблюдения, общественото мнение е разделено на две по въпроса как ще повлияе световната икономическа криза върху съотношението между заминаващите на работа в чужбина и връщащите се оттам българи. 44% очакват броят на хората, които търсят работа в Европа, да се запази, а 39%, обратното, очакват връщане на български емигранти вследствие на икономическата рецесия и загуба на работни места.

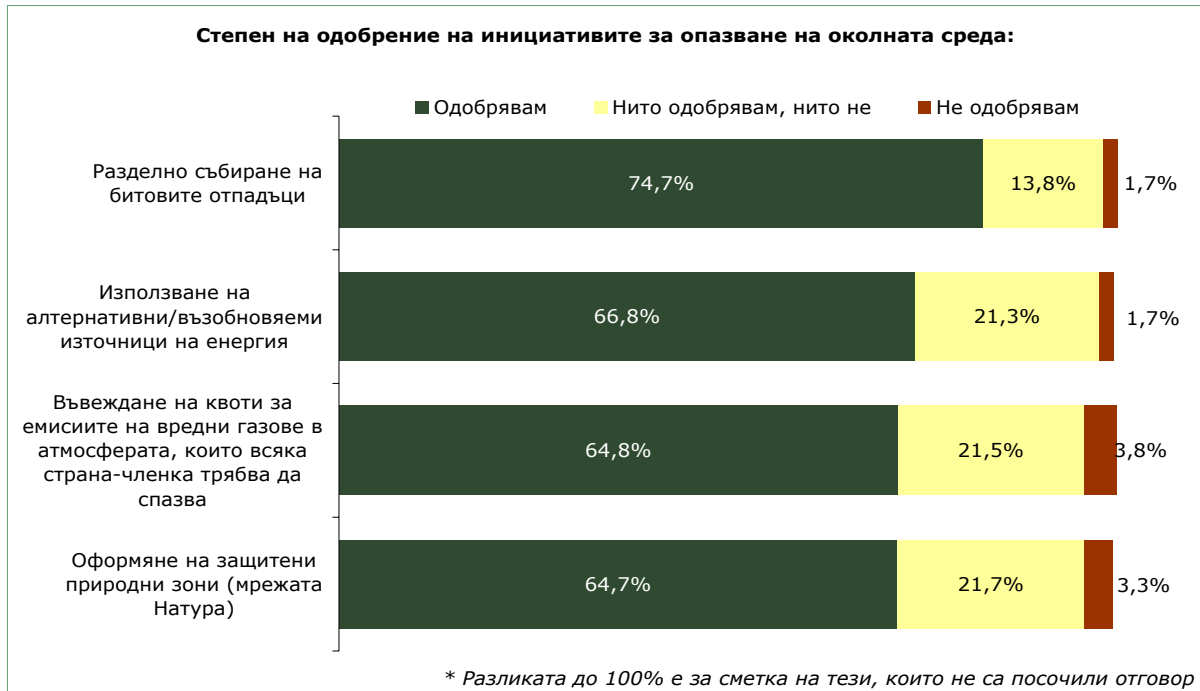
До момента световната икономическата криза не е довела до значими дисбаланси в потоците на емигрантите и имигрантите. 11% от българите заявяват, че заради съкращения техни близки вече са се върнали от чужбина, срещу 12%, чиито познати са заминали през последните години да работят навън. По-показателно за настроенията в България обаче е сравнението на очакванията – докато едва 13% очакват скорошно завръщане на роднини, или приятели от чужбина, то всеки четвърти предвижда продължаваща емиграция. Кое е симптоматичен индикатор не толкова за реалния размер на тази група хора, колкото за оценката на българската работна среда, качество на живот и публични услуги. Въпреки кризата, Европа остава по-атрактивна за мнозина от активните българи, отколкото професионална реализация в страната.

Одобрение за европейски инициативи

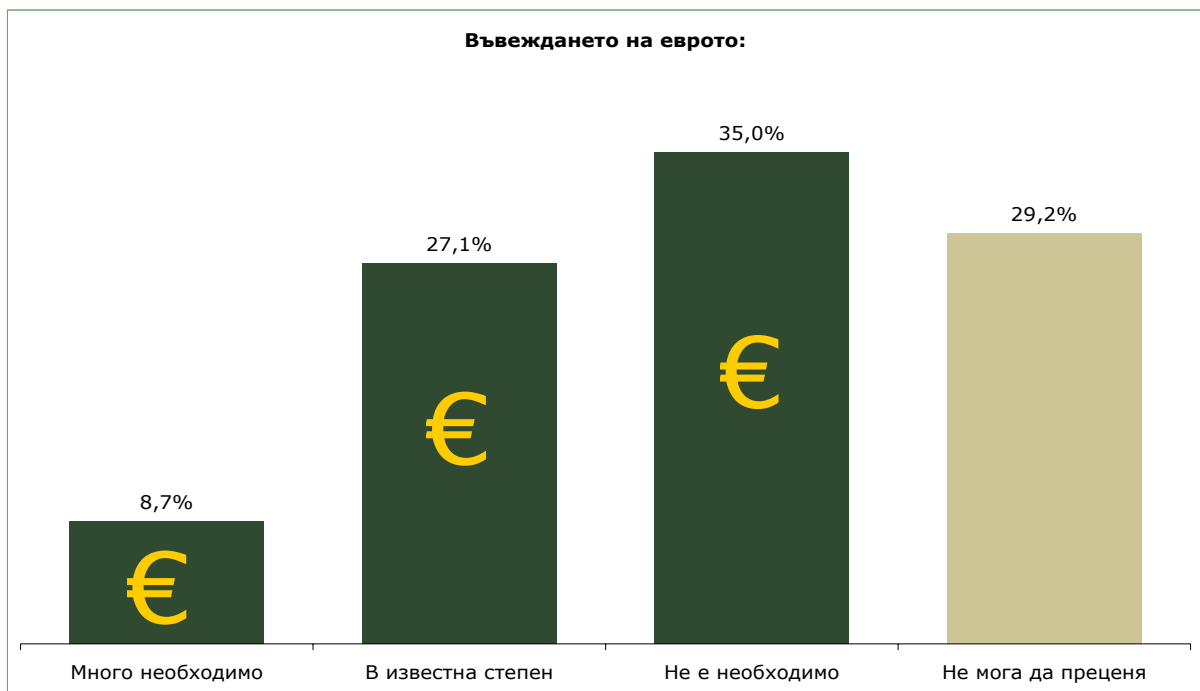
Екологичната тематика се утвърди през 2008г. като една от важните теми в българското общество. Предвид конкретните проблеми в страната, тя не е обвързана толкова с големите европейски дебати – за енергетиката, биогоривата, промяната на климата и пр., а по-скоро с опазването на природата, негативните ефекти от презастрояването, оформянето на защитени природни мрежи (Натура 2000) и пр. Все по-голям дял от българите започват да възприемат екологичните проблеми не като далечни и нерелевантни за нашата страна опасности, а като свой социален ангажимент. Това е особено валидно за младите хора.

Най-популярната инициатива, която среща не само подкрепа, но и реално започва да се прилага от българските граждани, е за разделното събиране на отпадъци. 75% го одобряват, а всеки четвърти реално ги изхвърля разделно. За онези, които не го правят, това се дължи главно на факта, че населеното им място не е снабдено с контейнери за разделно събиране (44%). Използването на възобновяеми източници на енергия (67%), старта на Натура '2000 (65%), и дори по-слабо популярното въвеждане на квоти за емисиите вредни газове (65%) се одобряват именно като

инициативи, насочени към опазване на природата и здравето на хората. Може да се очаква, че през следващите години, с постигането на по-високо равнище на информираност, ангажираността към тези въпроси ще нараства, особено сред младото поколение.



Близо три четвърти от българите оценяват като важно влизането на страната ни в Шенгенското пространство. Настроенията към въвеждането на еврото обаче са значително по-предпазливи и издават много по-висока степен на неориентираност и страх. 36% го определят като необходимо, 35% са негативно настроени, а 29% нямат мнение.



41% оценяват положително въвеждането на единна тарифа за телефонните разговори по мобилен телефон. 15% са чули за българската инициатива за уеднаквяване на зарядните устройства на мобилните телефони.

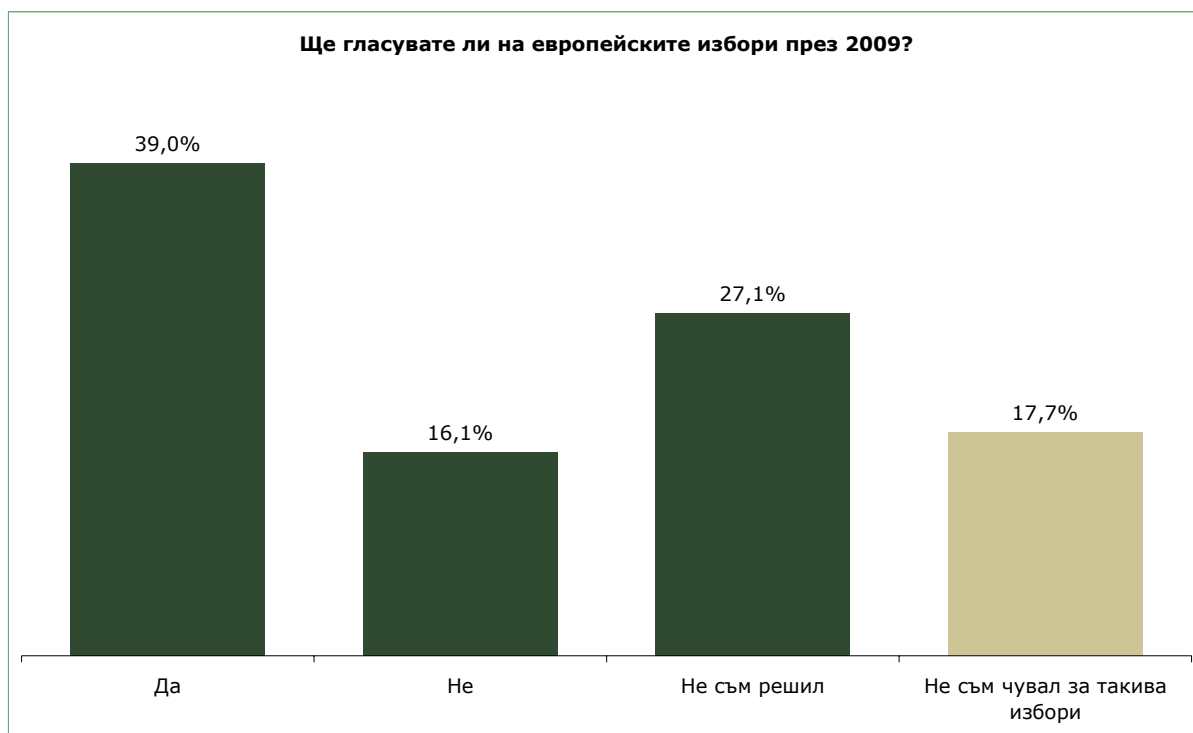
Най-голям интерес от европейските дебати през годината са предизвикали тези за световната финансова криза (33%), за цените на хранителните продукти (27%), правата на потребителите (22%) и за селскостопанската политика (19%). Както вече беше посочено по-горе обаче, значима част от по-глобалните общоевропейски теми, като пакета "климат-енергетика", за Лисабонския договор, за миграционната политика и пр. остават все още далеч от фокуса на вниманието на българското обществено мнение. Една трета от хората въобще не са се докоснали до нито един от дискутираните в европейското публично пространство въпроси.

Интерес към функционирането на ЕС и предстоящите евроизбори

В чисто политически аспект българите все още слабо се интересуват от начина, по който функционира ЕС и не се чувстват въввлечени в решаването на общите проблеми на гражданите на Съюза. Едва 6% знаят, че Ирландия отхвърли на референдум този договор и така предизвика една от най-сериозните кризи в ЕС. Още по-малко, 3% са проявили интерес към дебатите по промяната на Лисабонския договор. Докато в Европа активно се обсъжда, дали прекият избор на председател на ЕК няма да повиши чувството за европейска идентичност, у нас едва 19% са склонни личността на този пост да се определя чрез общоевропейски преки избори.

Не е по-висок интересът и към българските избраници, които вземат участие в работата на европейските институции. 32% заявяват, че се интересуват от работата на българския еврокомисар, а от работата на българските евродепутати – 27 на сто. С по-висок интерес се отличава средното поколение и по-активно ангажираните политически. Хората без ясни политически ориентации и особено тези с нисък социално-икономически статус проявяват много слаб интерес към работата и на българския еврокомисар, и на нашите евродепутати.

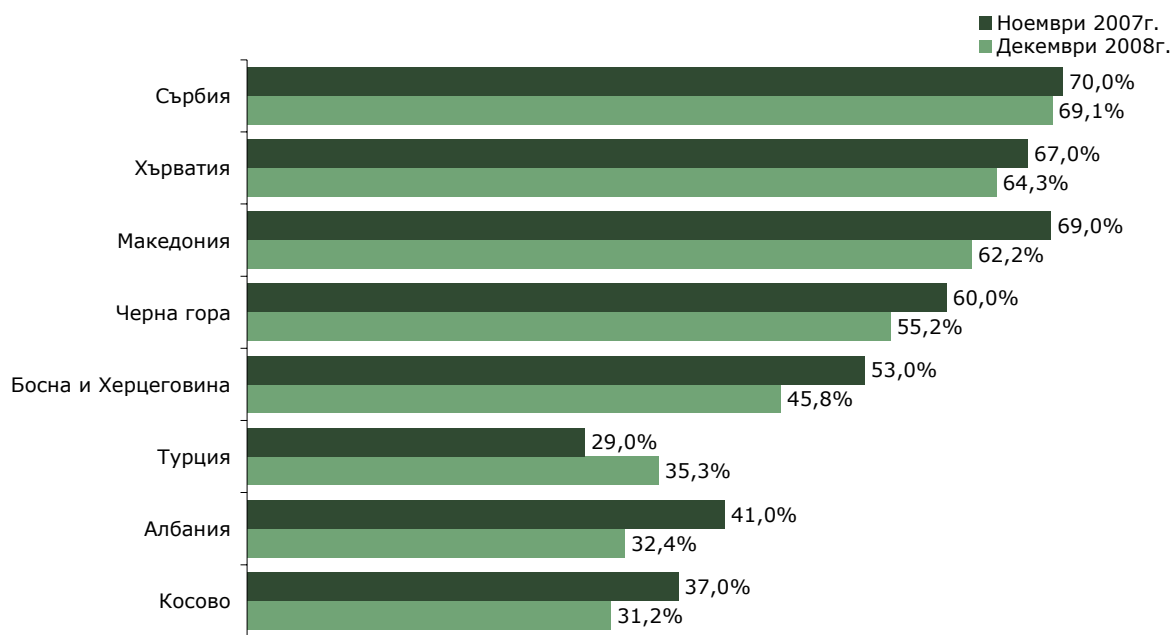
Предстоящите догодина европейски избори също оставят българските граждани до голяма степен дистанцирани. 29%, почти толкова, колкото гласуваха на първите за България евроизбори през 2007г. ги определят като „много важни“.



Въпреки че все още слабо усеща ефектите от европейското членство и че едва сега започва да навлиза в общата европейска проблематика, българинът остава оптимист за бъдещето на ЕС. 41% не очакват съществени промени, други 40% очакват той да става още по-стабилен и единен. Едва 14%, най-убедените евроскептици, предвиждат мрачно бъдеще за Евросъюза.

Отнасяйки се оптимистично към бъдещето на ЕС, мнозинството от българите подкрепят членството в него и на страните от Западните Балкани. В общи линии равнището на подкрепа остава приблизително същото, както в края на 2007г. Най-високо е одобрението за присъединяването на Сърбия (69%), Македония (62%), Хърватия (64%). Под 50% от анкетираните подкрепят членството на Босна и Херцеговина, Албания и Косово. И за трите страни е налице спад между 6 и 11 на сто. Обратно на регистрираната при тях тенденция, по отношение на Турция се наблюдава лек ръст (от 29% на 35%), като по този начин Косово, с проблемите, които има във вътрешен план, остава на последно място сред страните от региона, които българското обществено мнение би желало да види в ЕС.

Отношение към присъединяването на следните страни към ЕС:



* Сборът от процентите надхвърля сто, тъй като анкетираните са давали повече от един отговор

ОБЩЕСТВЕННОТО НЕДОВЕРИЕ В ДЪРЖАВНИТЕ ИНСТИТУЦИИ – РЕАКЦИЯ НА МОДЕЛА „ИМИТАЦИЯ НА ПРАВИЛАТА“

Една от ключовите характеристики на общественно-политическия живот в страната през 2008г. бяха скандалите. Като най-емблематични ще останат разкритията за злоупотреби в Пътния фонд, за усвояването на средства по европейски програми от близки до властимащите фирми, за връзки на висши представители на МВР с престъпния свят.

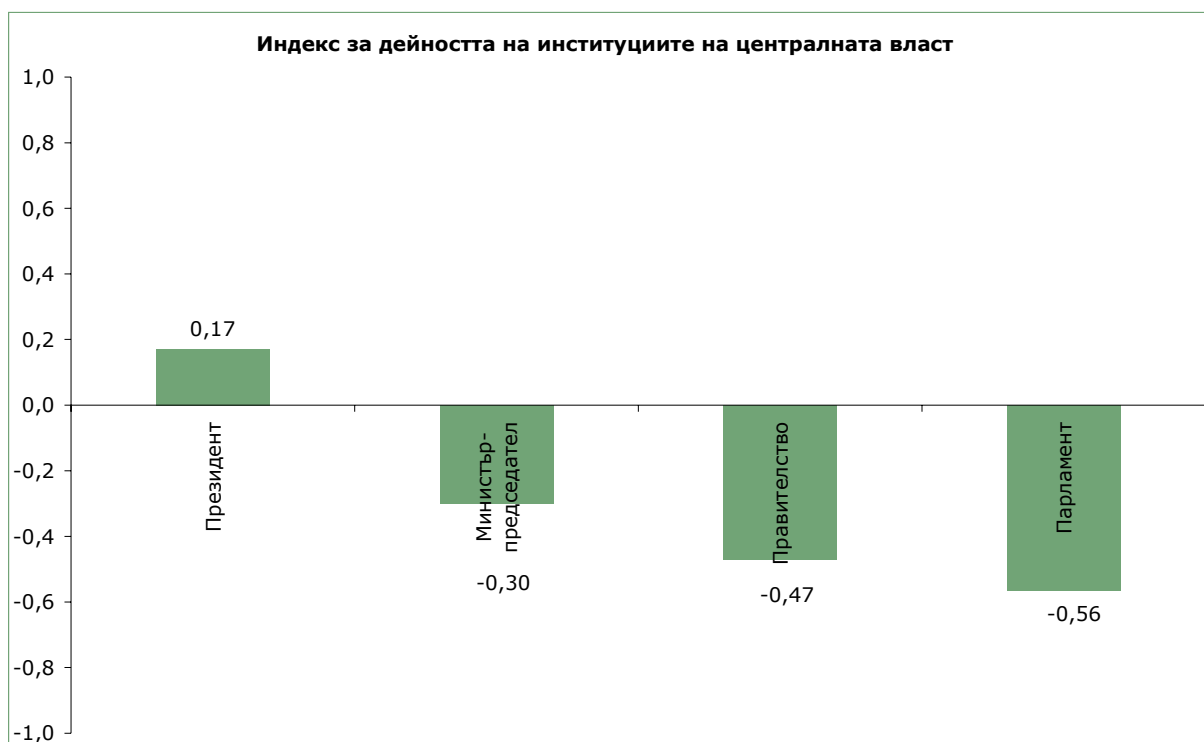
Проучванията показват, че всеки следващ скандал е затвърдил все по-дълбоко и у все повече хора мнението, че в страната е наложен модел на управление, който вместо на разделение на властите и взаимен контрол, се основава на взаимни услуги и договарки. А един от най-ярките инструменти, чрез който се реализира този модел на управление, са станалите вече пословични „обръчи от фирми“ и „обръчи от фондации“ за удовлетворяване на частни интереси посредством привилегията на заеманата управленска позиция.

Налагайки от най-високо ниво този модел на правене на политика, властта позволява безпрепятственото му проникване на практика във всички социални сфери. Така, вместо управление, основано на демократични принципи, тя утвърждава имитация на правила и процедури на национално равнище, позволява вертикалното и хоризонталното им мултиплициране и в крайна сметка, създава предпоставки за налагането на една псевдо-демокрация от договорно-клиентелен тип.

Този властови модел в комбинация с критиката от Брюксел и наложените финансови санкции доведоха до значителен ръст на неодобрението към дейността на повечето ключови държавни институции. С малки изключения, индексът на доверие към всички органи на властта има отрицателна стойност, а авторитетът им сред гражданите бележи устойчив спад.

Институциите на централната власт: съмнения за корупция и конфликт на интереси

През 2008г. най-силно влияние върху отношението на гражданите към Президента, правителството и парламента оказаха поредицата разкрития за корупция и злоупотреби при възлагане на обществени поръчки и усвояване на средства по европейски програми. Аферите „Батко“, „Групата Николов - Стойков“, задържаните по обвинение в корупция висши държавни служители са само част от примерите, които карат хората да определят управлението като „политическа мафия“ и „силно зависимо от спонсорите си“.



**Индексът е формиран чрез изчисление на разликата между положителните и отрицателни оценки за отделните институции. При институциите с отрицателни стойности, негативните оценки преобладават със съответния дял над положителните.*

Президентът Георги Първанов единствен от институциите на централната власт поддържа положителен индекс на обществено доверие. Въпреки това обаче той е сред политическите фигури, инкасирали най-сериозни загуби през 2008г. За първи път от началото на втория му мандат, в който той встъпи с одобрение от 78%, доверието към него бележи значим отлив и в края на годината е в рамките на 40 на сто.

Първоначално, след широко обсъждания президентски лов от месец март (по време на трагедията с влака София - Кардам) рейтингът му спадна рязко с почти 10 на сто. Публичната му активност през юни беше със заявка за сериозна, принципна критика към управлението, но в крайна сметка остави у обществото усещането, че премълчаните неща бяха повече от изказаните, а доверието се стопи до около 50 на сто от пълнолетните жители на страната. Тенденцията се засили още повече след разкритията на ОЛАФ за злоупотреби с евросредства от близък негов спонсор (случай, добил публичност под името „Групата Николов - Стойков“), което отне нови 5% - 6% от неговия рейтинг. Узбекистанският лов (на защитения вид архарски козел) в края на годината нанесе нов удар върху имиджа на държавния глава и доверието в него спадна до 40%.

Одобрението за дейността на **правителството** също претърпя силна ерозия през годината. Първата по-силна вълна на недоволство бе през пролетта, когато в резултат на скандалите с основни фигури в кабинета (и най-вече заемащия към този

момент поста вътрешен министър Румен Петков) се стигна до сериозни персонални промени в състава му. През юли критиките в доклада на Европейската комисия и тези на общественото мнение се припокриха силно в оценките за ръст на корупцията и злоупотребите при усвояване на средствата от европейските фондове.

Финансовата подкрепа от фондовете е в тройката на най-важните за българските избиратели последици от членството на България в Европейския съюз. Поради това преустановяването на плащанията по част от предприсъединителните програми се възприе от обществото като изключително сериозна санкция, а не като напълно нормална трудност за нова страна – членка. Неудовлетвореността на избирателите намери проявление както в общото неодобрение към правителството, така и в силно консолидираната критика към работата на пряко отговорните за проблема министри. Финансовият министър Пламен Орешарски, който през първите 2 години от мандата беше в групата на най-успешните според гражданите членове на кабинета, в края на първото полугодие на 2008г. трайно зае позицията сред най-неуспешните. Същата негативна тенденция последва и индексът за дейността на други критикувани от Брюксел министри - регионалният Асен Гагаузов, транспортният Петър Мутафчиев.

Индекс за дейността на министрите:*	I.08	II.08	III.08	IV.08	VI.08	VII.08	IX.08	X.08	XI.08	XII.08	II.09
Стефан Данаилов	27,8	25,0	30,4	30,5	20,5	23,1	21,6	27,3	28,7	27,7	24,7
Ивайло Калфин	21,9	16,0	17,6	18,5	16,1	15,0	11,6	7,7	9,0	12,3	16,2
Гергана Грънчарова	7,0	7,4	10,4	12,3	13,1	12,6	8,8	11,1	10,3	4,2	13,4
Меглена Плулчиева				1,3	9,7	7,6	9,2	12,3	10,3	8,3	11,7
Даниел Вълчев	5,1	4,7	4,0	-0,6	4,5	6,0	8,0	4,3	3,5	6,8	6,1
Веселин Близнаков/ Николай Цонев	1,3	1,3	5,4	0,2	1,7	-1,1	1,3	2,3	2,9	2,1	5,7
Николай Василев	3,3	3,1	2,0	1,3	2,0	1,4	2,9	-0,2	2,8	1,6	4,1
Асен Гагаузов	-2,3	-5,9	-1,8	-8,9	-6,1	-6,9	-7,7	-3,1	-7,6	-7,6	-3,8
Пламен Орешарски	4,1	4,3	3,8	-3,4	-5,3	-5,8	-4,4	-8,4	-6,4	-6,7	-4,6
Петър Мутафчиев	0,3	-2,0	-5,0	-8,1	-6,8	-4,9	-6,2	-5,8	-2,8	-4,7	-4,7
Миглена Тачева	3,2	-1,0	1,8	-2,0	0,4	-1,1	-3,8	-2,5	-3,2	-6,3	-5,9
Джевдет Чакъров	-7,3	-6,9	-5,8	-10,9	-13,3	-10,5	-12,4	-11,5	-9,8	-7,2	-6,3
Румен Петков/ Михаил Миков	-7,7	-7,5	-34,6	1,4	3,7	1,8	3,0	-1,4	0,5	-3,9	-8,5
Нихат Кабил/ Валери Цветанов	-19,6	-19,2	-16,8	0,1	-1,3	-2,0	-8,6	-5,6	-4,8	-3,6	-10,2
Радослав Гайдарски/ Евгений Желев	-22,9	-18,7	-18,8	-0,7	-3,2	-1,2	-4,7	-5,1	-7,1	-4,5	-11,5
Петър Димитров	1,1	0,8	-2,2	-5,0	-5,8	-6,8	-6,2	-11,7	-10,2	-9,3	-16,2
Емилия Масларова	-24,3	-23,2	-20,5	-29,5	-36,4	-30,4	-24,5	-27,6	-26,7	-25,9	-24,7
Емел Етем	-44,3	-35,3	-27,5	-35,0	-34,0	-41,4	-37,4	-35,9	-34,5	-31,8	-28,7

*Индексът е формиран чрез изчисление на разликата между положителните и отрицателни оценки за отделните министри. При министрите с отрицателни стойности, негативните оценки преобладават със съответния дял над положителните.

Колкото и ниско да е по принцип доверието към **парламента**, то също претърпя спад през 2008г. Законодателният орган стартира годината с одобрението на около една пета от пълнолетните жители на страната и я завърши с минималните 7%. Мнозинството от българските граждани не възприемат депутатите като свои представители и са на мнение, че вместо да защитават техните интереси, те узаконяват преди всичко скандалните действия на изпълнителната власт.

Тази нагласа проличава и в общественото мнение по въпроса, дали приемането на закон за конфликта на интереси ще ограничи случаите на злоупотреби по висшите етажи на властта. 57% смятат, че такъв закон, макар и частично, ще има положително влияние. Същевременно, именно във възможността той да ограничи донякъде злоупотребите, свързани с конфликт на интереси, анкетираниите виждат причината той да не бъде приет до края на 2008г. Което вече е ясен симптом, за ново, много по-високо равнище на обществена критичност и негативизъм.

Силовите институции: усещане за всеобща несигурност

Общественото мнение традиционно проявява чувствителност към проблемите на сигурността. Сред пряко ангажираните с осигуряването ѝ институции, **армията** бе тази, която доскоро се ползваше с високо доверие сред гражданите. Добилите публичност скандали със замените на военни имоти, сделките на Министерство на отбраната и не на последно място, разкритията за състоянието на армията след взрива на складовете за боеприпаси в Челопеч, предизвикаха нарастваща критика и към нея през последната година.



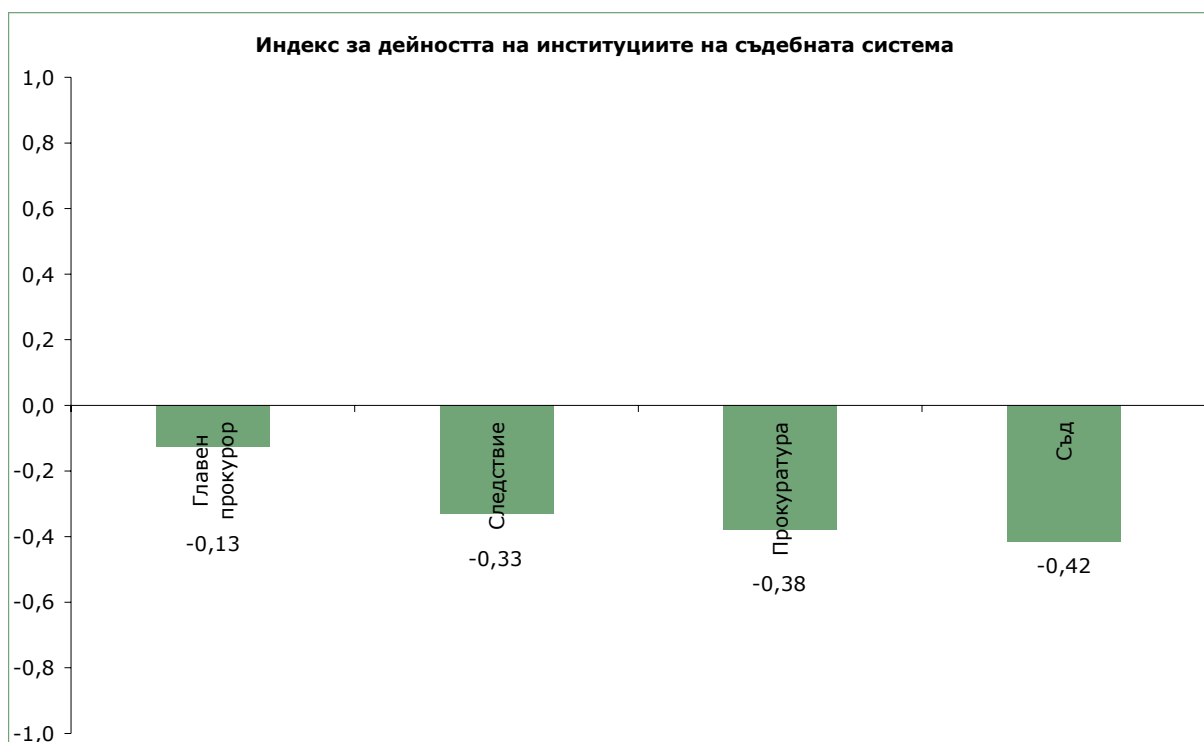
**Индексът е формиран чрез изчисление на разликата между положителните и отрицателни оценки за отделните институции. При институциите с отрицателни стойности, негативните оценки преобладават със съответния дял над положителните.*

Дейността на МВР и полицията също допринасят за общото чувство на несигурност у гражданите. Изтичането на информация към заподозрени, разкритията за връзки на висши представители на службите с престъпния свят и демонстративните масирани акции срещу известни негови представители се възприемат от хората именно като имитация, а не като реална борба с престъпността.

В резултат, вместо да създава у хората по-голямо чувство за сигурност, дейността на тези институции предизвиква безпокойство и недоверие. Сред населението доминира убеждението, че те служат главно на управляващите, а не на обществото (65%) и спазват законите в по-малка степен от обикновените хора, защото знаят как да ги заобикалят (55%).

Съдебните институции: в служба на властта

И през 2008 година, едно от най-силно критикуваните и от гражданите, и от Брюксел направления, остава съдебната система. Както в доклада на Комисията, така и в общественото мнение, категорично преобладава позицията за наличието на значителна корупция на най-високо управленско равнище (70%). Българските граждани са на мнение, че тя достига най-застрашителни размери в съдебната система (66%), митниците (65%), министерства и държавни агенции (62%).



**Индексът е формиран чрез изчисление на разликата между положителните и отрицателни оценки за отделните институции. При институциите с отрицателни стойности, негативните оценки преобладават със съответния дял над положителните.*

Липсата на ефективно правораздаване е причина не само за критиките на ЕС, но и за висока неудовлетвореност от работата на отделните институции в тази сфера. Съд, прокуратура и следствие започнаха годината с обществено доверие от около една пета от населението, което в края на 2008г. спадна до 12% - 14%. При встъпването си в длъжност главният прокурор се ползваше с одобрението на близо 60% от българските избиратели. През втората половина на изтеклата година обаче отрицателните оценки за дейността му нараснаха значително и индексът му на обществено доверие доби отрицателна стойност.

И гражданите, и Европейската комисия имат категорични очаквания за реални резултати от дейността на правораздавателните институции. Това, според доклада на ЕК означава, че *„разследванията на случаи на корупция и организирана престъпност водят до арести, съдебно преследване и, в зависимост от решението на съда, до присъди с разубеждаващ ефект и конфискуване на активи“*.

За момента обаче обществото все още няма впечатление, че такива присъди се случват. Обратно, подобно на отношението към силовите институции, над 70 на сто от българските граждани смятат, че представителите на съдебната власт съобразяват постановленията си предимно с управляващите.

Отрицателното отношение към държавните институции е ясен индикатор за високо обществено недоверие към модела на упражняване на властта, който пренебрегва правилата на демократичното и подчинено на закона управление, налагайки принципа на личните договорености и зависимости в ущърб на обществения интерес. Колкото по-толеранан бива този модел, толкова по-изродени и агресивни форми придобива той. Красноречив пример за това е Дупница, където срастването между бизнес, престъпност и представители на властта е погълнало не само цялата местна политика, но поради страх или дребни облаги, е „спечелило“ и одобрението на населението. Шансът за преодоляването на този, все по-затормозяващ общественото развитие, модел е в наличието на две предпоставки - критична маса от хора, готови да подкрепят живот по правилата и политическа сила, генерираща достатъчно доверие, че може да го осъществи. Първата все още е налице сред представителите на активните поколения, които най-много страдат от имитацията на законността и правила. Що се отнася до втората, изборната 2009г. ще покаже има ли я, или не.

НЕЯСНИ ПЕРСПЕКТИВИ ПРЕД ПАРТИИТЕ В НАВЕЧЕРИЕТО НА ИЗБОРНАТА 2009

От 2003г. насам, обществените нагласи се открояват с устойчиво високо недоверие към политическите партии, техните лидери и отлив на електорална подкрепа. Този процес води до ерозия в социалната база на политическите сили, до загуба на симпатизанти и в крайна сметка – до прекъсване на връзката с избирателите. Всичко това поставя българските партии в особено трудна ситуация с оглед наличието на два вида избори през 2009г. – европейски и национални, в които те ще трябва да се борят за подкрепа в една изключително неблагоприятна за тях социална среда.

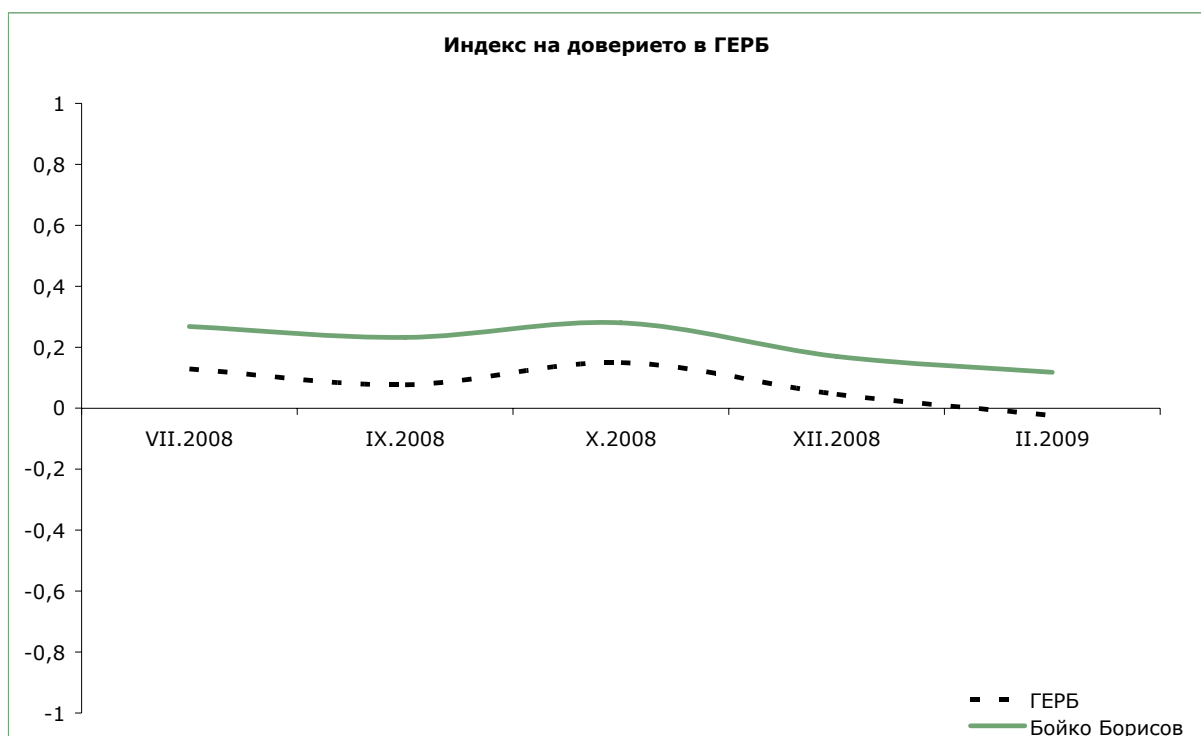
Анализът на отношението на избирателите към партиите позволява да бъдат открити три основни групи, които очертават съществени различия в спецификите на политическите субекти.

- Първата включва партиите с разнородна и динамично променяща се социална база.
- Втората група е на партиите с по-консистентна, основана на общи ценности, но ограничена електорална подкрепа.
- Третата обхваща партии, които нямат политически симпатизанти, но разполагат с ресурси за мобилизиране на гласове.

Разнородна социална база – непрогнозируемо електорално поведение

Партиите от тази първа група се открояват с разнородна база от симпатизанти, които не са приобщени към общи и споделяни трайно във времето ценности. Подкрепата им се базира на различни фактори (доверие в лидера, склонност да се следват фаворитите, наказателен вот), което обуславя и силната мобилност във времето. Тези партии имат шанс за електорален подем в краткосрочен период, но след като ситуативната мотивация на избирателите отслабне, потенциалът им бързо спада до много ниски стойности. От действащите към момента формации място в тази група намират ГЕРБ, Атака, СДС, НДСВ.

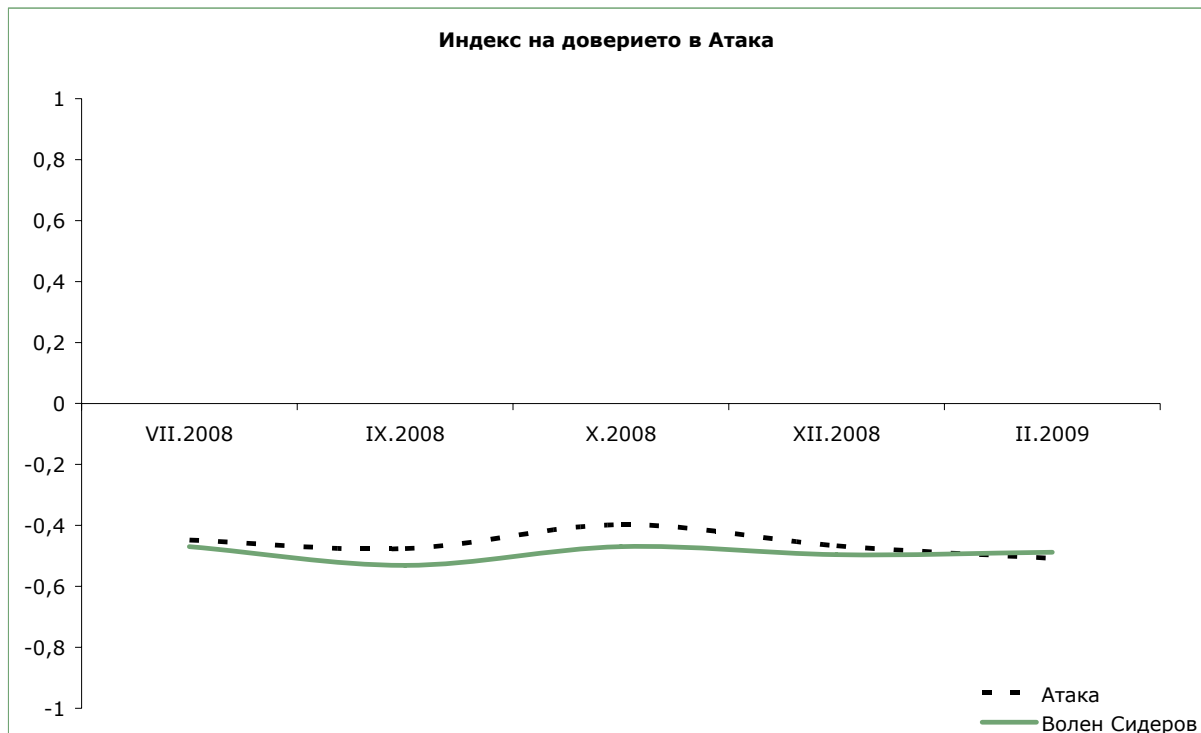
От средата на 2007 г. **ГЕРБ** зае лидерско място в предпочитанията на българските избиратели, а неформалният му лидер Бойко Борисов е един от най-харесваните български политици. През цялата 2008г. партията на столичния кмет запазва първенството си, но същевременно започва да търпи и негативното влияние от прекомерната популярност на лидера си. Бидейки непрекъснато под светлината на прожекторите, всяка негова неудачна публична изява, или непремерено изказване влияят непосредствено върху доверието към партията. Така, ГЕРБ не остава незасегната от общия негативизъм към партиите и в навечерието на изборите индексът на доверието към него има вече минусови стойности. Одобрението към Бойко Борисов все още доминира, но спада наполовина през годината.



**Индексът е формиран чрез изчисление на разликата между положителните и отрицателни оценки за партията/лидера. При отрицателна стойност на индекса, негативните оценки преобладават със съответния дял над положителните.*

Привържениците на ГЕРБ и Бойко Борисов имат изключително разнороден социално-демографски статус, което е пречка пред консолидирането на консистентна социална база на партията. Поведението на такъв тип потенциални гласоподаватели е трудно прогнозируемо и може да поднесе съществена изненада в реална изборна обстановка.

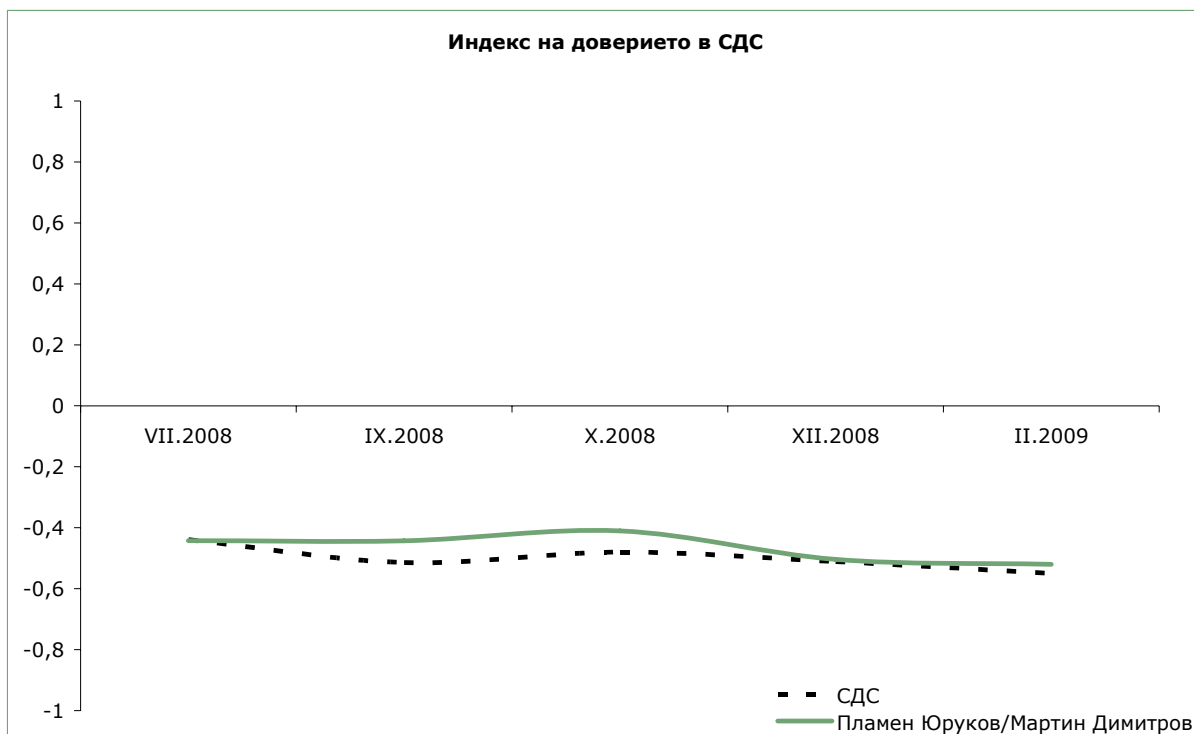
От 2005 г. насам **Атака** е основният фактор, обединяващ по-радикално настроените в страната избиратели.



**Индексът е формиран чрез изчисление на разликата между положителните и отрицателни оценки за партията/лидера. При отрицателна стойност на индекса, негативните оценки преобладават със съответния дял над положителните.*

Сериозен проблем пред националистическата формация обаче е кадровият потенциал. Мнозинството от симпатизантите не могат да цитират други имена, освен това на Волен Сидеров и членовете на семейството му. Същевременно, за четири години Волен Сидеров успя да наложи в общественото пространство твърдият, краен и арогантен език, но (случайно или не) обща, консолидираща идеологическа платформа все още липсва. Кое не пречи на симпатизантите му да се консолидират около определени символи и послания.

В годините на прехода **СДС** беше асоцииран основно със „синята идея“ и стремежът към превръщането на България в демократична държава. Дълго продължилите проблеми в дясно обаче доведоха до силна ерозия на общественото доверие. За мнозина от десните симпатизанти СДС загуби идеологическата символика, а социалната му база загуби познатия от края на 90-те години облик.

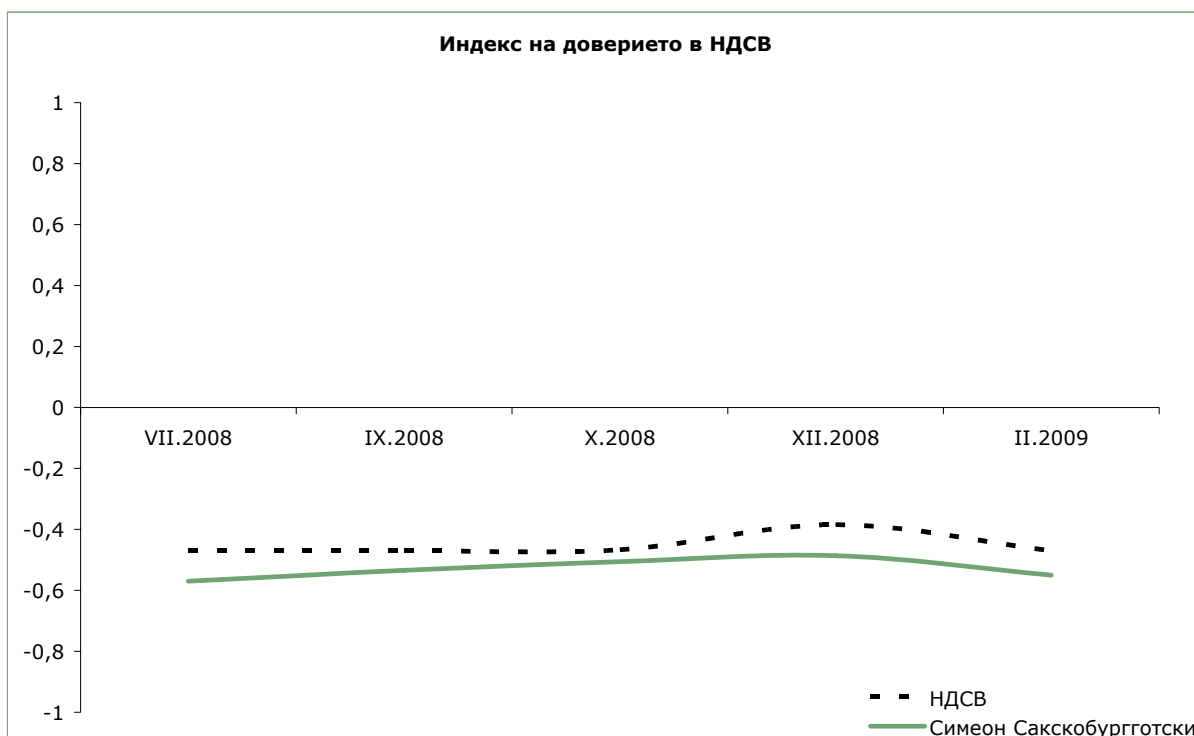


**Индексът е формиран чрез изчисление на разликата между положителните и отрицателни оценки за партията/лидера. При отрицателна стойност на индекса, негативните оценки преобладават със съответния дял над положителните.*

Множеството скандали през последните години (включително и през 2008г.) накараха мнозина привърженици да оттеглят доверието си в партията и в резултат, през последните 12 месеца тя получаваше слаба до умерена подкрепа и то главно в места, където има по-значими позиции в местната власт.

Избирането на Мартин Димитров за лидер на СДС в края на 2008г. дава положителен заряд на сините, но пред тях тепърва стои предизвикателството да изграждат консистентна и устойчива база от привърженици.

НДСВ е един от примерите как изконсумираната емоция около лидера стои до минимум доверието в партията. Към момента, мнозина от инициативите на жълтите получават подкрепата на обществото, министрите на НДСВ са едни от най-одобряваните членове на кабинета, а политическите послания на партията се възприемат положително от немалка част от населението.



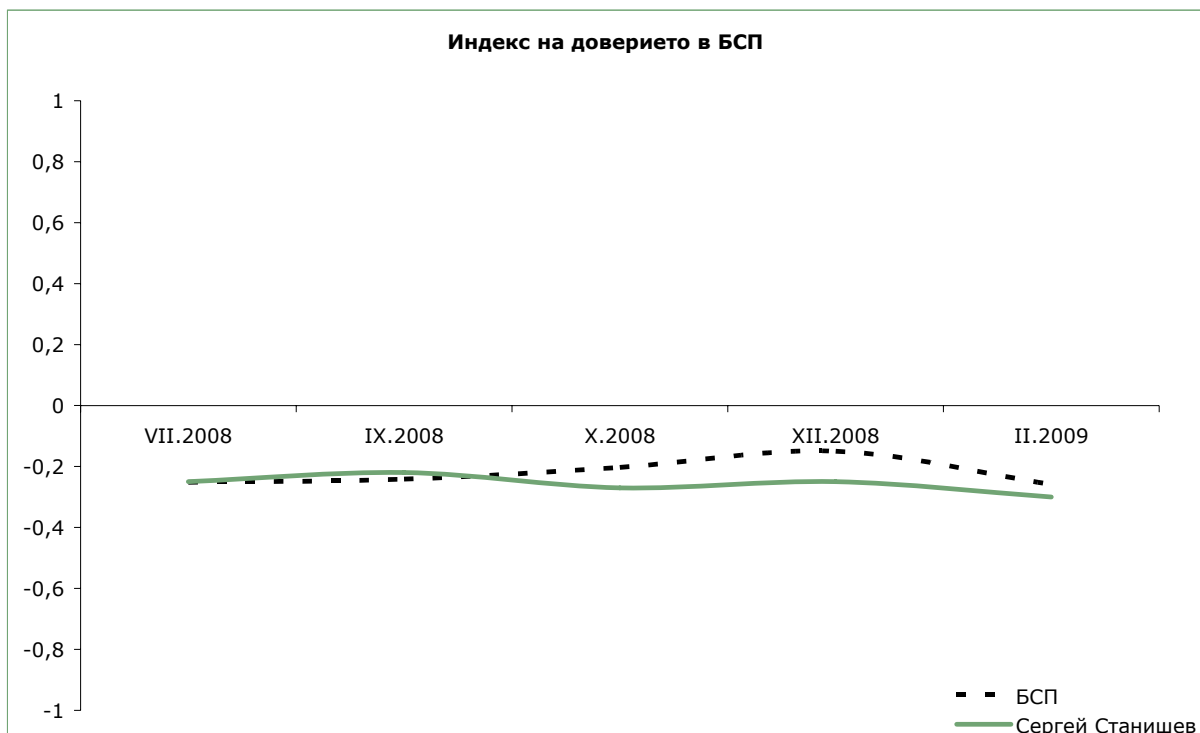
**Индексът е формиран чрез изчисление на разликата между положителните и отрицателни оценки за партията/лидера. При отрицателна стойност на индекса, негативните оценки преобладават със съответния дял над положителните.*

Изброените по-горе предимства са предпоставка за консолидиране на по-устойчива социална база, която обаче за момента НДСВ не успява да изгради. Сред основните причини за това са участието ѝ в тройната коалиция, което разочарова мнозина от привържениците им, но също и почти монархическия ред в самоопределящата се като либерална партия. Категоричното и еднолично влияние на лидера Симеон Сакскобургготски предизвика отлив на обществена подкрепа още при първите вътрешно-партийни конфронтации от средата на 2007г. Това накара поразколебаните избиратели да се преориентират към други партии, а в ядрото на електоралния потенциал на жълтите останаха най-ревностните поддръжници на лидера. Така в навечерието на изборната 2009 година НДСВ е в изключително трудна ситуация, при която силното влияние на лидера ѝ едновременно пречи пред разширяване на общественото доверие и осигурява крехкия електорален резултат на партията.

Консистентна социална база - предизвикателство за разширяване на подкрепата

В тази група се позиционират партиите, доверието към които е резултат от приобщеността на симпатизантите им към общи ценности и идеи, което прави подкрепата им по-устойчива и прогнозируема. Към момента обаче за всички тях тя е ограничена като обем. От действащите партии с такава характеристика се открояват БСП и ДСБ.

Вече почти 20 години от началото на промените, електоратът на **БСП** доказва лоялността си към партията, независимо от проблемите и кризите, на които тя подлага българските граждани (включително и собствените си привърженици). Като управляваща политическа сила БСП понася една от най-силните обществени критики през 2008г., а още по-силно този негативен процес се отразява на лидера ѝ и министър-председател Сергей Станишев.

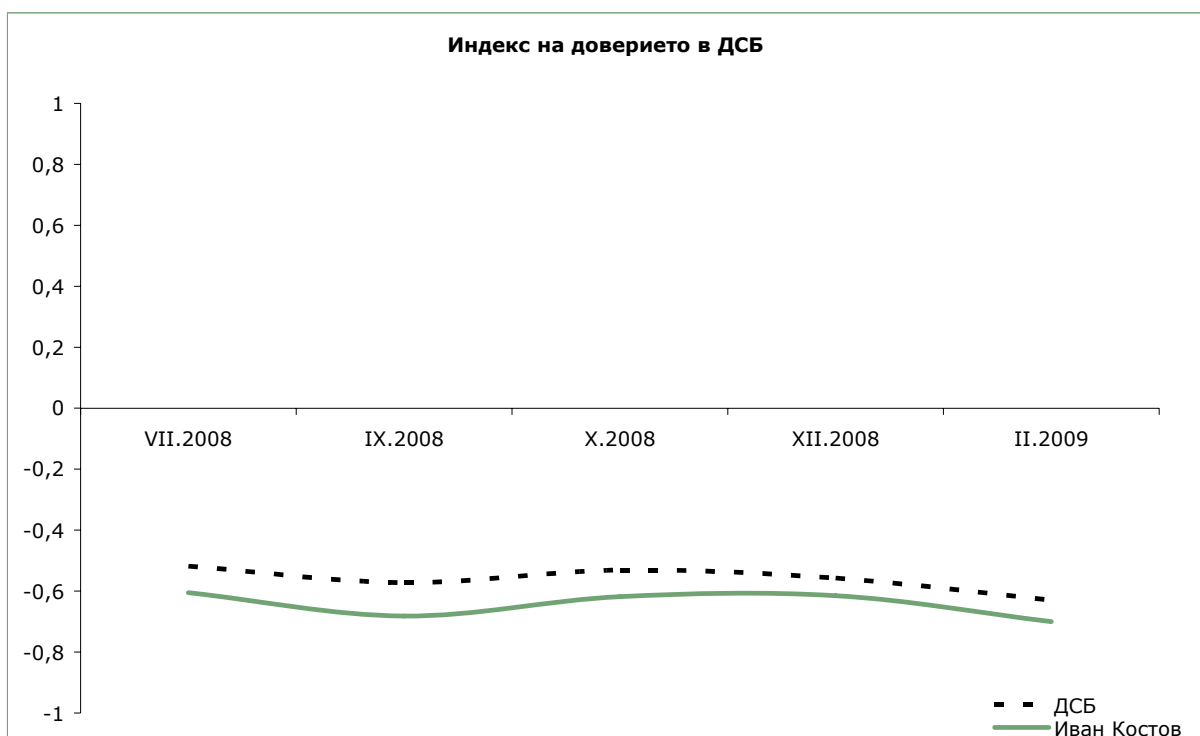


**Индексът е формиран чрез изчисление на разликата между положителните и отрицателни оценки за партията/лидера. При отрицателна стойност на индекса, негативните оценки преобладават със съответния дял над положителните.*

Преобладаваща част от изпитващите редица социални и материални затруднения леви избиратели критикуват открито правителството, министрите и премиера, но въпреки това в моменти, в които се почувстват уязвими, успяват да се консолидират вътрешно срещу общия си противник. Един от показателните примери в това

отношение е реакцията на отправените от Брюксел критики към българското правителство през последната година. Социалистите плавно успяха да убедят част от симпатизантите си, че Европейската комисия прилага двоен стандарт, спирайки плащанията по европрограми за България, което макар и отчасти, консолидира партийния вот.

В аналогична ситуация е и **ДСБ**. От основаването си до момента партията не се е ползвала с широка обществена подкрепа, но имаше одобрението на малка и твърда група привърженици. Лидерът Иван Костов бе критикуван от мнозинството български граждани, но симпатизантите на партията заставаха категорично зад него и партията.



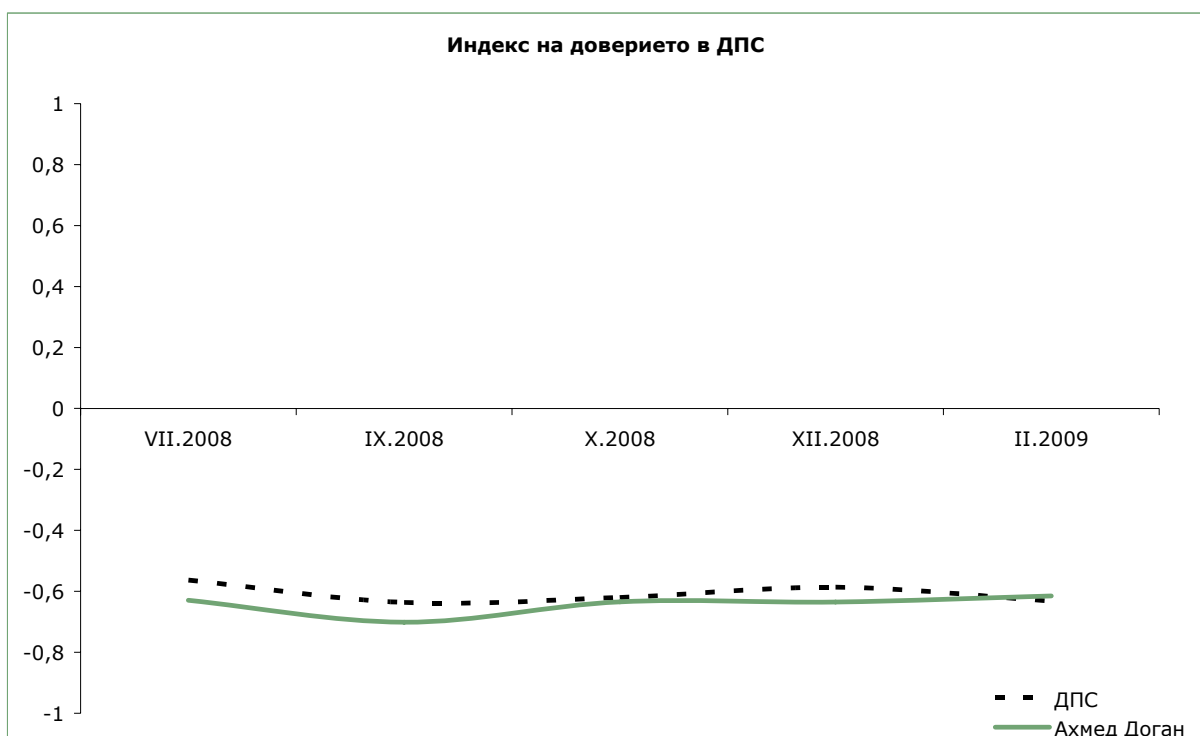
**Индексът е формиран чрез изчисление на разликата между положителните и отрицателни оценки за партията/лидера. При отрицателна стойност на индекса, негативните оценки преобладават със съответния дял над положителните.*

Действията на партийното ръководство през последните месеци на 2008г. обаче предизвика напускане на част от народните представители и съществена промяна в доверието на привържениците. Те остават верни на консервативните ценности, но проявяват по-висока критичност към лидера, което свива потенциала на тъмносините до минимални граници.

Гарантираният електорален потенциал

Позиционираните в тази група формации се различават от останалите партии по това, че електоралният им потенциал не се влияе съществено от равнището на обществено доверие. Мобилизиращи за подкрепата им са стройната организация на гласуването, експлоатацията на различни страхове или материалното стимулиране на избирателите. В резултат, независимо от общественото недоверие, те успяват да си осигурят нужните гласове.

Най-яркият пример е **ДПС**. Както по-рано, така и през 2008г. Движението се ползва със силно обществено неодобрение, но получава неизменната електорална подкрепа на около 7 на сто от общия брой избиратели в страната.



**Индексът е формиран чрез изчисление на разликата между положителните и отрицателни оценки за партията/лидера. При отрицателна стойност на индекса, негативните оценки преобладават със съответния дял над положителните.*

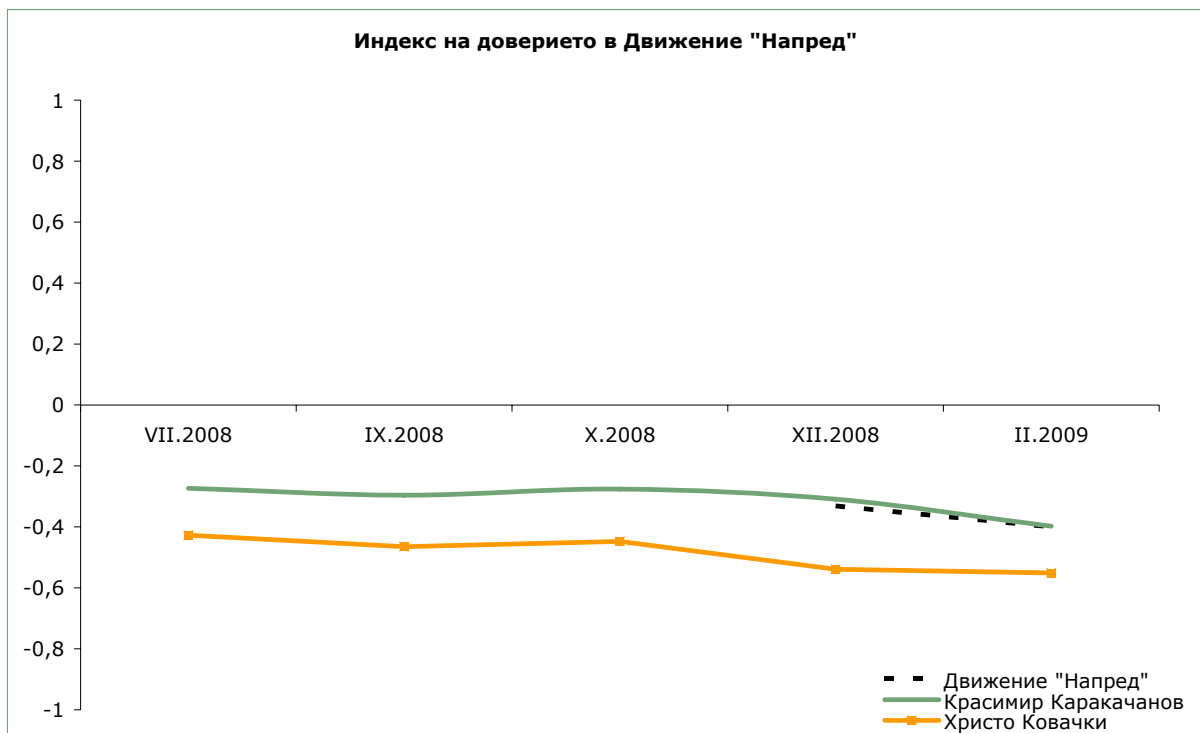
Фактът, че ДПС министрите са сред най-силно критикуваните членове на кабинета и скандалите със силно криминален оттенък от края на 2008г. ни най-малко не повлияват потенциалния вот за Движението. Онова, от което ДПС черпи своя гарантиран резерв, е възможността да апелира към по-фундаментални символи и по-дълбоки страхове на турската общност – религия, етническа идентичност, съхранение на обичаи и традиции. В това отношение реакциите на турските избиратели са еднозначни – те винаги застават на страната на "защитата на общността". Симбиозата обаче между религия, традиция и обичаи, прави от политиката не индивидуален автономен избор, а единствено и само защита на

общностен статут. Патернализъмът, строгата йерархичност, властта на лидера в една затворена общност създават идеалната среда за практикуване на прото-политика, която ограничава всяко самостоятелно политическо действие.

По време на местните избори от 2007г., както и на частичните през 2008г. като вече значимо обществено явление се очерта възникването на кръг от "партии", основани главно на лични бизнес интереси, вотът за които също не е зависим от обществените нагласи. Те постигнаха изборен успех чрез икономическо мотивиране на избирателите под формата на директни парични суми, обвързване на вота с работни места или раздаване на различни предмети.

Изключение от общата класификация за момента правят най-новите играчи на политическата сцена Българска Нова Демокрация и Движение „Напред“.

Разнородният характер на партиите, включени в сформирания в края на 2008г. **Движение „Напред“** и все още ниската запознатост на избирателите с него не позволяват то да бъде вписано в някоя от общите категории.



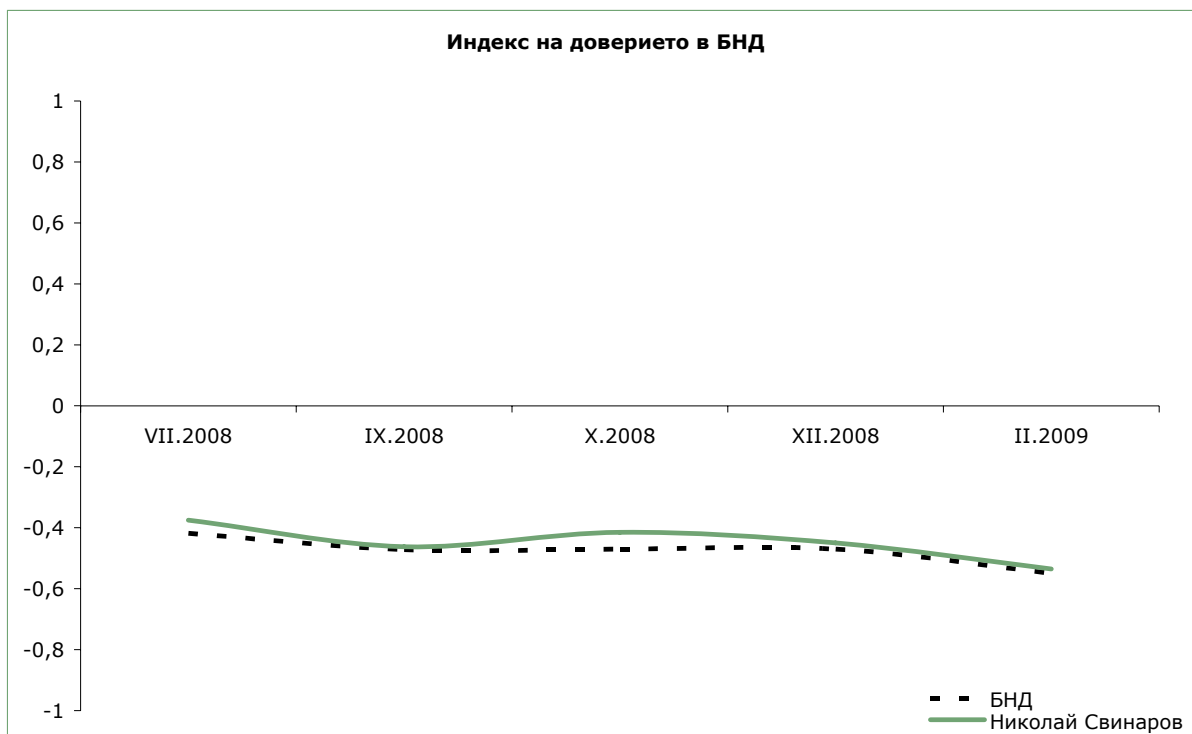
*Индексът е формиран чрез изчисление на разликата между положителните и отрицателни оценки за партията/лидера. При отрицателна стойност на индекса, негативните оценки преобладават със съответния дял над положителните.

Най-разпознаваемата в коалицията партия – **ВМРО** – през последните години се откроява като по-одобрявана от много други, но така и не успява да превърне постигнатото обществено доверие в по-значима електорална подкрепа. Отделни инициативи на партията се приемат положително от хората, но липсва цялостна идеологическа концепция, върху която да се формира устойчива социална база. Мнозинството от гражданите подкрепят идеите за защита на българските интереси в различни политически и икономически аспекти, но продължават да свързват ВМРО с архаични национални каузи от началото на 20-ти век, вместо със съвременни политически идеи.

Лидерът Красимир Каракачанов е сред политическите представители със сравнително добър обществен имидж. Това обаче се оказва недостатъчно за трайно привличане на избиратели, поради което към момента ВМРО не успява самостоятелно да мобилизира достатъчна за парламентарно представителство електорална подкрепа.

Другият партньор в коалицията – партия **ЛИДЕР** – все още е слабо позната на избирателите и мнозинството от тях не могат да определят отношението си към нея. Силно противоречиво е мнението и за подкрепящия я бизнесмен Христо Ковачки, което кара значителна част от избирателите да проявяват резервираност към новата формация.

В резултат общественото доверие към Движение „Напред“ е по-ниско от одобрението за ВМРО и по-високо от това за ЛИДЕР, но образът на коалицията е доминиран от характеристиките на партия „Лидер“.



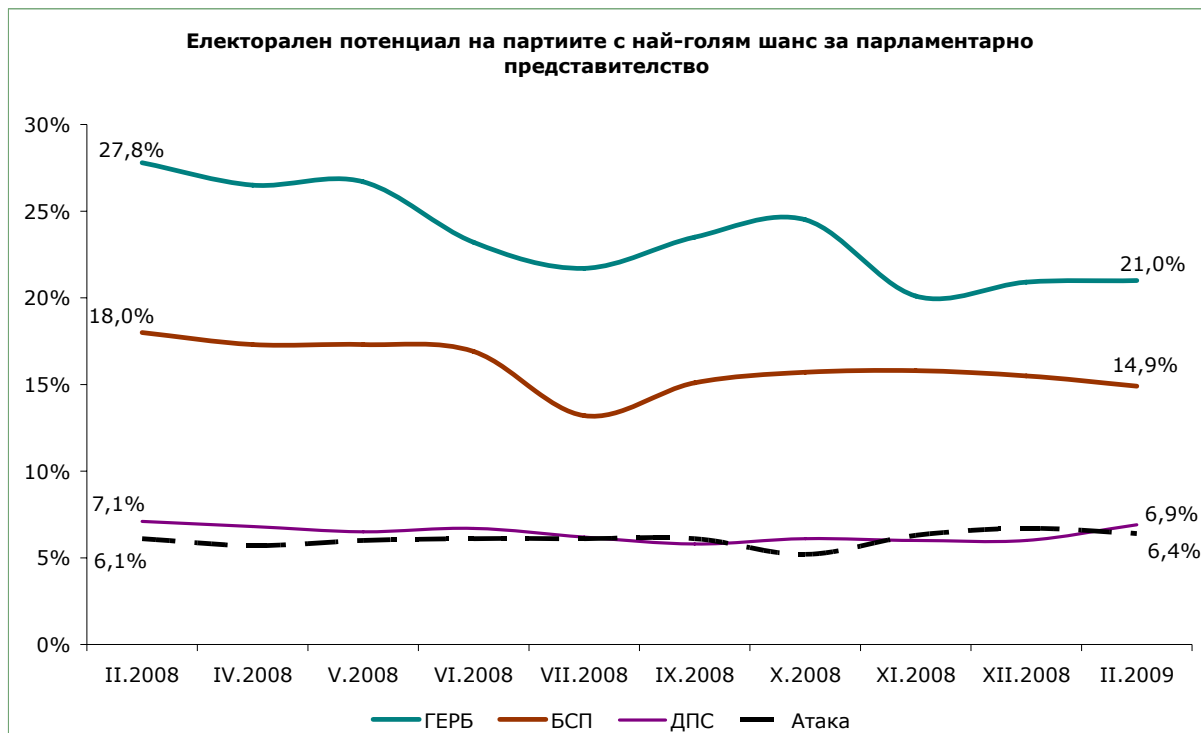
**Индексът е формиран чрез изчисление на разликата между положителните и отрицателни оценки за партията/лидера. При отрицателна стойност на индекса, негативните оценки преобладават със съответния дял над положителните.*

Пред задачата да изгражда социална база е изправена и партията, възникнала около напусналите НДСВ депутати - БНД. Основен проблем пред нея е ниската ѝ разпознаваемост, както и твърде противоречивото отношение в средите на десните избиратели, където тази партия се позиционира.

Ерозия в подкрепата за управляващите, колебание в потенциала на опозицията

Приближаването на изборите и тенденциите в нагласите на хората поставят с още по-голяма острота въпроса за общественото доверие в партиите, нито една от които за момента не успява да привлече достатъчно широка подкрепа. Месеци преди изборите, доверието в управляващите е застигнало в минимални граници, а опозицията все още не успява да мотивира разочарованите. Нагласите на избирателите към момента не дават на нито една партия нужното за самостоятелно правителство мнозинство. Ако тенденцията запази посоката си, много по-възможна изглежда перспективата за коалиционно управление.

През цялата 2008г. електоралните нагласи на избирателите очертават най-големи шансове на четири партии за представителство в следващото Народно събрание: ГЕРБ, БСП, ДПС и Атака.

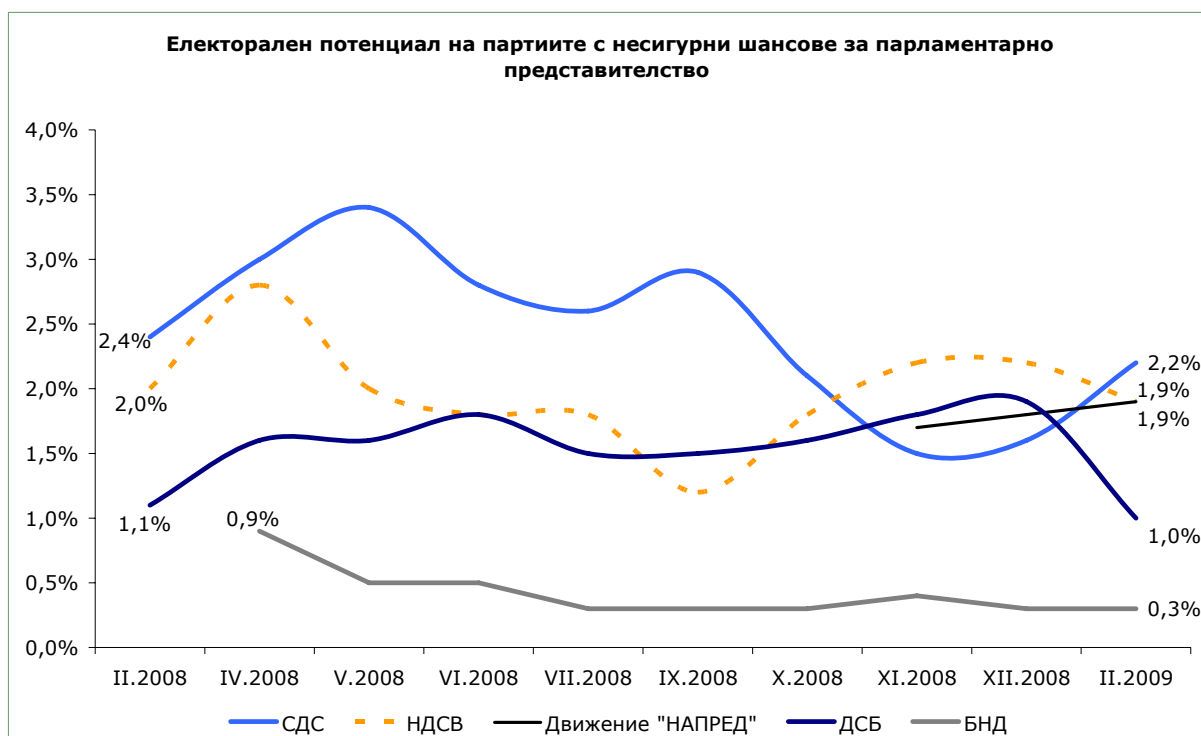


ГЕРБ държи лидерска позиция с потенциал от около 21% от общия брой избиратели. Той обаче все още няма ясно оформен профил, поради което се отличава със силна неустойчивост и подвластност на различни ситуативни фактори. Подкрепата за ГЕРБ е съпроводена със съществена динамика през цялата 2008г.

Разочарованието от управлението води до значима ерозия в подкрепата за БСП и спад на електоралния ѝ потенциал до 15% от избирателите. Най-съществен отлив е налице в малките населени места, като на този етап в градовете това носи позитиви за ГЕРБ, а в селата – за ДПС.

Другите двама сигурни представители в парламента са ДПС и Атака. През цялата година двете партии имат близка по обем подкрепа от 6% - 7% от общия брой избиратели.

Електоралният потенциал на останалите партии остава под или около 4%-та граница за парламентарно представителство. СДС, ДСБ, НДСВ, Движение „Напред“, БНД са изправени пред предизвикателството да разширяват обема на електоралната си подкрепа, а част от тях – тепърва да изградят и по-консистентна социална база.



През първите месеци на годината, в която ще се проведат изборите за европейски и национален парламент, нагласата за отказ от гласуване сред разочарованите избиратели остава по-силна, отколкото преориентацията им към опозиционните партии. Намерение да не участват в изборите заявяват около 40 на сто от пълнолетните жители на страната. Сред тях са не само традиционно негласуващите през последните години избиратели в тежко социално и материално положение. Все по-силно колебание проявяват и представители на икономически активните социални слоеве в София и големите градове, хора с добра работа, с високи доходи и добър социален статус.

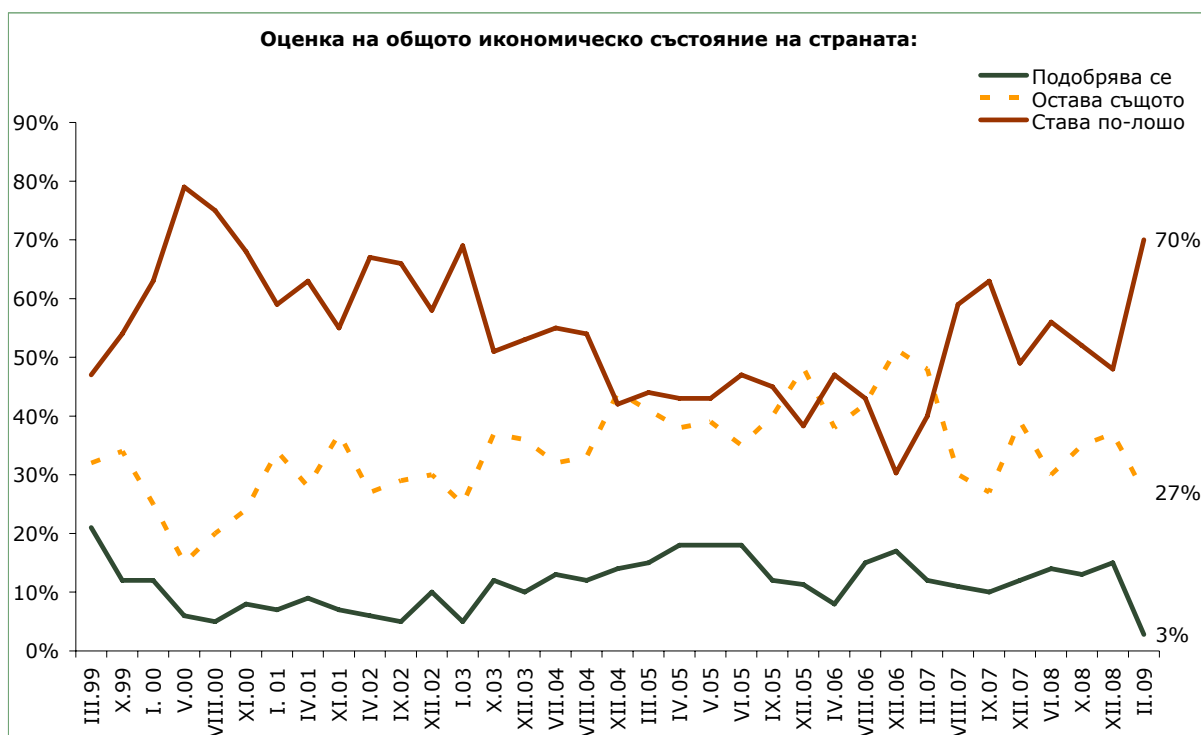
Мобилизирането на вота на разочарованите потенциални десни избиратели е едно от предизвикателствата пред настоящите избори. В тази ситуация се очертава ясна тенденция - колкото по-големи са шансовете за дясно обединение, и съответно – за увеличаване на изборната активност, толкова по-малки са рисковете от пробив на непредвидени играчи и неочаквани обрати в изборните резултати.

ИКОНОМИЧЕСКА СРЕДА И ФИНАНСОВО ПОТРЕБЛЕНИЕ

Тенденции в икономическото състояние на страната и домакинствата

Оценка за икономическото състояние на страната

След близо четиригодишна икономическа стабилизация, ефектите от световната финансова криза повлияха чувствително на оценките за икономическото състояние на страната и домакинствата. Нарастват песимистичните настроения, връщайки се на нива близки до началото на 2000-та година. (70% смятат, че икономиката в страната се влошава). Толкова силно акумулиране на негативни оценки – на макро, на микро равнище и в очакванията за близкото бъдеще, Алфа Рисърч не е регистрирала от 2003 година насам.

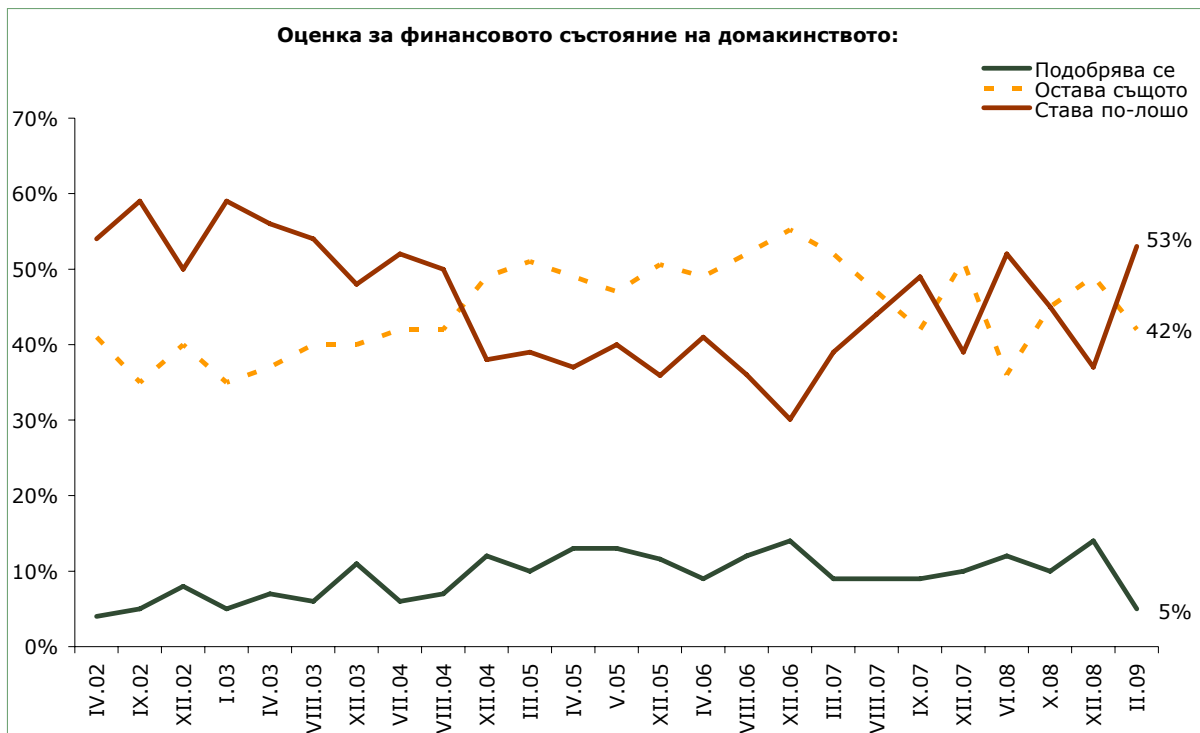


В среда на влошаваща се икономическа конюнктура с относително най-позитивни нагласи се открояват високообразованите българи и жителите на София, където традиционно живеят хора с по-висок материален статус. Най-притеснени от икономическото развитие на България са жителите на по-малките градски центрове, занимаващите се с физически труд и хората с по-ниско образование, които може да

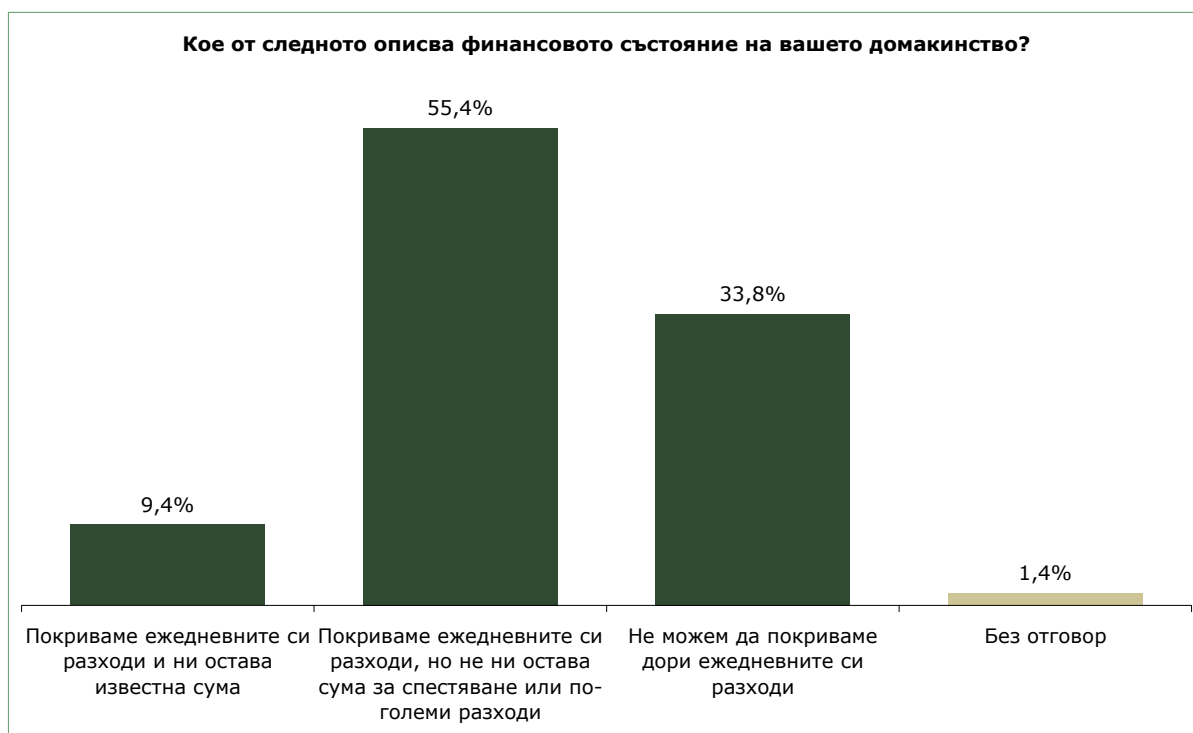
се предполага, че първи са усетили тежестите от високото равнище на инфлация и световната финансова криза.

Оценка за финансовото състояние на домакинствата

Аналогично на тенденцията за влошаване на оценките за икономическото състояние на страната, нарастват негативните оценки и за личното финансово състояние. Само два месеца (от декември 2008г. до февруари 2009г.) делът на домакинствата, които смятат, че финансовото им състояние се е влошило, е нараснал с 16 пункта.



Тези оценки растат във всички социални групи, но най-интензивно сред хората с по-нисък материален статус и образование. Новото е, че към тях в края на 2008 година се прибавят и представителите на т-нар. "средна класа" – служители, хора в активна възраст, заемащи средна ръководна или изпълнителска позиция, с по-високо образование, включително и представители на бизнеса. Тази тенденция е твърде негативна, тъй като точно на средната класа в най-голяма степен се дължеше ръста в кредитирането, потреблението и изобщо – икономическото оживление в страната. В тази ситуация 34% от домакинствата споделят, че не могат да покриват ежедневните си разходи. Останалите 65% от българските семейства декларират, че успяват все още да поддържат баланс между своите приходи и потребление. Най-голям обаче е делът на онези, чиито доходи стигат основно за покриване на ежедневните разходи, но не и за спестяване, или реализиране на по-големи покупки.



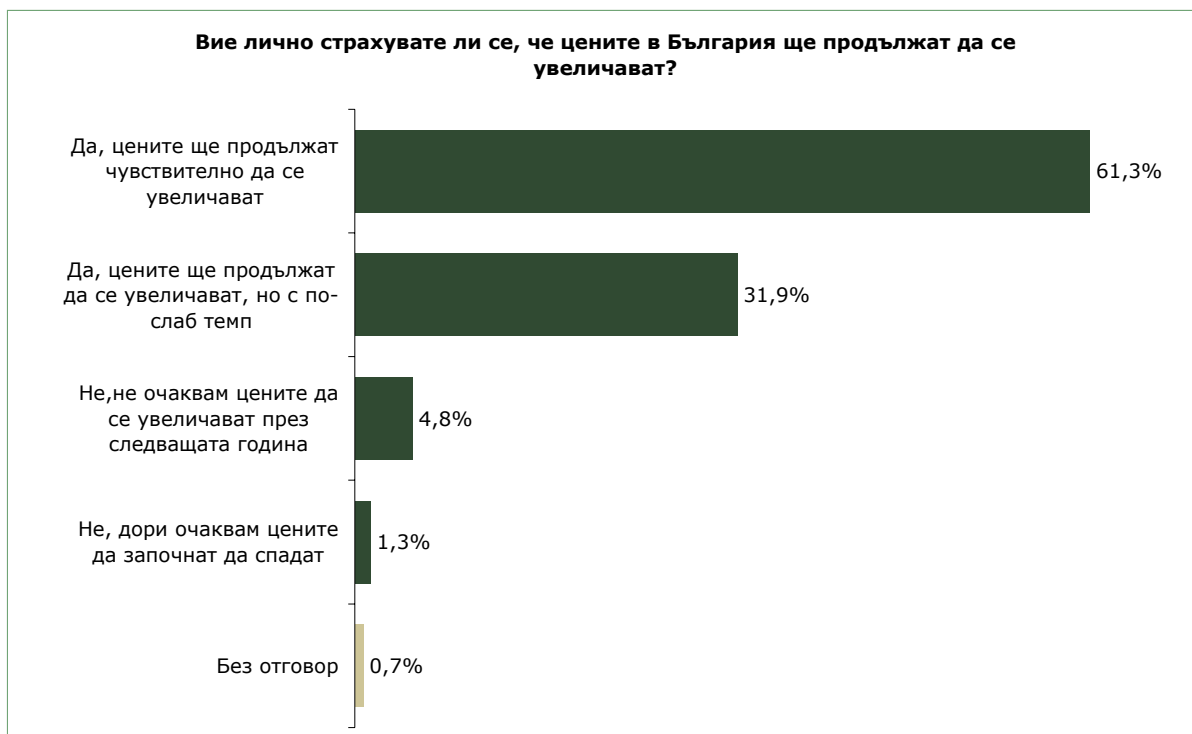
Очаквания за промяна на икономическата ситуация

В края на 2008г. очакванията за промяна на икономическата ситуация в страната са най-негативните от 2006г. насам.

Очакванията за промяна на икономическата ситуация в България през следващата година:

	Декември 2008г.	Декември 2007г.	Декември 2006г.
Очаквам подобрене	26% ↓	33%	42%
Без промяна	39%	35%	36%
Очаквам влошаване	35% ↑	31%	20%

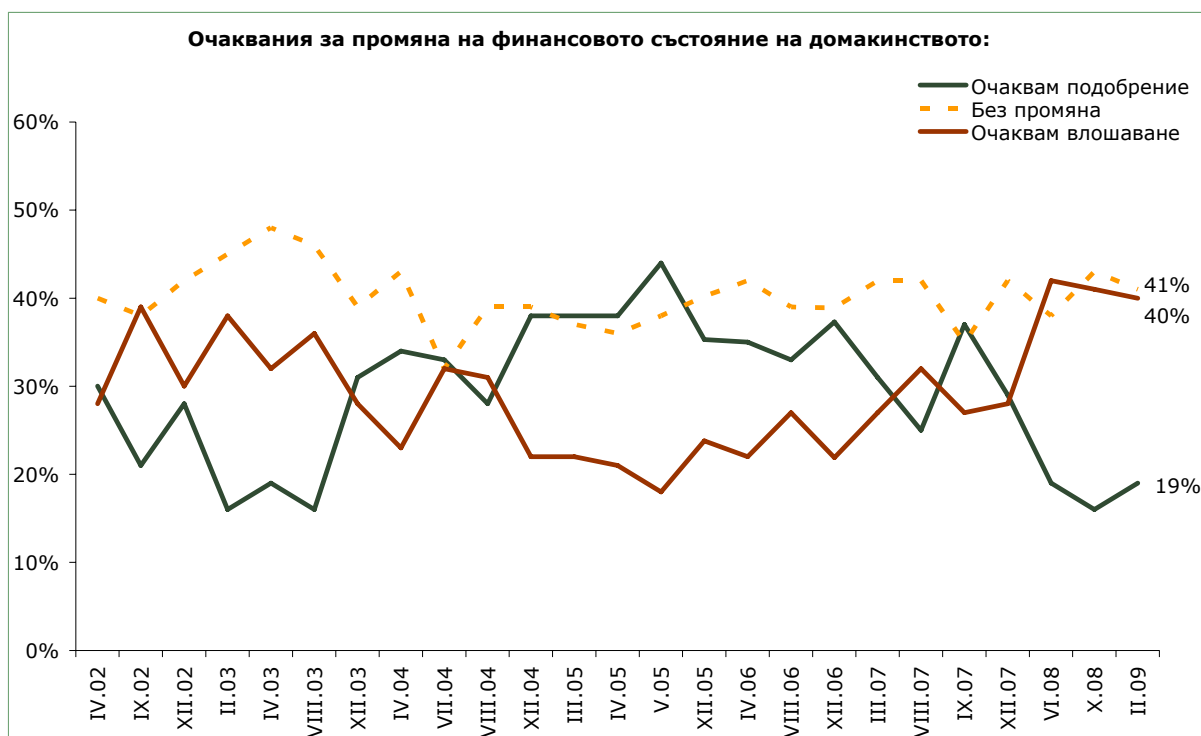
Повлияни от високата инфлация и започващите промени в пазара на труда, мнозинството от българите се опасяват, че цените ще продължат да се увеличават, а тяхната покупателна способност – да намалява.



Две трети от пълнолетните жители на страната се страхуват, че цените в България ще продължат чувствително да се повишават. Други 32% очакват цените да продължат да се увеличават, макар и не толкова бързо, както през 2008 година. Само 6% от гражданите имат оптимистични очаквания и не смятат, че цените ще се увеличават през следващата една година.

В личен план инфлацията се разглежда като един от най-силните негативни фактори, влияещи върху потребителските нагласи. Очакванията за нейното нарастване сериозно влияят върху общото икономическо и финансово поведение.

Песимизмът за общото развитие пряко влияе върху очакванията на българите за финансовото им състояние в личен план, а негативните нагласи рязко се покачват. Около 40% от домакинствата очакват влошаване. Все повече намалява оптимизма за подобрене в краткосрочна перспектива. Имайки предвид, че през последните две години се е движил в порядъка от около 30 на сто, то спадът през февруари 2009 г. до 19% е най-силният срив за последните шест години.



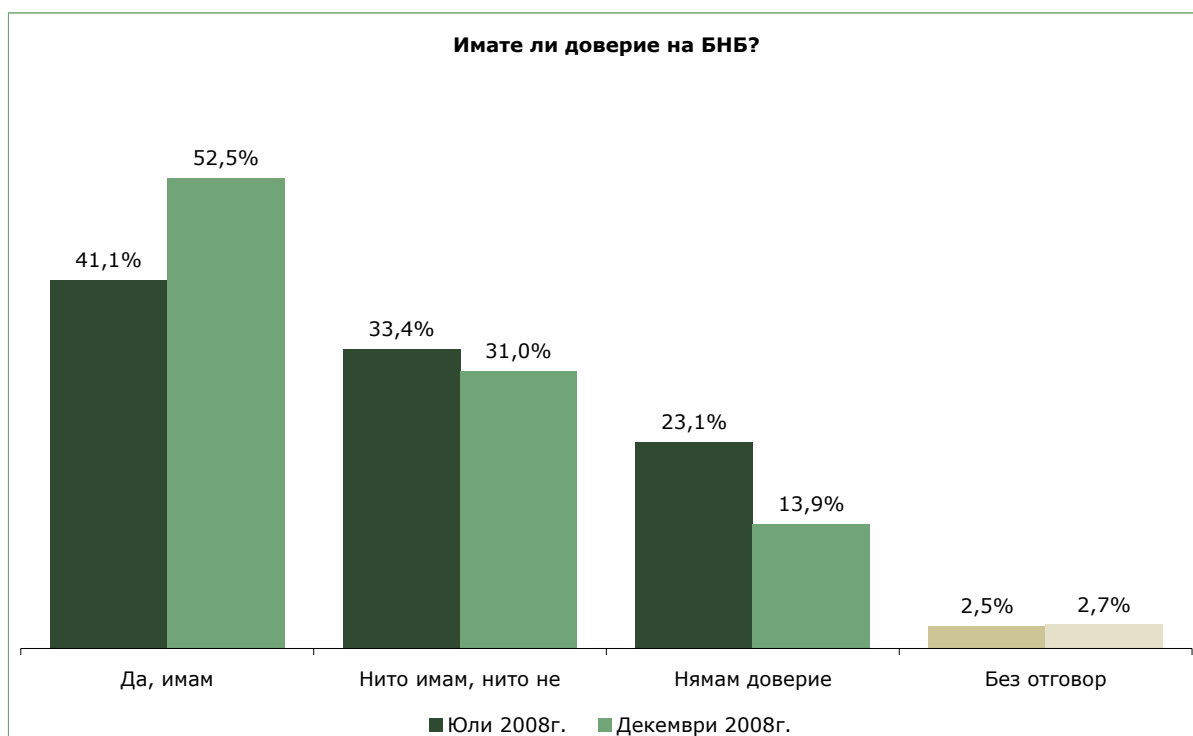
По-големи оптимисти за бъдещето остават единствено жителите на София с високо образование и относително високи доходи, заемащи висши и средни ръководни позиции.

И тъй като тази тенденция на повишен песимизъм ще продължи да доминира страховете на българите и в близко бъдеще, може да се очаква икономическото поведение на българите да става все по-рестриктивно както по обем, така и по интензивност.

Банки във време на криза

Доверие към БНБ

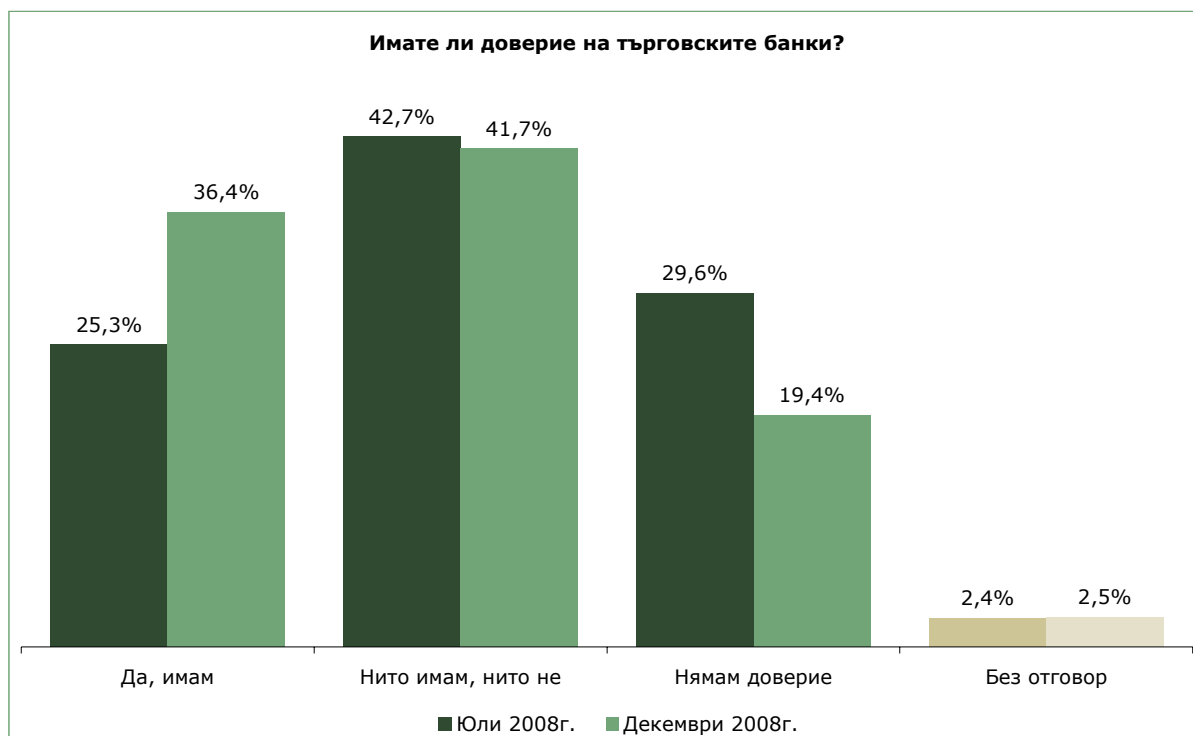
Въпреки негативните икономически тенденции през втората половина на 2008г., финансовите институции успяха да удържат на удара, запазвайки спокойствието и стабилността на междубанковия пазар в България. Това неминуемо се отрази върху общественото доверие. Данните от месец декември показват, че след известни колебания в оценките, съпровождащи масираните медийни съобщения за фалити на големи международни банки в САЩ и Европа, доверието към банковия сектор в България се покачва. От юли до декември 2008г. с близо 11% се покачва доверието и с около 9% спада недоверието към БНБ.



Юлското проучване, проведено в периода около най-резките скокове в лихвените проценти, отразяваше нагласите в един свръх негативен социален контекст. Фактът, че след този момент обществените оценки се нормализират е сам по себе си позитивен знак за финансовата стабилност.

Доверие към търговските банки

Аналогични промени се наблюдават и в доверието към търговските банки. От юли до декември доверието към търговските банки се покачва с 11%, а недоверието спада с близо 10%.



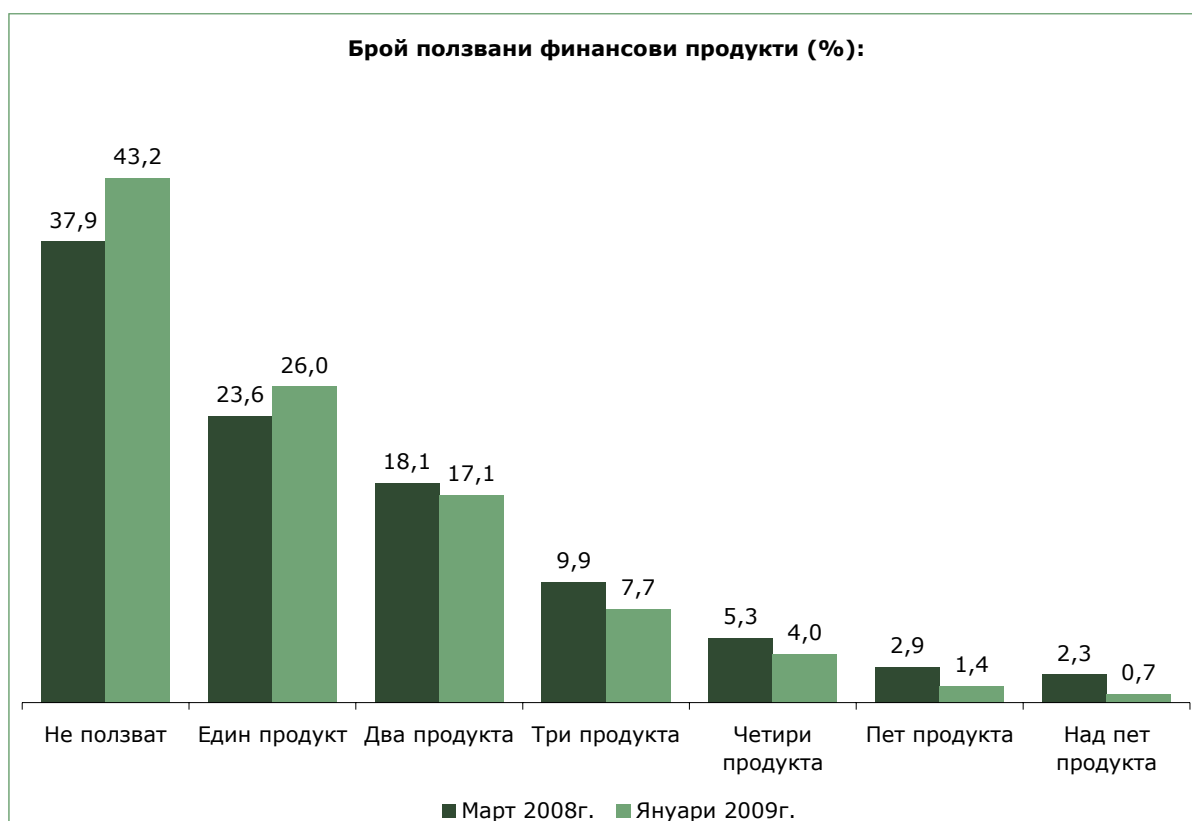
За разлика от отношението към БНБ обаче нивото на доверие тук е по-ниско. Измерени в относителни дялове разликите в доверието към БНБ и към търговските банки са съществени: „доверието“ е съответно в съотношение 53%:36%, а „недоверието“ – 14%:19%.

Ръст на доверието към банковия сектор е налице във всички социално-демографски групи, но все пак дълбочинният анализ на данните показва, че в най-голяма степен се увеличава доверието сред жителите на София и в малките населени места. В тези групи позитивните оценки нарастват приблизително с 18%, като паралелно с това рязко спада недоверието (в София и селата – почти двойно в сравнение с месец юли 2008).

Същевременно, съществува и една друга група, която през целия период не променя мнението си за стабилността на банковата система в България. Това са жителите на областните градове, при които изследванията не регистрират значима структурна промяна в общественото доверие.

Финансово потребление

През последните години финансовият пазар в България претърпя значително развитие, което се изразява както в нарастване на дела на хората, ползващи банкови и застрахователни продукти, така и в увеличаване на средния брой ползвани продукти от даден потребител. Въпреки тази положителна тенденция обаче, в началото на 2009 година като резултат от световната финансова криза и от влошаването на общото икономическо състояние на страната, е налице свиване на потреблението на финансови услуги у нас. По-значителен спад се забелязва в използването на кредитни карти, влогове и депозитни сметки. Намаляването на кредитите е резултат както от рестриктивната политика на банките, прилагана в края на 2008г., така и от отдръпването на потребители, поради страхове от невъзможност да погасяват задълженията си. Ограниченият достъп до кредитиране и влошеното икономическо състояние на страната са причина определени групи от населението да използват спестяванията си за покриване на ежедневни разходи. Намаляването на потреблението е основно за сметка на жителите на малките градове, упражняващите свободни професии, както и хората с по-ниски разполагаеми доходи (100-200лв. на член от домакинството).



В зависимост от практиките и интензивността на потребление могат да бъдат очертани три основни групи в потребители на финансови услуги:

- **Изключени от пазара**

Хората, които не използват финансови продукти са преди всичко жителите на селата, съответно по-възрастни (над 55 годишни), пенсионери, безработни с ниски доходи (под 250 лева личен месечен доход).

- **Пасивни потребители**

Като пасивни потребители на финансови услуги се очертават представителите на по-младите възрастови групи (18-24г.), хората упражняващи ръчен труд, или служители на изпълнителски позиции със средни доходи (250-400 лева личен месечен доход). Тези потребители използват обикновено по-ограничен брой (един до два) базови финансови продукта (дебитна карта, разплащателна сметка, потребителски кредит).

- **Активни потребители**

Това са основно жителите на градове на възраст 25-55 години, служители, упражняващи свободни професии и частни собственици, с по-високи спрямо средното за страната доходи. Интересно е, че въпреки свиването на пазара, тази група продължава интензивно да използва финансови услуги. Нещо повече, тя започва да се диверсифицира, като вътре в нея се обособяват отделни сегменти, различаващи се както по интензивността на използваните продукти, така и по навици и стил на поведение:

- Сегмент „консервативни“ – 55% от активните потребители на финансови услуги – това са основно жители на градовете извън София, във възрастовата група 46-55г., със средно образование, упражняващи ръчен труд, а също така и служители на изпълнителски позиции с по-ниски за тази група доходи (400-500 лева личен доход). Потребителите от този сегмент могат да бъдат определени основно като хора, които си правят сметка на парите (не „пръскат“ пари), като по-скоро биха отложили покупката си, но трудно биха взели заем, или кредит. Гражданите от тази група не си позволяват дори дребни излишества или луксове, извън планираните разходи. Те са привърженици на изпитаното, утвърденото, като това е валидно и за потреблението им на финансови услуги – предпочитат да плащат в брой, притежават предимно дебитни карти, но много малка част от тях използват електронен начин на разплащане. Потребителите от този сегмент са по-скоро в позицията на допитващи се за съвет до приятели и роднини при важен избор.

○ Сегмент „умерени“ – 25% от активните потребители на финансови услуги – и тези потребители на финансови услуги са локализирани извън София, но те се характеризират с това, че са по-високо образовани, основно 34-45 годишни, упражняващи свободни професии, самонаети, частни собственици, както и заемачи средни ръководни длъжности със средни към високи доходи (500-1000 лева личен месечен доход). И тези представители на разглежданата група харчат „разумно“, но за разлика от сегмента „консервативни“, предпочитат да купят това, което са решили на момента, дори това да е свързано с вземане на пари назаем, на кредит. Позволяват си дребни излишества, но не в толкова голяма степен както при представителите на сегмента „иновативни“. По-скоро са привърженици на изпитаното, утвърденото – позволяват си да плащат с карта, но все още предпочитат да извършват финансови операции на място в клоната на институцията. Обикновено те се съветват с приятели и познати при важни покупки или друг избор.

○ Сегмент „иновативни“ – 20% от активните потребители на финансови услуги – представителите на този сегмент са основно жители на столицата, високо образовани, 25-35 годишни, предимно служители на висши ръководни длъжности, свободни професии и частни собственици с високи доходи (над 700 лева личен месечен доход). Гражданите от този сегмент се очертават като най-иновативните потребители на финансови услуги. Те определят себе си като обичащи да харчат (с „широки пръсти“). Повече от всички останали биха взели пари на заем или на кредит, но ще купят това, което искат в момента. Представителите на този сегмент в много по-голяма степен от останалите предпочитат да плащат с карта и да използват електронен начин на достъп до финансовата институция. Те не се притесняват да експериментират, нямат проблем да си позволят дребни излишества, които не са предвидени в бюджета им. Тези потребители могат да бъдат определени по-скоро като лидери на мнение в референтните групи, към които принадлежат.

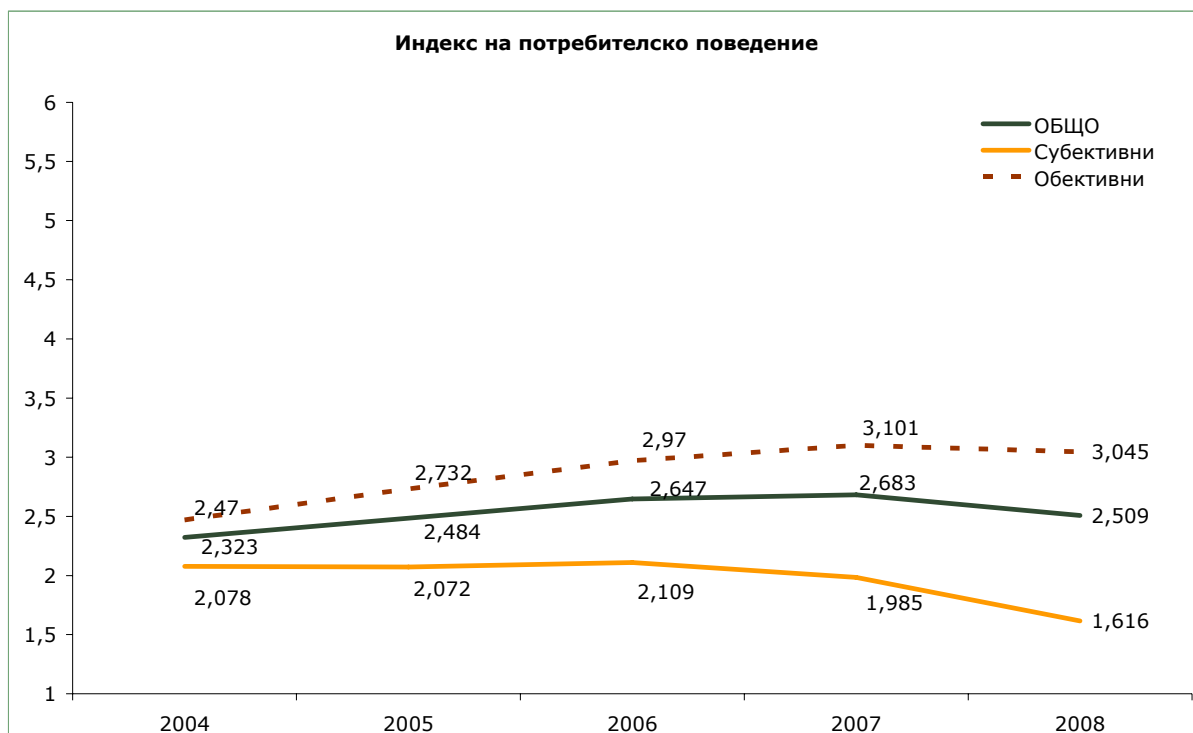
Към момента на финансовия пазар в България потреблението на банкови услуги е значително по-активно от това на застрахователния. Това е валидно в още по-голяма степен за доброволните застраховки – хората използващи поне един банков продукт са 57%, докато тези, имащи сключена доброволна застраховка са едва 19%. Хората, които ползват някакъв тип доброволна застраховка са предимно жители на София и областните градове, 35-55 годишни, служители, свободни професии и частни собственици, на средни и висши ръководни позиции, с високи доходи (над 700 лева личен месечен доход).

Основната причина за сравнително малкия брой потребители на подобен род услуги, е все още доминиращото консервативно поведение, което имат мнозинството от хората. Дори и сред групата на активните потребители преобладава възприятието за застраховането като средство преди всичко за предпазване от неблагоприятни обстоятелства, а не толкова като форма на инвестиция. В ситуацията на финансова криза тази нагласа едва ли скоро ще бъде променена, което създава предпоставки за запазване потреблението на подобен род продукти на ниско равнище.

Индекс на потребителско поведение

Ръст на песимистичните очаквания

Индексът на потребителско поведение¹, разработен от Алфа Рисърч на база регулярния икономически мониторинг, показва лек спад в доходите и реалното покупателно поведение през 2008 г., съпътстван от по-значителен спад в оценките, които българите дават за своя „икономически статус“ и за развитието на страната.



Страховете, свързани с ефектите от световната финансова криза у нас, посъпването на тока и горивата през последната година, продължаващите високи нива на инфлация се отразиха предимно върху субективните компоненти на Индекса, които бележат чувствителен спад спрямо 2007г. и достигат най-ниската точка от периода на неговото създаване (2004г.) до сега.

От потребителска гледна точка 2008 г. се отличава твърде слабо от предходните години. Реализираните покупки на повечето уреди и стоки за дома са близки до стойностите от 2007г., а някои от уредите от ново поколение бележат дори лек ръст (плазмен и цифров телевизор, цифрова телевизия, съдомиялни машини и др.). Като цяло, ако се съди по обективните компоненти на Индекса, България "се връща" до нивата от 2006-2007г., за разлика от ситуацията при субективните компоненти, където тя "се връща" под нивата от 2004г. Спадът на хората, реализирали поне една

¹ Индексът има стойности от 1 до 6 и измерва покупателното поведение чрез обективни индикатори (доходи, реализирани през последната година покупки на домакинска техника и комуникационни технологии, жилища, леки автомобили и др.) и субективни индикатори (оценка за икономическото състояние на страната и домакинствата, намерения за бъдещи покупки, оценка на съотношението разходи спрямо доходи) .

покупка на стоки за дома, е в рамките на 8% - от 45% през 2007 на 37% през 2008г. Сравнително слабо забавяне на темпа на потребление през 2008 г. е остатъчен резултат от икономическото оживление и нарастване на доходите, с което се характеризираше България през последните години. В сравнение с много от развитите икономики, скоростта, с която кризата се развива у нас, е по-бавна и ще се усети по-чувствително през настоящата и следващите години.

Начален спад в потребителското поведение

Покупките на черна и бяла техника през 2008 г., както и на по-големи предмети за бита, се вписват в регистрираните през последните години обеми. Доколкото има спад, той е по-скоро в дела на хората, които реализират тези покупки. Те вече са съсредоточени в по-малък кръг потребители. Същевременно, намеренията за покупка и цялостното потребителско поведение също показват лек отлив, но към момента той е по-скоро в рамките на нормалните за период на криза ограничения.

	Притежания на домакинствата 2008	Покупки през 2004	Покупки през 2005	Покупки през 2006	Покупки през 2007	Покупки през 2008	Намерения за покупки през 2009
Цветен телевизор	95,5%	7,5%	6,5%	5,7%	4,8%	3,7%	0,8%
Хладилник	95,3%	2,9%	2,8%	4,9%	4,9%	6,2%	2,5%
Готварска електрическа печка	94,1%	1,7%	4,1%	4,5%	4,7%	5,2%	3,6%
Автоматична перална машина	77,3%	3,6%	4,8%	5,5%	6,8%	5,6%	3,0%
Собствено жилище	64,2%	1,0%	1,1%	1,5%	0,7%	1,5%	2,8%
Кабелна телевизия	63,8%	6,5%	4,1%	3,7%	4,2%	2,5%	0,4%
Микровълнова печка/ фурна	55,0%	4,5%	5,0%	8,0%	7,6%	6,9%	3,0%
Стационарен телефон	52,7%	0,7%	0,8%	0,6%	0,4%	-	0,3%
Фризер	52,1%	2,8%	2,1%	3,0%	2,7%	2,1%	0,4%
Лека кола	48,6%	4,0%	5,0%	3,4%	6,9%	7,6%	11,2%
Домашен компютър/ лап топ	36,9%	3,8%	4,8%	5,9%	6,7%	6,9%	6,6%
Домашен интернет	33,0%	2,9%	4,1%	6,3%	7,7%	5,6%	1,0%
Алуминиева/ PVC дограма	27,2%	2,5%	4,7%	8,1%	8,1%	8,7%	5,2%
DVD плейър/ рекордер	26,3%	3,3%	5,4%	7,3%	5,4%	3,4%	1,0%
Дигитален фотоапарат/камера	21,5%	-	-	4,6%	5,6%	5,0%	2,5%
Климатик	18,7%	2,2%	1,9%	3,1%	4,7%	3,0%	3,3%
Ni-fi музикална уредба	16,8%	2,1%	2,6%	3,1%	1,5%	0,6%	0,4%
Дискмен, MP-3 плейър	13,8%	1,6%	3,4%	3,2%	3,3%	2,5%	0,3%
Собствена сателитна чиния	13,2%	0,7%	0,8%	0,9%	1,3%	0,8%	0,1%
Цифрова телевизия	12,1%	-	-	1,7%	2,2%	4,7%	1,5%
Плазмен/LCD телевизор	11,3%	-	-	1,0%	3,3%	5,5%	5,0%
Система за домашно кино	8,8%	1,2%	1,8%	2,2%	2,3%	1,9%	1,1%
Съдомиялна машина	5,8%	0,6%	0,5%	1,0%	1,6%	2,2%	2,2%
Мотопед/мотоциклет	4,4%	0,2%	0,6%	0,2%	0,8%	0,3%	0,8%

Три пазарни сегмента бележат чувствителен ръст през последните години – алуминиевата и PVC дограма, домашният интернет достъп, компютрите, цифровите технологии. Това са пазарите, които имат най-бърз темп на разрастване. Всяка една от тези придобивки утроява своя дял само за пет години.

Друг уред, който бележи макар и постъпателен ръст, са автоматичните перални машини. През 2000г. едва половината от българските домакинства са имали автоматична пералня. През 2008г. техният дял надхвърля три четвърти (77%).

Значителен е ръстът и при климатиците. От едва 1-2% през 2000г. днес те са обхванали 19% от българските домакинства.

Движение е налице и сред електроуредите, които имат високо ниво на проникване в български условия – хладилници, цветни телевизори, готварски електрически печки. Покупките при тях се движат между 4% и 6% на година. В тази категория обаче по-скоро може да се говори за подмяна на стари електроуреди, отколкото за разрастване към нови групи и домакинства.

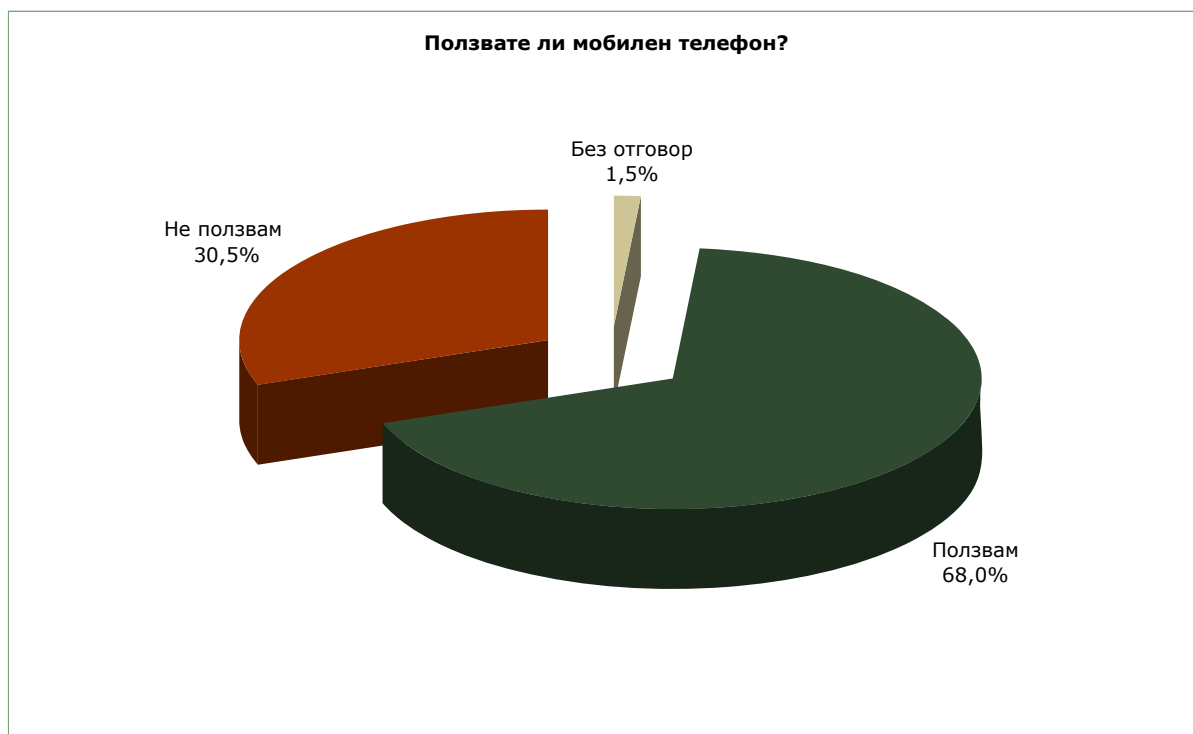
Цялостният анализ и сравнението между мнения и поведение на гражданите показват, че страховете от световната финансова криза са се отразили в много голяма степен върху очакванията на българите и по-слабо – върху реалното потребление.

ТЕЛЕКОМУНИКАЦИИ И ИНТЕРНЕТ

Малко са любопитните новини от сферата на телекомуникациите за 2008г. Докато през 2007 за първи път броят на потребителите на мобилни телефонни услуги надмина броят на потребителите на стационарна телефония, продължавайки да расте, то през 2008 делът на ползващите услугите на някой мобилен оператор остана непроменен. Активността в този сектор намери израз главно в преминаването към ползване на повече от един оператор от страна на наличните вече потребители. По отношение на Интернет има повече положителни новини. За 2008 делът на потребителите се увеличава от 28% на 38% в края на годината, като се запазва тенденцията за ръст с близо една трета на година. Разбира се, този процес продължава да е много по-динамичен в най-големите градове (над 100 000 души), докато едва един от всеки четири потребители на мрежата живее в малко населено място.

Мобилни телекомуникации

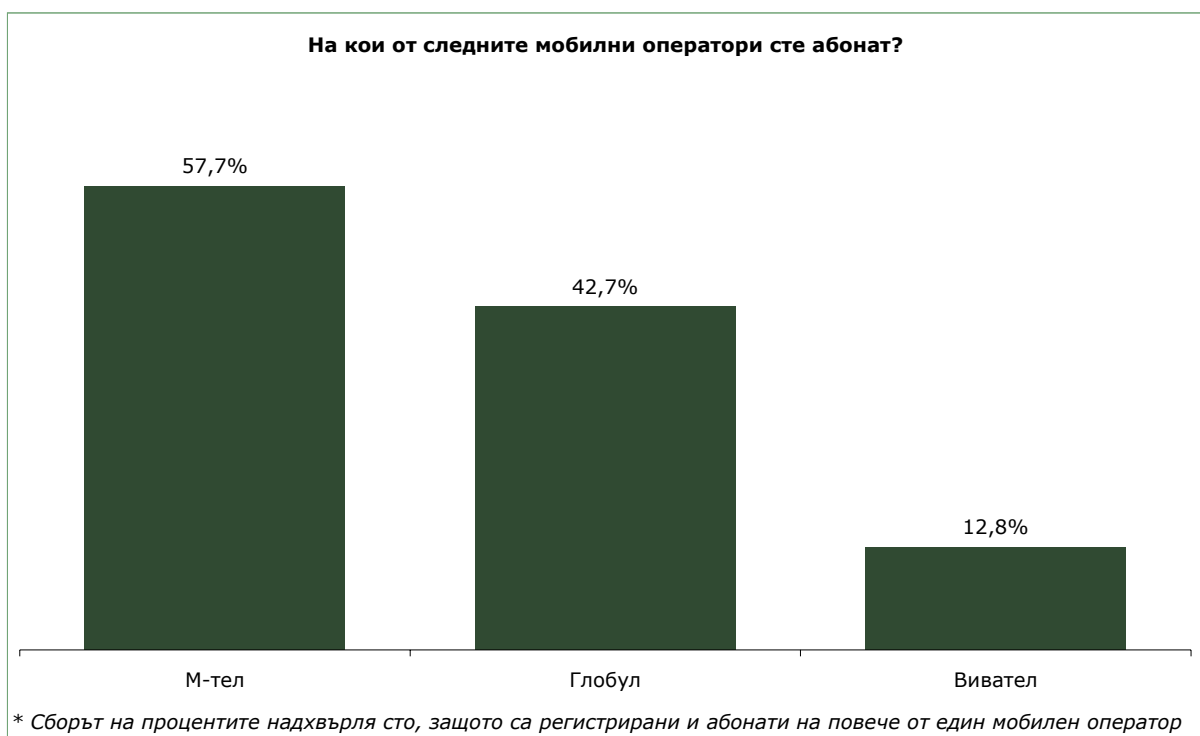
Понастоящем 68% от пълнолетното население на страната ползва мобилен телефон. Тази цифра не се е променила спрямо 2007 година, което е ясен знак, че насищането на пазара е достигнало на практика своя предел.



Този резултат показва, че процесът на привличане на потребители сред пълнолетното население е почти приключил, като операторите могат да разчитат на приток от напълно нови потребители, преимуществено сред младежите под 18 години.

Доколкото на пазара има динамика, тя е в обмена на потребители между операторите, както и сред онези потребители, които са абонати на повече от един оператор, или притежават повече от една карта на един и същ оператор. Очевидно, различните оферти способстват за тази динамика, колкото и нелогично (и неудобно) на пръв поглед да изглежда притежаването на повече от един мобилен телефон.

През 2007 година близо половин милион пълнолетни българи са ползвали услугите на повече от един оператор (което е около 8% от пълнолетното население на страната). През 2008 година този дял достига 10%, като в същото време още 9% имат повече от една карта при един и същ оператор. Което означава, че почти всеки пети пълнолетен българин (или малко над един милион души), поддържат повече от една СИМ карта, очевидно търсейки по-голяма финансова изгода за себе си.



Пазарните дялове на операторите остават почти непроменени през последната година. Лек ръст има при Глобул и Вивател. През февруари 2009г. Мтел държи 58% от пълнолетните потребители в страната, което е дял близък до дела му от началото на 2008г. Следва Глобул, чийто дял е леко увеличен – 43% в момента, при 41% преди година. Лек ръст отбелязва и Вивател – 13% сега, при пазарен дял от 10% преди година.

Абонатите на трите оператора обаче имат различна склонност да търсят услугите и на алтернативен доставчик. Така например, най-„консервативни“ са клиентите на Мтел - едва 19% от тях са абонати и на друг оператор. При Глобул този дял е 23%. При Вивател – 44%.

Обобщените резултати в края на 2008 година показват, че около 4.5 млн. потребители в страната притежават малко над 5.8 млн. активни СИМ карти. Ако добавят и картите, притежавани от непълнолетните потребители, тази бройка едва ли би надминала 6.5 милиона. А това са цифри доста различни, от отчитаните от играчите в бранша, според които активните карти в страната са над 11 милиона. (в-к Капитал, брой 9, 6 март 2009, статия „Развален телефон“, цитат: *„Населението на България по официални данни на Националния статистически институт е 7.6 милиона души, а около 72% от тях ползват мобилен телефон. По данни на мобилните оператори пък проникването на мобилни услуги в страната е достигнало 142%, а според специалисти от бранша активните карти на мобилните оператори са надминали 11 милиона“.*)

Интернет потребление

Към края на 2008 Интернет потребителите в България обхващат около 38% от пълнолетното население, или приблизително 2 429 000 души. През последните години нарастването е приблизително с една четвърт до една трета на година. Основните „нови потребители“ са жители на столицата и големите градове, в по-младите възрастови групи (18-40), предимно служители на изпълнителски позиции със средни към високи доходи.

Групите, в които се забелязва най-бързо темпото на нарастване, са тези на по-младите, все още учащи, служители, или упражняващи свободни професии, а също така при хората на по-високи позиции в служебната йерархия, съответно с високи доходи.

Профил на потребителите

Интернет потребителите са предимно работещи хора – 80% от тях са заети, при средно за страната 62%. Това са най-вече служители, извършващи неръчен труд, частни собственици и упражняващи свободни професии.

Потреблението на Интернет е най-силно разпространено сред младите жители на страната и най-вече тези на столицата. 69% от хората на възраст 18-30 г. и 60% от живущите в София ползват глобалната мрежа.

		Тип на населеното място:				Общо
		София	Областен град	Малък град	Село	
Ползвате ли Интернет?	Да	60,1%	48,5%	30,3%	15,3%	37,9%
	Не	39,9%	50,8%	69,0%	81,0%	60,5%
	Без отговор	-	0,8%	0,7%	3,7%	1,6%

		Възраст:					Общо
		18-30г.	31-40г.	41-50г.	51-60г.	Над 61г.	
Ползвате ли Интернет?	Да	68,6%	62,2%	43,5%	19,6%	7,4%	37,9%
	Не	30,1%	35,6%	55,7%	79,7%	90,6%	60,5%
	Без отговор	1,3%	2,2%	0,8%	0,7%	2,0%	1,6%

Също така използването на Интернет е по-широко разпространено сред по-високообразованите граждани (77% от хората с висше образование ползват мрежата).

		Образование:				Общо
		Висше	Полувисше	Средно	Основно	
Ползвате ли Интернет?	Да	76,8%	30,4%	41,9%	14,5%	37,9%
	Не	22,4%	69,6%	57,0%	83,2%	60,5%
	Без отговор	0,8%	-	1,1%	2,3%	1,6%

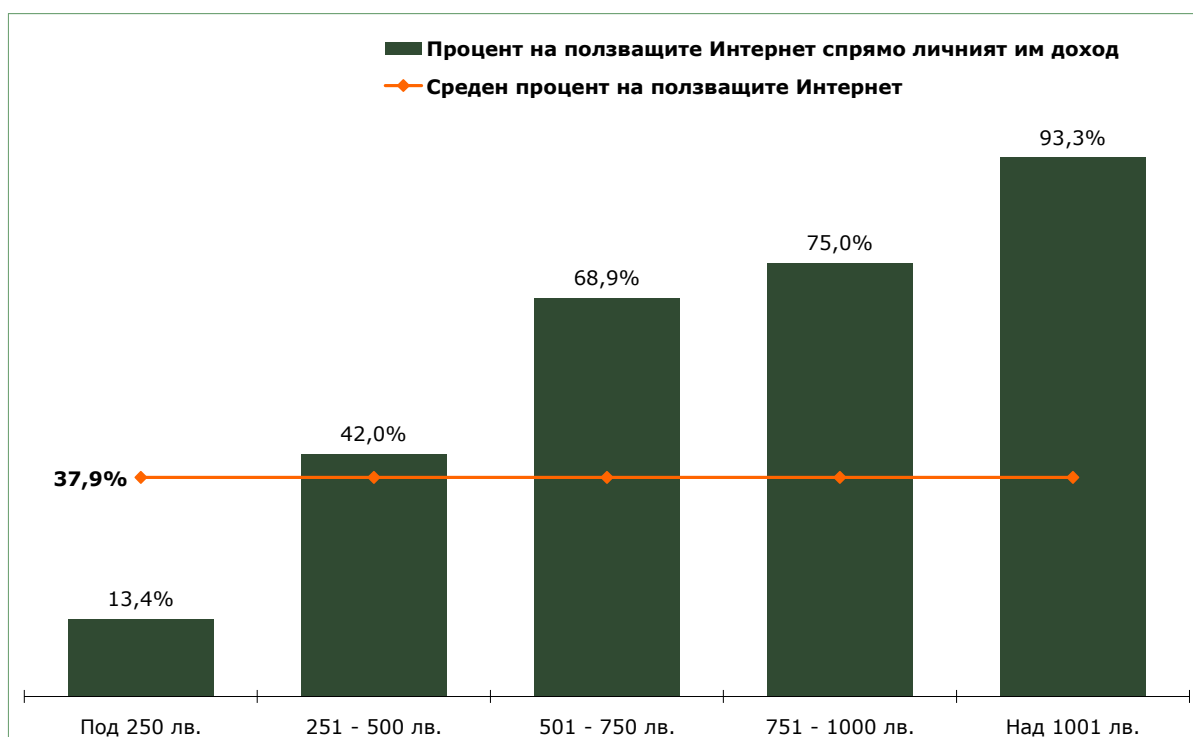
По отношение на социалната група, към която принадлежат, като най-активни потребители на мрежата се открояват все още учащите – 90% от тях ползват Интернет при средно за страната 38%. Също така широко разпространено е потреблението на мрежата сред служителите (68%), упражняващите свободни професии (67%) и частните собственици (61%).

		Социално положение:								Общо
		Учащ	Работник, упражняващ ръчен труд	Служител	Свободни професии	Частен собственик /самонает	Безработен	Пенсионер	Друго	
Ползвате ли Интернет?	Да	90,0%	27,2%	68,3%	66,7%	60,6%	13,3%	4,8%	68,2%	37,9%
	Не	10,0%	70,4%	31,7%	33,3%	39,4%	86,7%	93,1%	31,8%	60,5%
	Без отговор	-	2,3%	-	-	-	-	2,1%	-	1,6%

Мнозинството от хората заемащи средни и висши ръководни длъжности също използват Интернет – съответно 81% и 74%.

		Заемана позиция:				Общо
		Висша ръководна	Средна ръководна	Изпълнителска	В момента не работя	
Ползват ли Интернет?	Да	73,7%	80,8%	44,5%	16,7%	37,9%
	Не	26,3%	19,2%	53,8%	81,7%	60,5%
	Без отговор	-	-	1,7%	1,5%	1,6%

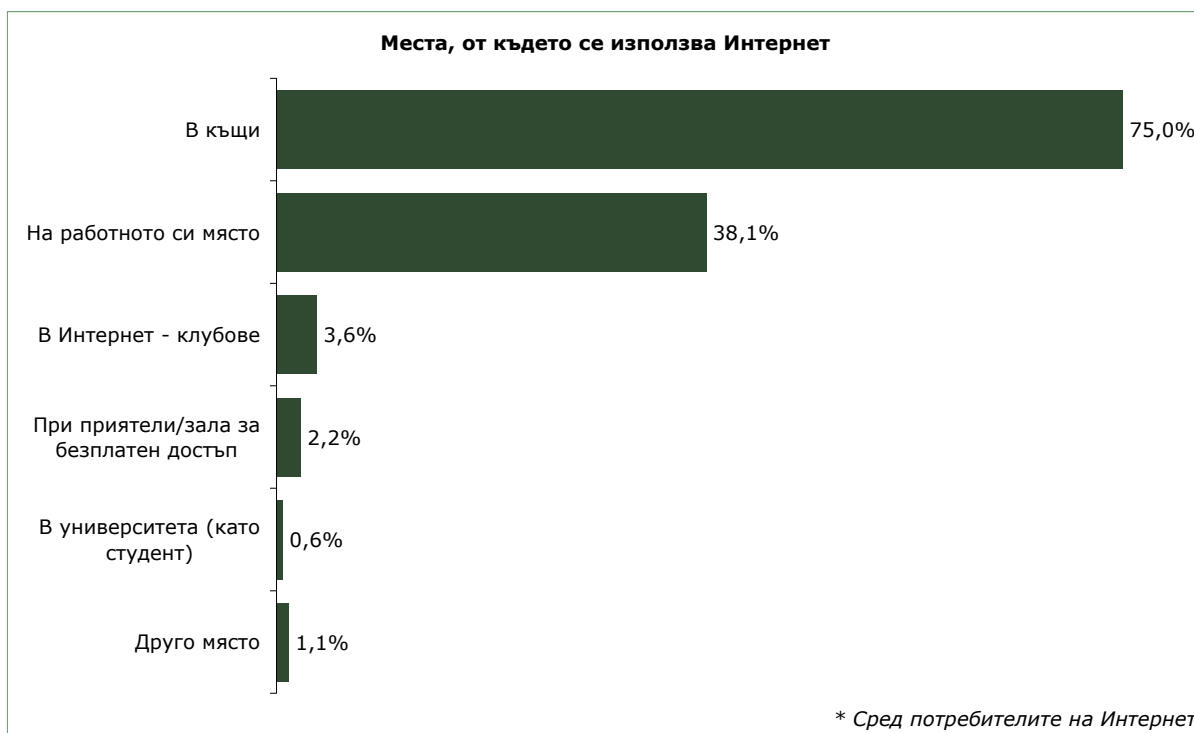
Както вече стана въпрос по-горе с нарастване на личните доходи се покачва и дялът на хората потребяващи Интернет в съответната група. Интернет потребителите са с преобладаващо средни към високи доходи. Те се очертават като хора с по-висок материален стандарт. Забелязва се тенденция с нарастване на дохода да се увеличава потреблението на Интернет в съответната група.



Навици на потребителите

Мнозинството от ползващите Интернет (62%) посещават глобалната мрежа всеки ден. Като най-активни потребители се очертават предимно по-младите жители на столицата (18-30 г.), учащите, както и служители на управленски позиции, частни собственици и заемачи свободни професии, съответно с високи лични доходи (над 750 лв.). Достъпът до Интернет се осъществява основно от вкъщи (75%) и от работното място (38%).

Като не толкова редовни посетители на Интернет се отличават жителите на по-малките градове, хората над 40 г., по-ниско образованите, предимно упражняващи ръчен труд, с по-ниски доходи.



Основните направления, за които се използва Интернет, са достъп до електронна поща, търсене на специализирана информация и сърфиране за удоволствие (без определена цел) – съответно 83.3%, 83.1% и 71.7% от онлайн потребителите с различна честота са посетили мрежата по някой от изброените поводи. Интернет се ползва също така с цел чат/нюзгрупи, четене на печатни издания онлайн, слушане на музика, както и за теглене на файлове. Все още значително слабо е използването

на мрежата за различни видове онлайн покупки (включително на резервации на самолетни билети, почивки) и разплащания.



Най-често използваните от потребителите на Интернет типове сайтове са информационните (77%) и развлекателните (64%). Също така относително голяма аудитория имат страниците за теглене на файлове и тези с образователна цел (съответно 40% и 34%). По-специализираните сайтове като икономически и социалнополитически са с по-ограничен брой потребители.



По отношение на поведението им в Интернет пространството, условно могат да се разграничат два сегмента на използващите мрежата.

Първите, по-младите потребители на Интернет (18-30 г.), все още учащи, го използват основно за теглене на файлове (музика, филми, видео клипове), игри и слушане на музика онлайн, чат, сърфиране за удоволствие, а също така и за обучение и търсене на конкретна информация. Освен това, те са по-отворени и към пазаруването на стоки през Интернет. Съобразно целите, за които използват мрежата, те посещават предимно сайтове за развлечения, теглене на информация и такива с образователна цел.

Втората група са основно работещи граждани от големите градове на страната – служители на ръководни длъжности, упражняващи свободни професии, частни собственици, с висше образование и по-високи от средните доходи. Те са представители най-вече на по-високите възрастови групи – 31-60 г. Този сегмент от потребители се очертават като използващи мрежата предимно за посещаване на страниците на печатни издания/онлайн новини, търсене на специализирана информация и обучение, а също така и за сърфиране за удоволствие. Именно те (и по-специално 30-50 годишните) са най-активните потребители на услуги като Интернет банкиране, онлайн разплащания, резервация на билети и пазаруването на различни видове стоки през Интернет. Те посещават предимно информационни, икономически и социалнополитически сайтове.

В обобщение, очевидно през 2009 година динамиката ще е повече откъм увеличение на интернет аудиторията, отколкото на потребителите на мобилни услуги. В сферата на мобилната телефония вероятно новините ще са около стартирането и разширяването на предлаганите услуги. Тук се крие ключът към печеленето на потребителите и тяхното доверие.

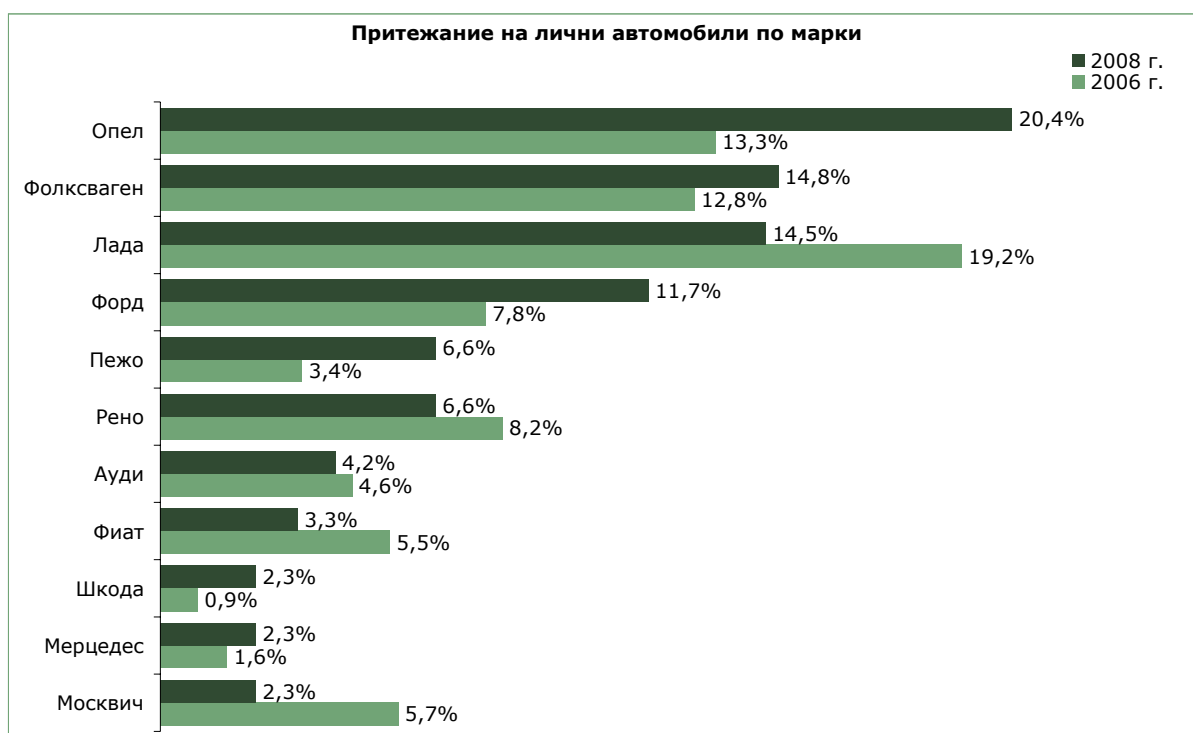
АВТОМОБИЛЕН ПАРК, ШОФЬОРИ И КУЛТУРА НА ДВИЖЕНИЕ ПО ПЪТИЩАТА

Автомобилен парк

Изминалата 2008 година се характеризира с продължаване на тенденцията за ускорено подмладяване на автопарка у нас. През последните четири години продажбите на нови автомобили в България се увеличиха над три пъти. Ситуацията с колите втора ръка не е по-различна, особено след влизането на България в Европейския съюз. Падането на някои такси доведе до намаляване цената на автомобилите и до нарастване на достъпността им за българските шофьори. В този контекст не е изненадващо, че близо половината (46%) от собственици на коли у нас заявяват, че са придобили автомобил през последните пет години.

През 2008 бе отчетен ръст в продажбата на нови автомобили от 6.6%. Регистрираните през годината коли втора ръка в КАТ са около 351 000, което също е стойност по-висока от тази за 2007 година.

Ускореният процес на придобиване на автомобили (нови или втора ръка) доведе до две значителни промени в тази сфера. Първата е намаляване на средната възраст на колите у нас. Само за две години тя е спаднала с 2,5 години, или от 16 години на 13,5 години. Все още сме твърде далеч обаче от средната възраст на автомобилите в ЕС, която през 2006 година е била 5 години.



Втората промяна е свързана с разнообразяването на марките автомобили по българските пътища. За последните две години съотношението между познатите марки се промени значително. А промяната на "водача" в класацията има и символичен характер. Близко 20 години бяха нужни, за да бъде изместена от първото място емблематичната за социалистическите години "Лада" от западния "Опел".

Световната икономическа криза доведе до срив в потреблението на автомобили в световен мащаб още в края на 2008 година. Вносителите на нови автомобили у нас отчетоха спад от 76% в продажбите за декември, спрямо същия месец на 2007 година. Търговците на автомобили втора ръка бяха принудени да свалят цените с надеждата, че ще успеят да продадат залежаващата стока. Българските потребители, подобно на останалите по света, също изчакват, пресмятайки щетите върху бюджета си. Но това изчакване не бива да бъде припознавано като категоричен песимизъм. Напротив, с близо 3% повече (спрямо закупилите през 2008 година) са домакинствата, планиращи да закупят автомобил през 2009 година. Увеличава се обаче делът на онези, които планират да закупят не нов, а автомобил втора ръка и вече съотношението "нов – втора ръка" е 1 към 10, а за 2008 година то беше 1 към 7. Аргумент в подкрепа на подобен тип планиране е преди всичко наличният вече спад в цените и очакването за още по-ниски цени на автомобилите. Ако това стане реалност, България би била единствената, или сред малкото страни с ръст в продажбите на автомобили през 2009, пък било то и в голямата си част втора ръка.

Шофьори и култура на движение по пътищата

Когато говорим за автомобилния парк у нас, не бива да пренебрегваме това кой стои зад волана. Половината от пълнолетните българи заявяват, че имат шофьорска книжка. Съотношението мъже/жени е 2/1 в полза на първите. Мъжете са и онези, които са се представили по-добре на шофьорските изпити – от първи път са взели книжка 81% от шофьорите-мъже и 69% от шофьорите-жени. Това може би допринесе за мита за „опасните жени-шофьори“ – 28% от пълнолетните ни сънародници и 32% от шофиращите заявяват, че се страхуват от тях. Сред мъжете зад волана съмнението в способностите на дамите-шофьори обхваща двама от всеки пет. Официалната статистика обаче оборва това предубеждение към жените в качеството им на шофьори. През 2008 година убитите или ранените водачи на МПС в съотношение мъже/жени е 9/1.

Придвижването с личен автомобил до работното място е фактор, който до голяма степен е определящ за задръстванията в градовете. Този начин на придвижване е

реалност за 39% от шофиращите. Или в България около 1 170 000 автомобила транспортират собствениците си до работното място. Само за София техният брой е около 170 000.

Управлението на МПС освен удобство е и отговорност. Близко 1/5 от сънародниците ни заявяват, че са претърпявали пътно-транспортно произшествие. Най-опасна се оказва пътната обстановка за софиянци – ¼ от тях са пострадали.

Причините за тези резултати могат да бъдат търсени в различни аспекти. На първо място, в шофирането след употреба на алкохол (7% от шофьорите споделят за подобна практика). Други опасни шофьори са онези 28%, които считат за допустимо да нарушават правилата за движение по пътищата, ако няма полиция, или онези 16%, които не спират винаги на пешеходна пътека.

Темата за нарушенията ни отвежда към най-важния участник в контрола на този процес – полицията. За 27% от шофьорите, направените от тях нарушения са се разминали с даване на подкуп на катаджията. Това е още едно доказателство, че добросъвестността на шофьорите остава въпрос на личен избор, но не и на качествен контрол. В тази посока, един от малкото позитивни индикатори за подобряващата се култура на водачите е фактът, че вече три четвърти от притежателите на автомобили сменят гумите си според сезона.

БЪЛГАРИТЕ: ПЪРВИ ПО ЧУВСТВИТЕЛНОСТ И ПОСЛЕДНИ ПО АНГАЖИРАННОСТ КЪМ ОКОЛНАТА СРЕДА

В началото на осемдесетте години на 20-ти век изследванията на общественото мнение в страните от Западна Европа разкриват наличието на една по-висока обществена чувствителност към проблемите на околната среда, която инициира и задълбочаващи се изследвания в тази област. Те показват, че докато преди тридесетина години спектърът на водещите проблеми на околната среда е бил относително тесен, то с течение на времето бързо нараства. И въпреки че замърсяването на водите и въздуха остават константни величини за целия период, прави впечатление, че "промените в климата" – опасение №1 за европейците в днешни дни, през ранните години на 80-те е било формулирано далеч по-безобидно, като "евентуални проблеми с климата в резултат на въглеродния диоксид."

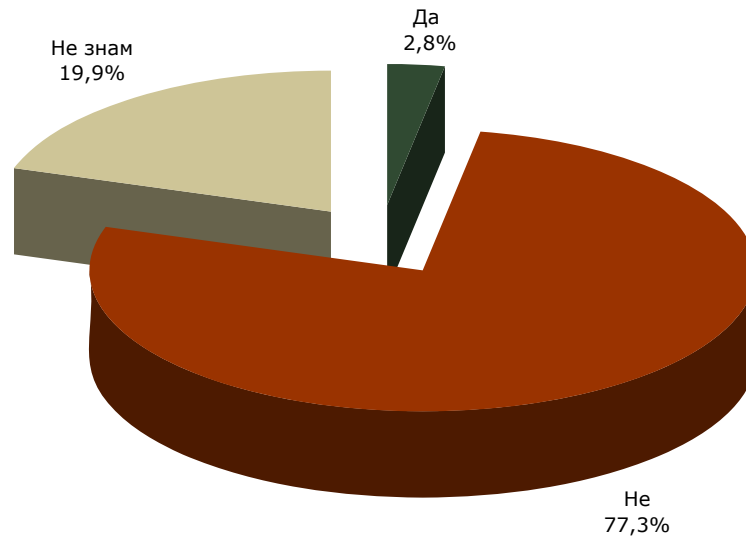
Каква е ситуацията в България? У нас както чувствителността към тематиката, така и приоритетните проблемни области, се различават значително от тези в международен план. Това, от своя страна, рефлектира и върху изследванията в тази област, които са в много по-скромнен мащаб.

Последните години, на общоевропейско равнище проблемите на околната среда се разглеждат през общата призма на глобалното затопляне и промените в климата, докато в България фокусът е насочен към локални проблеми – изсичане на българските гори, незаконно строителство, замърсяване със смет и битови отпадъци, презастрояване на планините и Черноморието. Промените в климата стоят като проблем и пред българите, но на значително по-задно място.

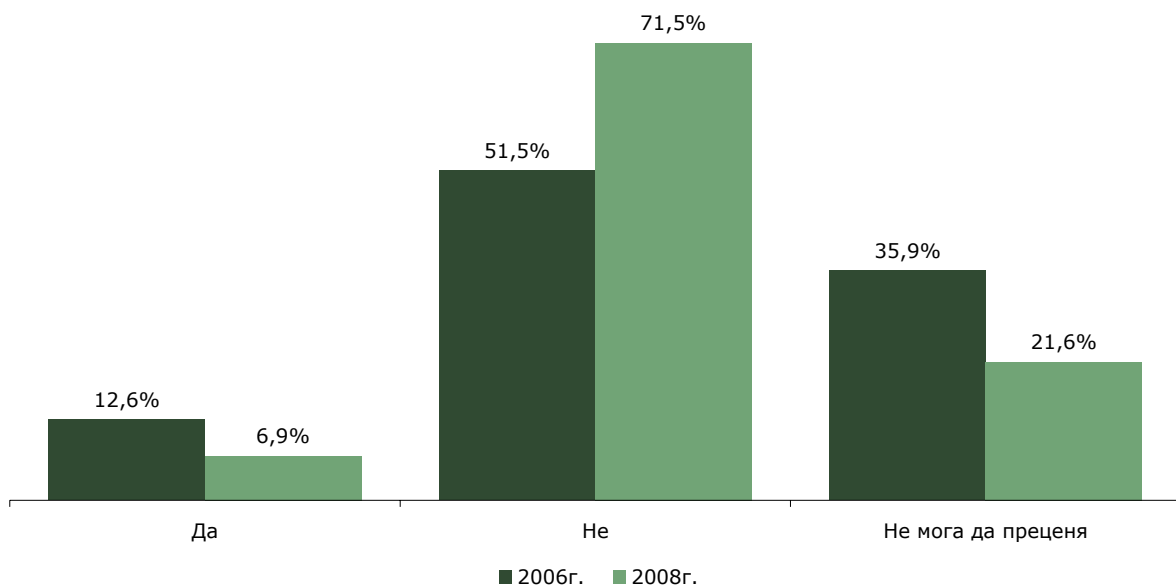


Освен специфичните местни проблеми, свързани с опазването на природата, на преден план излиза и по-цялостната оценка за липса на достатъчно грижи от страна на държавата за опазване на околната среда – посочен от 41% от анкетираните. Когато въпросът се фокусира върху проблемна област №1 – опазването на българската гора, се наблюдава още по-рязък ръст в дела на хората, критични към действията на държавата. Едва 2,8% от пълнолетните жители на страната смятат, че тя прави необходимото, докато огромното мнозинство от гражданите са на мнение, че държавата не съумява да стопанисва добре българските гори.

Считате ли, че държавата прави достатъчно, за да опазва и стопанисва добре българската гора?

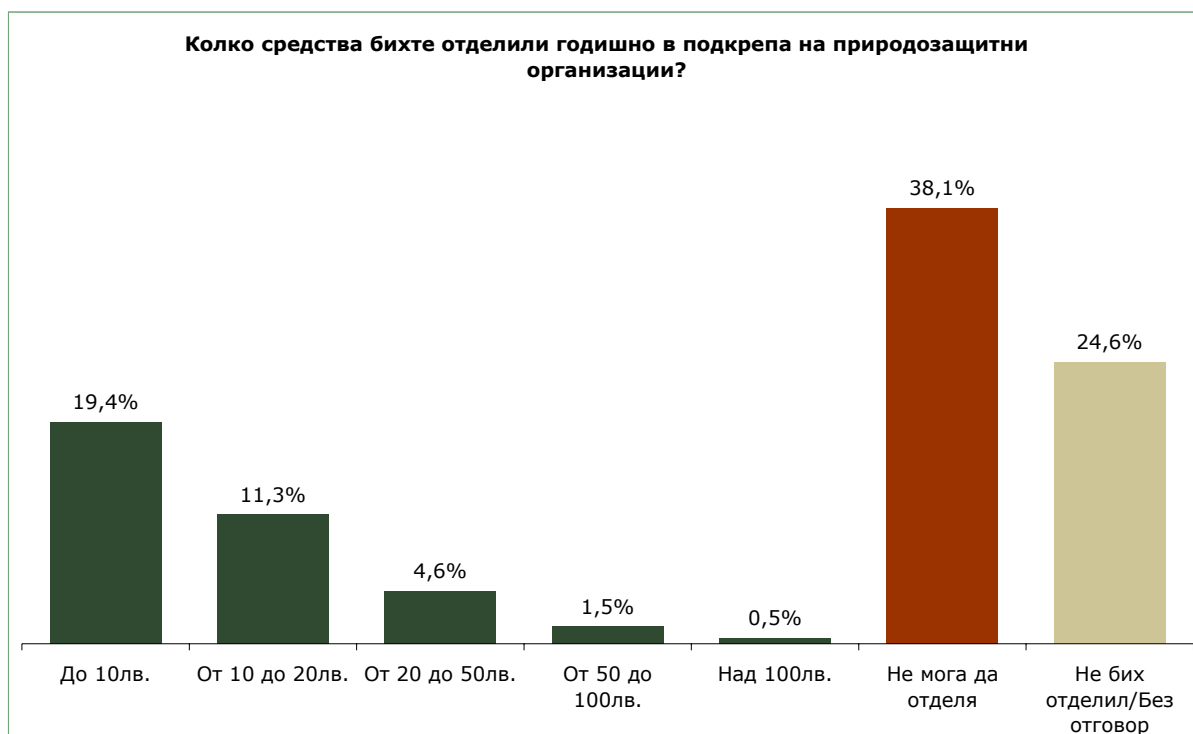


Вие лично одобрявате ли развитие на инфраструктура и строеж на нови хотели, писти и спортни съоръжения в защитената природа на високите планини Рила, Пирин, Стара планина, Витоша и Родопите?



В сравнение с 2006г. двойно намалява делът на хората, които одобряват застрояването на защитените планински части, а с 20% нарастват тези, които са срещу него. За същия период намаляват и гражданите, които не могат да изразят позиция, за сметка на ръста на противниците на застрояването. Повишената обществена чувствителност не на последно място се дължи както на кампаниите на природозащитните организации през последните две години, така и на нарастващия темп на застрояване в морските и планинските курорти.

Имайки предвид високата степен на неодобрение към застрояването на планините и Черноморието, българската общественост категорично подкрепя действията на природозащитните организации за предотвратяването му, като само 4,4% са против техните действия. Обществената подкрепа обаче съвсем не е така силна, когато става въпрос за финансово подпомагане на природозащитните организации.

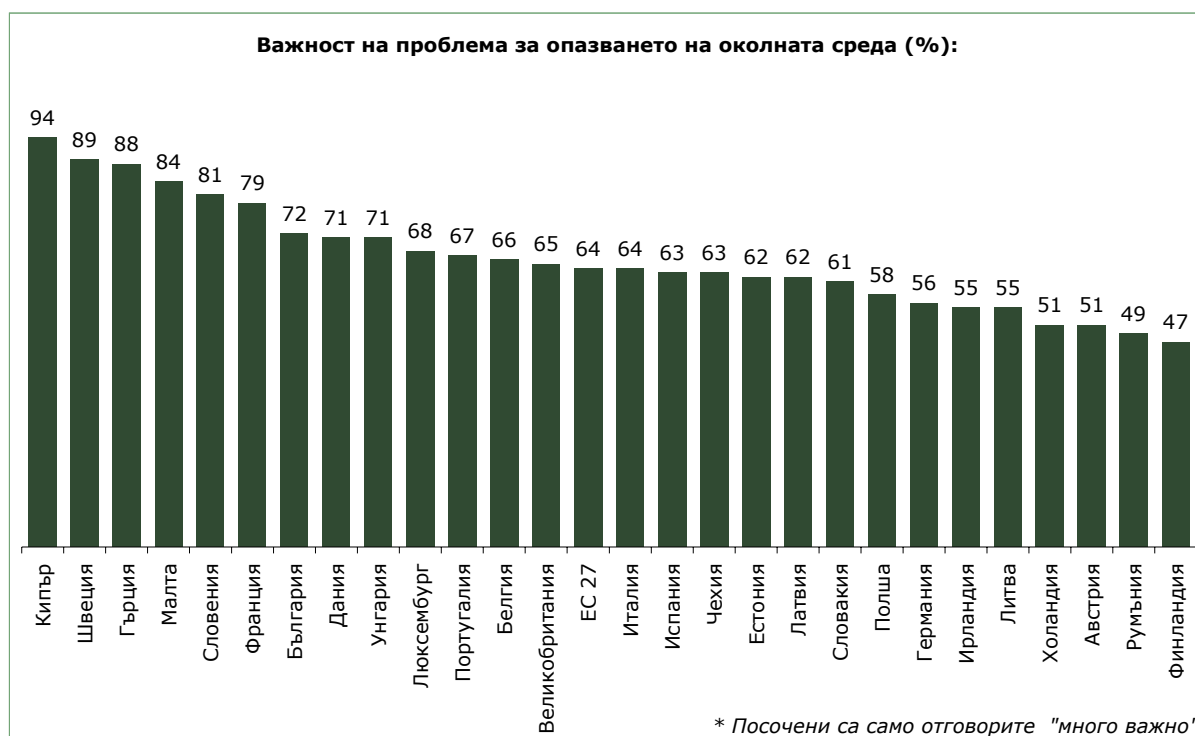


Тук мненията са значително по-нюансирани и по-предпазливи. 38% от българите твърдят, че не могат да отделят средства, а 25%, че въобще не биха отделили. Това се дължи както на ниските равнища на доходи на българските домакинства, така и на цялостния скептицизъм на обществото към начина, по който в България се разпределят и усвояват дарените средства.

Хората, които са склонни да финансират природозащитните организации, са около 37%, но биха отделяли скромни средства – до 20 лева годишно.

Въпреки повишената чувствителност към опазването на българската гора, темата екология като цяло не е сред водещите в ежедневието на българина. От една страна, това се дължи на факта, че хората възприемат други проблеми като по-неотложни: борбата с корупцията, инфлацията, здравеопазването и борбата с престъпността изместват опазването на околната среда на по-заден план в приоритетите на обществото. Другата съществена причина е тази, че за мнозинството от българските граждани опазването на околната среда все още не е лична кауза, те не виждат възможност за личен принос в решаването на този проблем. Към септември 2008, едва 17% от българските граждани са на мнение, че екологията е един от секторите, нуждаещ се от най-спешни промени.

Същевременно, според данните на Евробарометър България е сред първите страни в Евросъюза, чиито граждани декларират че опазването на околната среда е изключително важно. 72% от българите го определят като "много важно," при средно за Европейския съюз – 64%. Преди България по този показател са само Кипър (94%), Швеция (89%), Гърция (88%), Малта (84%), Словения (81%) и Франция (79%).



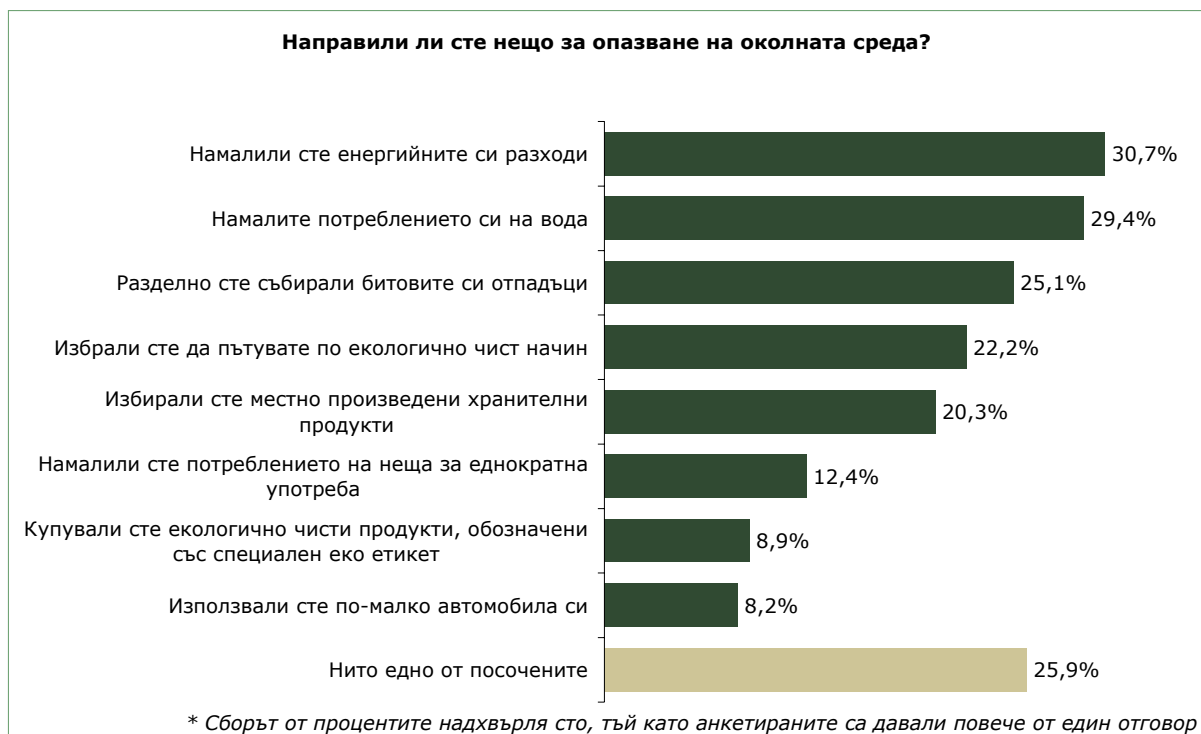
* Източник: Евробарометър²

За съжаление това разбиране не води до по-голямо лично ангажиране с тези проблеми. Едно от възможните обяснения на този факт е, че българите, за разлика от средно статистическия европеец, не виждат себе си като двигател на промяна за подобряване опазването на околната среда. Данните на Евробарометър сочат, че макар и българите да заемат едно от първите места по чувствителност към темата, те се нареждат на последно място сред всички граждани на ЕС по предприети конкретни стъпки с цел опазване на околната среда.

² Special Eurobarometer, 295/EB68.2/2008 "Attitudes of European citizens towards the environment" in http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_295_en.pdf

Среден брой действия предприети от европейците през последния месец с оглед опазване на околната среда:	
Люксембург	3,7
Финландия	3,3
Швеция	3,3
Франция	3,3
Белгия	3,2
Германия	3,1
Австрия	3,1
Дания	3,1
Великобритания	3,0
Холандия	3,0
Словакия	2,7
ЕС 27	2,6
Ирландия	2,6
Малта	2,6
Чехия	2,6
Естония	2,5
Словения	2,5
Унгария	2,3
Кипър	2,2
Испания	2,1
Литва	2,1
Полша	2,0
Гърция	2,0
Италия	1,9
Португалия	1,9
Румъния	1,7
Латвия	1,7
България	1,5

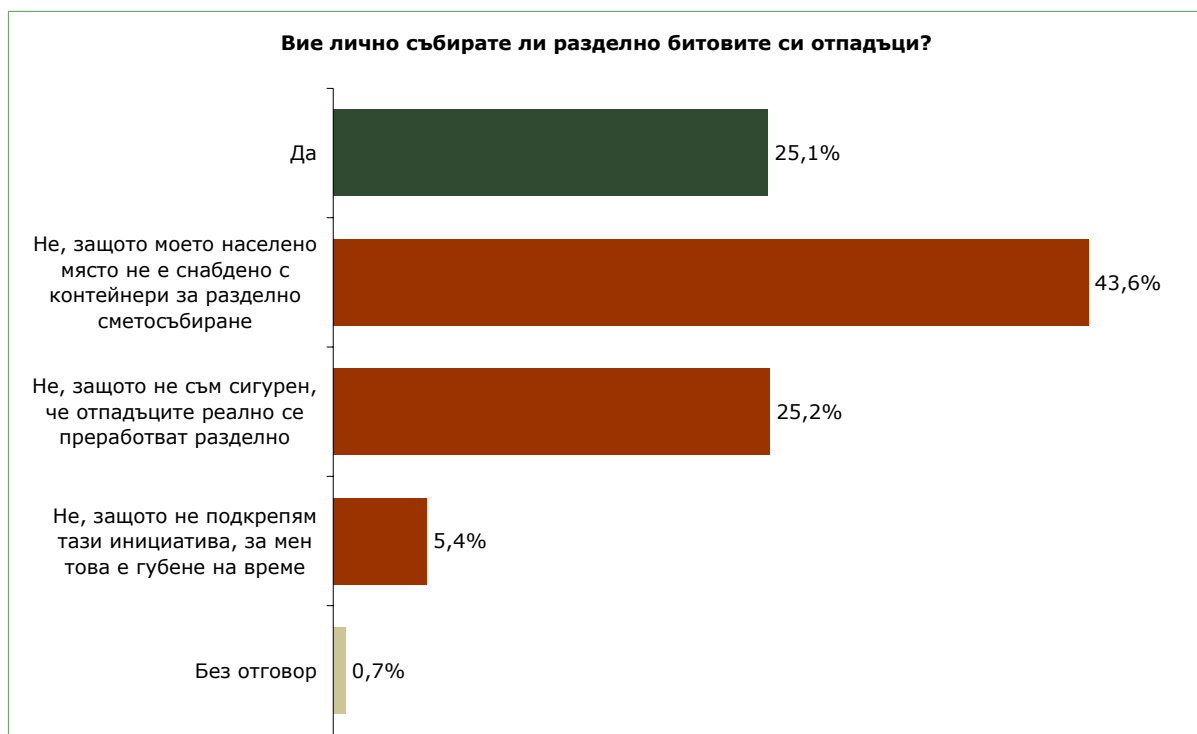
*Източник: Евробарометър³



³ Special Eurobarometer, 295/EB68.2/2008 "Attitudes of European citizens towards the environment" in http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_295_en.pdf

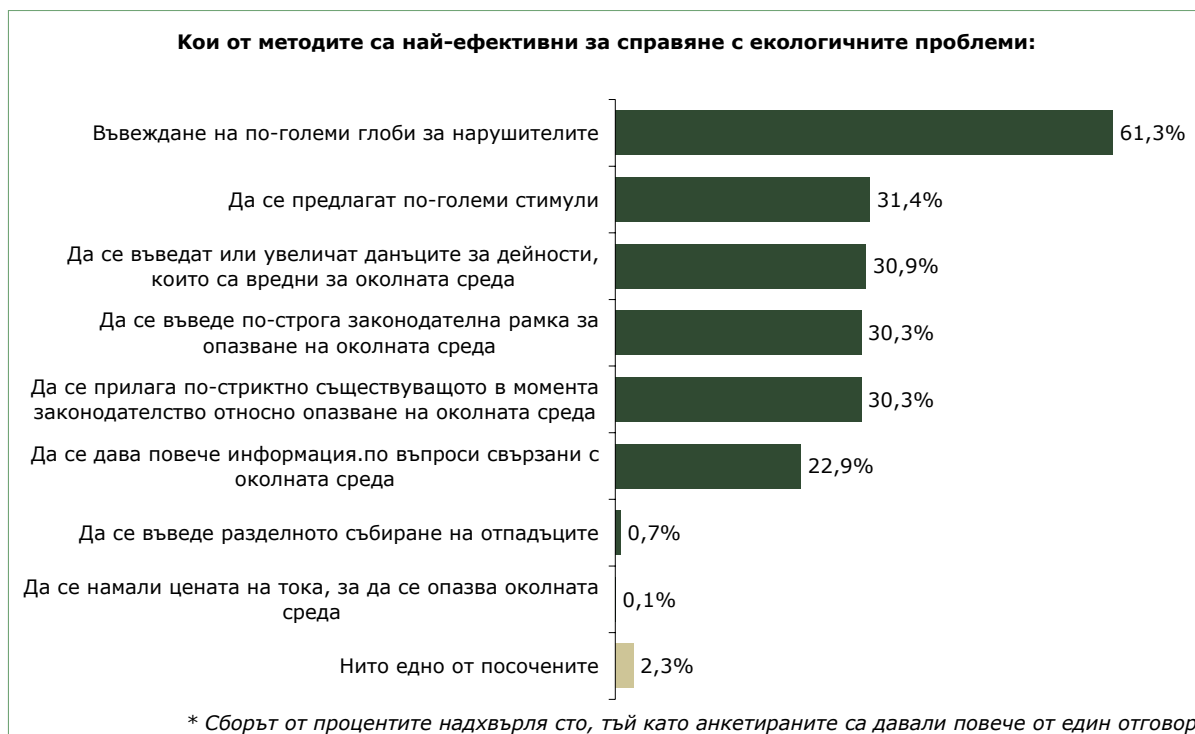
Личният принос на българите към опазването на околната среда е съсредоточен основно в пестене на електроенергия (31%) и вода (29%), което се дължи по-скоро на икономически фактори, отколкото на изградена култура в тази посока.

Друга една екологична инициатива обаче започва да набира популярност и може да разшири обхвата си, ако не бъде минирана от лошо приложение. В края на 2008 една четвърт от българите декларират, че са започнали разделно да събират отпадъците си. Това начинание се одобрява обаче от 75% от пълнолетните жители на страната. Причината само малка част от поддръжниците на инициативата реално да събират разделно битовите си отпадъци в голяма степен се дължи на факта, че хората нямат необходимите условия да го правят. Близко половината (44%) от анкетираните са посочили, че тяхното населено място не е снабдено с контейнери за разделно сметосъбиране. А една четвърт от тези, които имат нужните условия, но не събират разделно отпадъците си, са пасивни основно поради скептицизма, че реално се извършва разделна преработка.



Предвид нарастващата обществена чувствителност към проблемите на българската природата през последните години и фактът, че опазването на околната среда е един от основните дългосрочни приоритети пред ЕС, несъмнено България също ще трябва да предприеме по-мощни и последователни действия тази насока. Какви би следвало да са те? Изправени пред възможност да изберат между политиката на моркова, или на тоягата, мнозинството от българските граждани избират ... тоягата.

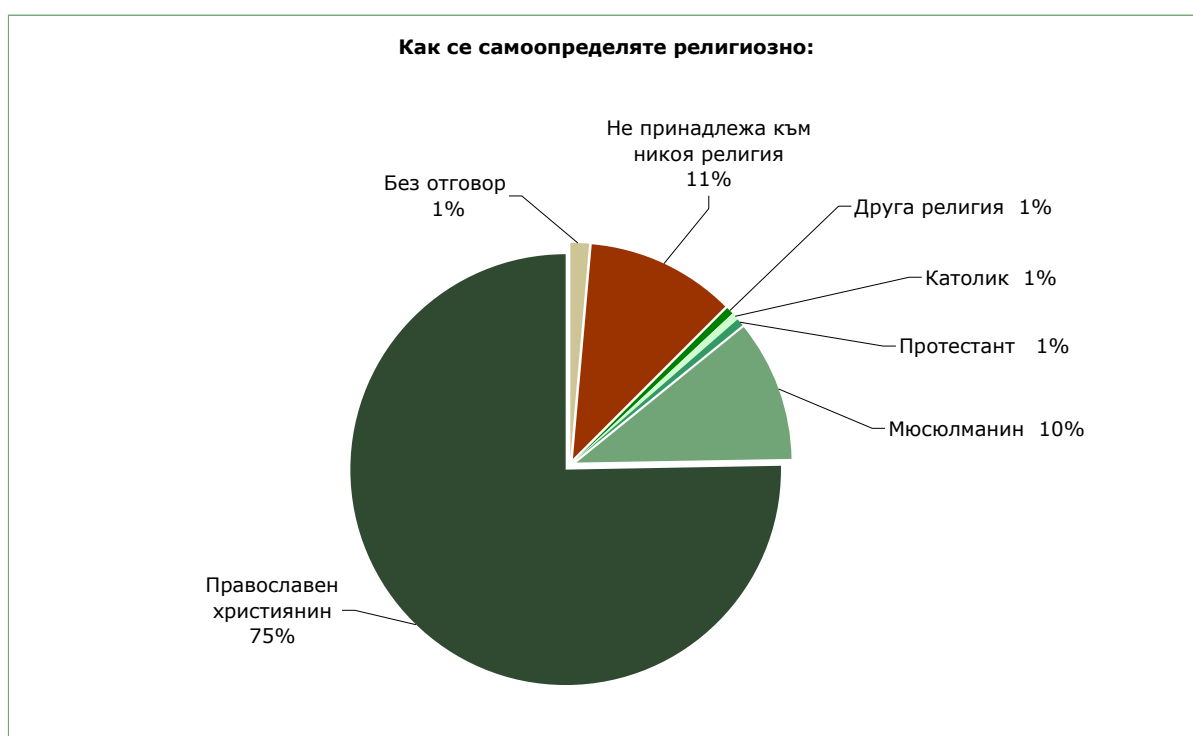
Очакванията им са за поемане на по-голяма отговорност и ангажираност от страна на държавата, които да се изразят в изработването на строга законодателна рамка, стриктно следене за нейното прилагане и сурови наказателни мерки срещу нарушителите.



РЕЛИГИЯТА В СЪВРЕМЕННИЯ ЖИВОТ НА БЪЛГАРИТЕ

Религиозното самоопределяне на българите

Според религиозното си самоопределяне българското население се разделя на три макро групи: източноправославни християни (75%), мюсюлмани (10%) и такива без религиозна принадлежност (11%). В абсолютни стойности това означава, че към момента в България има: около 4 800 000 източноправославни християни, 640 000 мюсюлмани и 700 000 българи без религиозна принадлежност.



Изследванията обаче регистрират известен спад в религиозната идентификация на българското население. Най-значима е промяната в традиционно най-многобройната религиозна група в България – източноправославните християни. Делът на самоопределящите се като православни християни намалява от 86% през 2003 г. на 75% през 2008 г. Същевременно, делът на самоопределящите се като мюсюлмани се запазва, а този на самоопределящите се като нерелигиозни плавно се увеличава, достигайки нива от 11% през месец март 2008. Какво би могло да означава това? По всяка вероятност, през 90-те години, като реакция на държавно наложения атеизъм през комунистическия режим, мнозинството от хората дефинираха себе си като

“православни християни”, без винаги да влагаха в това съзнателното придържане към съответните религиозни норми. В момента очевидно започва да тече процес на едно по-осъзнато определяне на религиозната принадлежност, което не я възпроизвежда “по инерция”, а само тогава, когато тя е значеща за отделния човек. Така, в условията на свободен избор, както наличието, така и липсата на религиозна принадлежност, все повече ще се превръщат в реална социална характеристика и ще обозначават реални различия, а не сляпо придържане към официална държавна позиция.

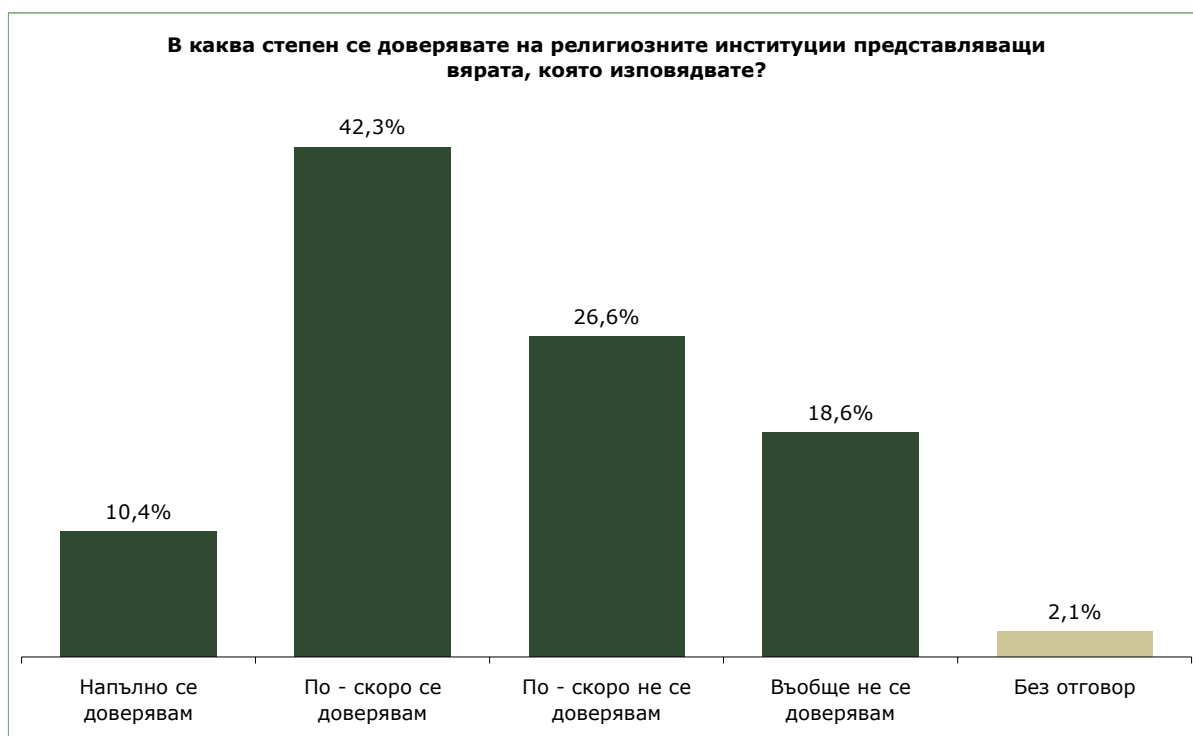
Обществена оценка за влиянието на религиите в България

Влиянието на религиите върху начина на живот на хората и степента на тяхното обществено въздействие са твърде различни в зависимост от приспособимостта им към съвременния свят, средата, в която се развиват, усилията на църковните институции, служители и пр. Сумарно погледнато, равнището на религиозност у нас продължава да е високо. Противно на логиката, обаче, че най-масовата религия ще се смята за оказваща най-съществено влияние в българското общество, изследванията показват, че влиянието на християнството и исляма се смятат за практически изравнени, и то при разлика от 1:7.5 в полза на изповядващите християнството.



Мненията за тежестта на двете религии се споделят приблизително по равно от отделните социални групи, като изповядващите исляма са склонни да бъдат малко по-категорични в неговото влияние, отколкото изповядващите християнството. Въпреки това, съществени разлики няма, което може да бъде тълкувано като позитивен знак за отсъствието на значими напрежения между двете най-големи религиозни общности. Нито едната от тях не приема единствено и само влиянието на своето вероизповедание, нито една не се усеща "заплашена" от присъствието на другата, което би намерило израз в привиждането на "прекомерно голямо влияние" от страна на "другата" религия.

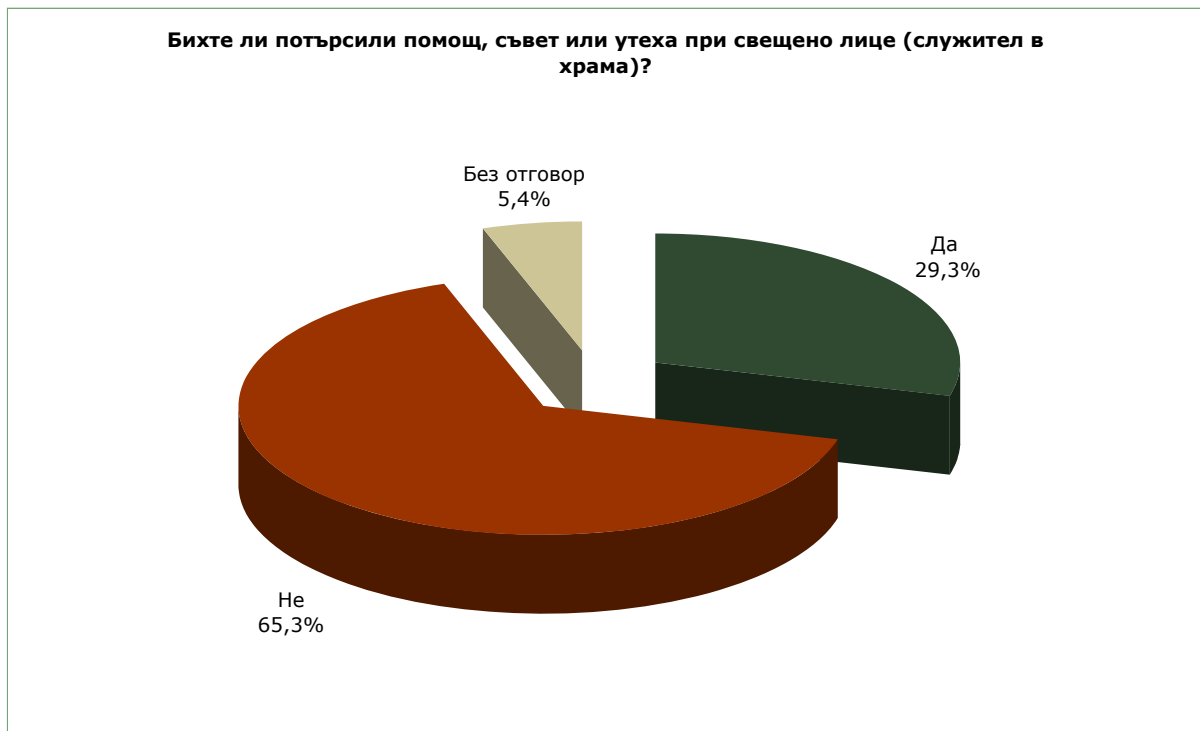
Въпреки постепенната загуба на влияние на религиозните институции в голяма част от западните страни, в България те се ползват със сравнително по-високо равнище на доверие, отколкото останалите институции. Последните данни показват, че 53% от българските граждани се доверяват на религиозните организации, представляващи тяхната вяра, като от тях 10% декларират безрезервно доверие.



В основата на това доверие стоят позициите на двете водещи религиозни групи – източноправославни християни и мюсюлмани. Въпреки високата степен на подкрепа, регистрирана при всяка от тях, резултатите от изследванията очертават известни разлики в нивата на доверие в зависимост от религиозната принадлежност на гражданите. Така например, 77% от българските мюсюлмани се доверяват на религиозни институции на своята вяра, от които близо половината - безрезервно. В

това отношение православните християни са много по-умерени – 55% посочват, че имат доверие на църквата като институция, от които едва 8% ѝ се доверяват напълно. По правило, всяка малцинствена група проявява по-високо равнище на сплотеност и подкрепа към своите институции, отколкото представителите на доминиращата религия. Констатираните разлики, следователно, трябва да се оценяват като чисто социално обусловени, но това е и ясен симптом и за различните възможности съответните групи да бъдат мобилизирани на базата на ценности, свързани с техния религиозен статут.

В тази връзка прави впечатление и значимата разлика между общо декларираното доверие към съответните религиозни институции и техните служители. 65% от българите категорично отказват да търсят помощ или съвет от свещени лица.

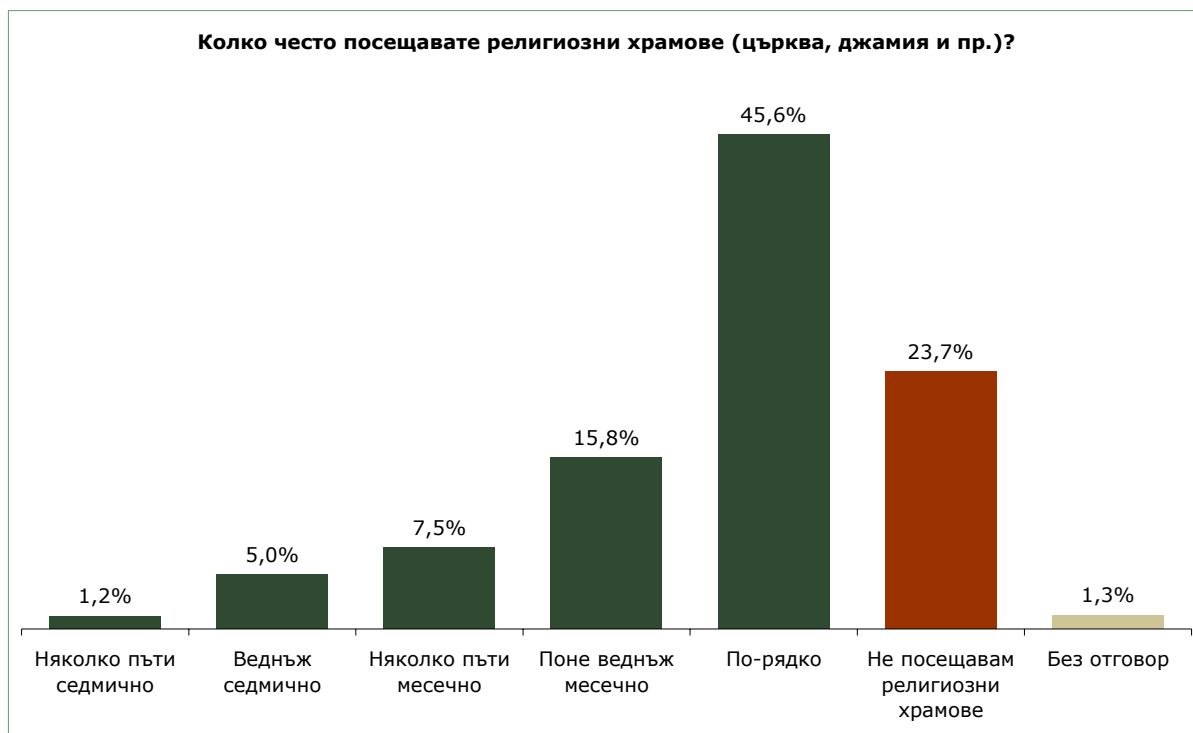


Тези, които се доверяват и на институцията, и на служителите в нея, са едва 24% от населението на страната. Това са хора изповядващи предимно ислямска религия, живеещи в малки населени места и имащи утвърдени религиозни практики (мнозинството от тях посочват, че редовно посещават религиозните храмове на своята вяра). Ясно изразеното по-ниско доверие към християнските свещеници от страна на вярващите (30%), в сравнение с ислямските (47%) е още един показател за по-големите възможности на последните да влияят върху съответните групи от населението.

Религиозни практики и ритуализации

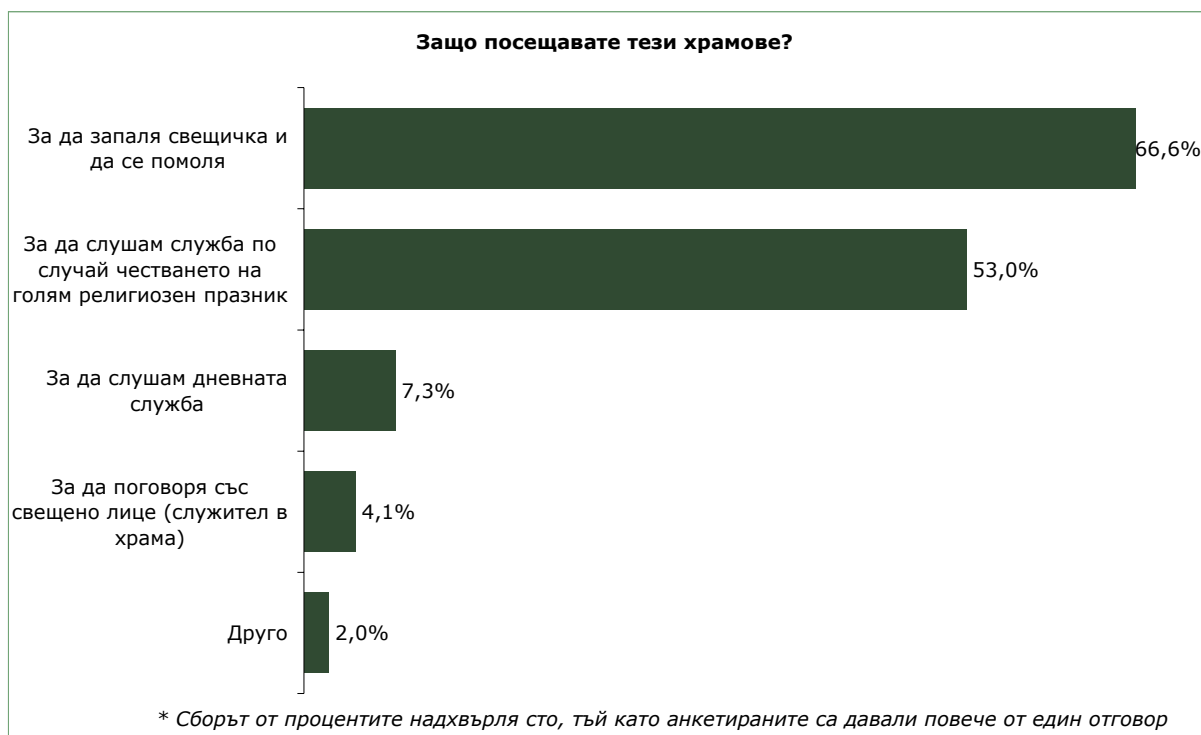
Освен регистрираният от изследванията постепенен спад в религиозната самоидентификация, още по-силен израз на тенденцията към намаляващо значение на религията във всекидневния живот на българите, е фактът, че религиозните практики имат съвсем ограничено присъствие в него. Участието на вярващите в религиозния живот се свежда до няколко посещения на религиозни храмове през годината и до няколко ритуални обреди, каквито са сватбите, кръщенетата и погребенията.

През последните години религиозните храмове стават все по-рядко посещавани – само 6% от българите посещават църква, или джамия поне веднъж седмично. Сравнението с минали години показва, че групата на активните вярващи постепенно намалява. За две години тя спада с 3 пункта – от 9% през 2006 г. на 6% през 2008г.



Близо една четвърт от българите посочват, че въобще не посещават религиозни храмове, предимно източноправославни християни и хората без религиозна принадлежност. Най-активни в посещенията на духовни средища са протестантите, католиците и мюсюлманите. Най-значимата социологическа променлива, която определя интензивността на религиозните практики у нас е полът – жените са много по-усърдни в упражняването на религиозни практики и в посещенията на религиозни храмове.

Водещите мотиви за посещение на духовни средища са: молитвите и паленето на свещички (67%), както и честването на големи религиозни празници (53%).



Тук е налице още един израз на недоверие към служителите в религиозните храмове – само 4% от гражданите споделят желание и необходимост да контактуват с тях. Тези, които посещават религиозните храмове за да поговорят със служителите, са предимно жителите на малките населени места, на възраст над 51 години, които традиционно приемат религиозните служители в тяхното населено място за духовни водачи, на които безрезервно могат да разчитат за мнение или съвет.

Друг индикатор, с който традиционно се измерва равнището на религиозност, е до каква степен ритуалните обреди и церемонии по случай сватби, кръщенета или погребения се приемат за важни. Около половината от българското население приема тези обреди за "много важни", но е спорно, дали вижда и зачита в тях чисто религиозното значение, или ги разглежда като част от една по-обща културна традиция.



Разбира се, във всяка социално-културна традиция, религията има определено свое място и значение, но в едни случаи те са по-силни и въздействащи, в други – по-слаби. В тази връзка, интересно е оформящото се в България противоречие между високата степен на придържане към традиционните религиозни обредни форми и изключително слабото влияние на религията като духовен водач на индивидуално равнище. На всекидневно равнище само 35% от гражданите посочват, че спазването на основните принципи и ценности на религията, която изповядват, им помага да живеят спокойно и достойно.



Религиозна толерантност

Както по много други теми, така и по тази, общественото мнение е далеч по-разнообразно и толерантно, отколкото някои хората предполагат. Мнозинството от българите споделят позитивна нагласа по отношение на изповядващите различна от тяхната религия – 67% приемат съществуването на различни религиозни храмове в населеното място, в което живеят и 54% подкрепят възможността техни колеги, изповядващи друга религия, да ползват допълнителни почивни дни, за да почетат религиозните празници на своята вяра.



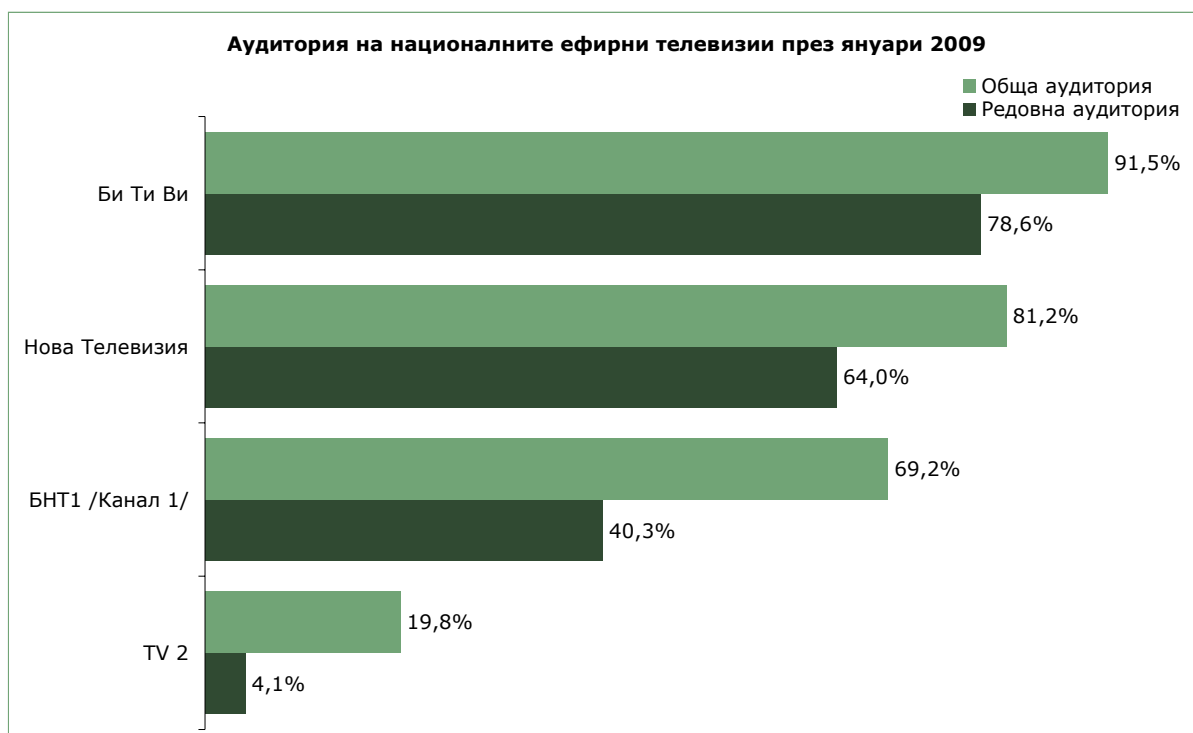
Равнището на толерантност в източноправославната и мюсюлманската група обаче е твърде различно. Мюсюлманите приемат в много по-голяма степен предложенията за храм и почивен ден на хора от друга религия (90-92% от мюсюлманите да съгласни и с двете предложения). За разлика от тях, източноправославните християни са далеч по-резервирани – 63% са съгласни в населеното място, в което живеят, да има храм на религия различна от тяхната и само 50% са съгласни с възможността техни колеги, изповядващи друга религия, да ползват допълнителни почивни дни във връзка с честване на религиозни празници.

За разлика от много страни, в които противопоставянето на религиозна основа е значим социален проблем, България, поне за момента, остава встрани от подобна опасност. Липсват предпоставки за възникването на подобни напрежения, и ако такива възникват, те са целенасочено създавани и привнасяни, без да имат собствена социална база. Същевременно, трябва да се има предвид, че доброто съжителство между религиозните общности у нас се основава на традиционно доброто и дългогодишно съжителство на съответните етнически общности. Остава обаче открит въпросът как биха се трансформирали и проявявали тези отношения при евентуален по-значим приток на емигранти, какъвто се наблюдава във всички европейски страни. Това би породило нови въпроси и проблеми, включително и ново осмисляне на религиозните практики, които към момента не стоят в ползрението на българското общество.

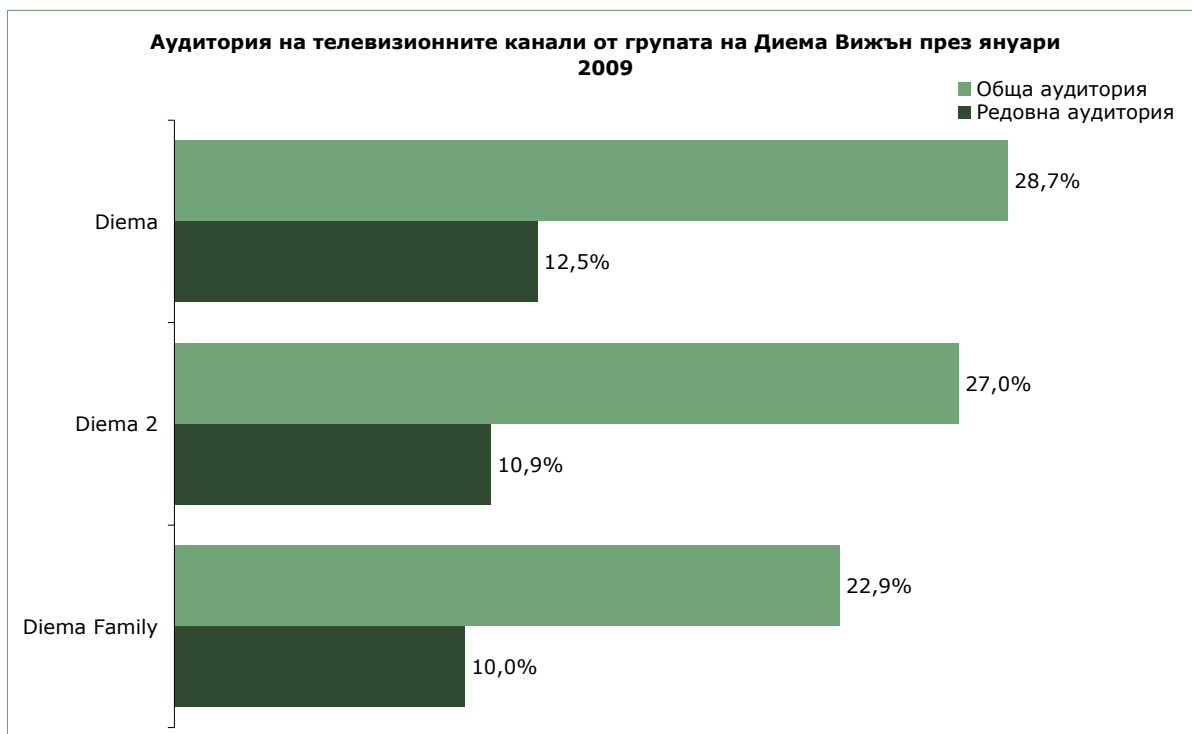
ПАЗАРЪТ НА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ – ЛЕК СПАД НА НАЦИОНАЛНИТЕ КАНАЛИ И ОТЛИВ НА МЛАДЕЖКА АУДИТОРИЯ

Развитие на телевизионния пазар

И в началото на 2009 година трите национални телевизии – Би Ти Ви, Нова Телевизия и БНТ 1 запазват лидерските си позиции в ефира. Въпреки това обаче и при трите се наблюдава спад в аудиториите им. И докато при Би Ти Ви и Нова телевизия, той е основно за сметка на периферната им аудитория, то при БНТ 1 е налице сериозно отдръпване и сред хората, редовно следящи програмата на телевизията.



От друга страна, телевизорите от групата на Диема Вижън (Диема, Диема 2 и Диема Фемили) още по-категорично заявиха присъствието си на медийния пазар, задържайки се непосредствено след трите национални телевизии по обща аудитория. И трите канала бележат покачване на броя зрители, предпочитайки програмите им, като най-голям ръст (както в редовната, така и в периферната аудитория) има при Диема Фемили. Телевизията е предпочитана най-вече от жените в София и областните градове, предимно учащи и упражняващи ръчен труд.

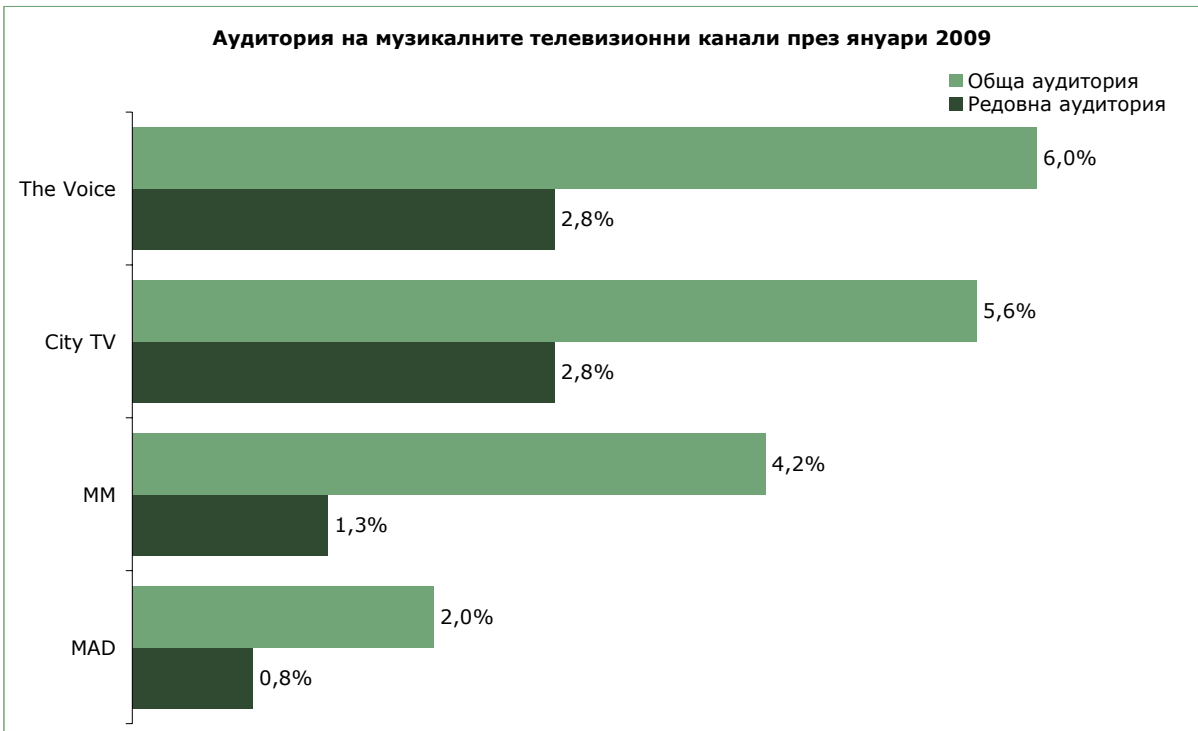


Ръст в аудиторията си спрямо януари 2008 година бележи и ТВ2 – четвъртата национална телевизия. Той обаче е преди всичко за сметка на хората, гледащи телевизията само от време на време. Броят на тези, които редовно следят програмата ѝ, намалява. Това до голяма степен би могло да се дължи на факта, че телевизията все още не е успяла да се позиционира сред строго определен сегмент от зрители, поради което и редовната ѝ аудитория е доста разнообразна и непостоянна.

С нарастваща гледаемост спрямо 2007 година са и канали с преобладаващо спортна програмна схема като Ринг и Канал 3. По-малък интерес обаче се наблюдава по отношение на телевизиите, които са заложили предимно на новинарски емисии, сутрешни блокове и публицистични предавания. Такива са Европа, Би Би Ти и ТВ7 (и при трите телевизии се наблюдава спад както на редовните, така и на периферните им аудитории).



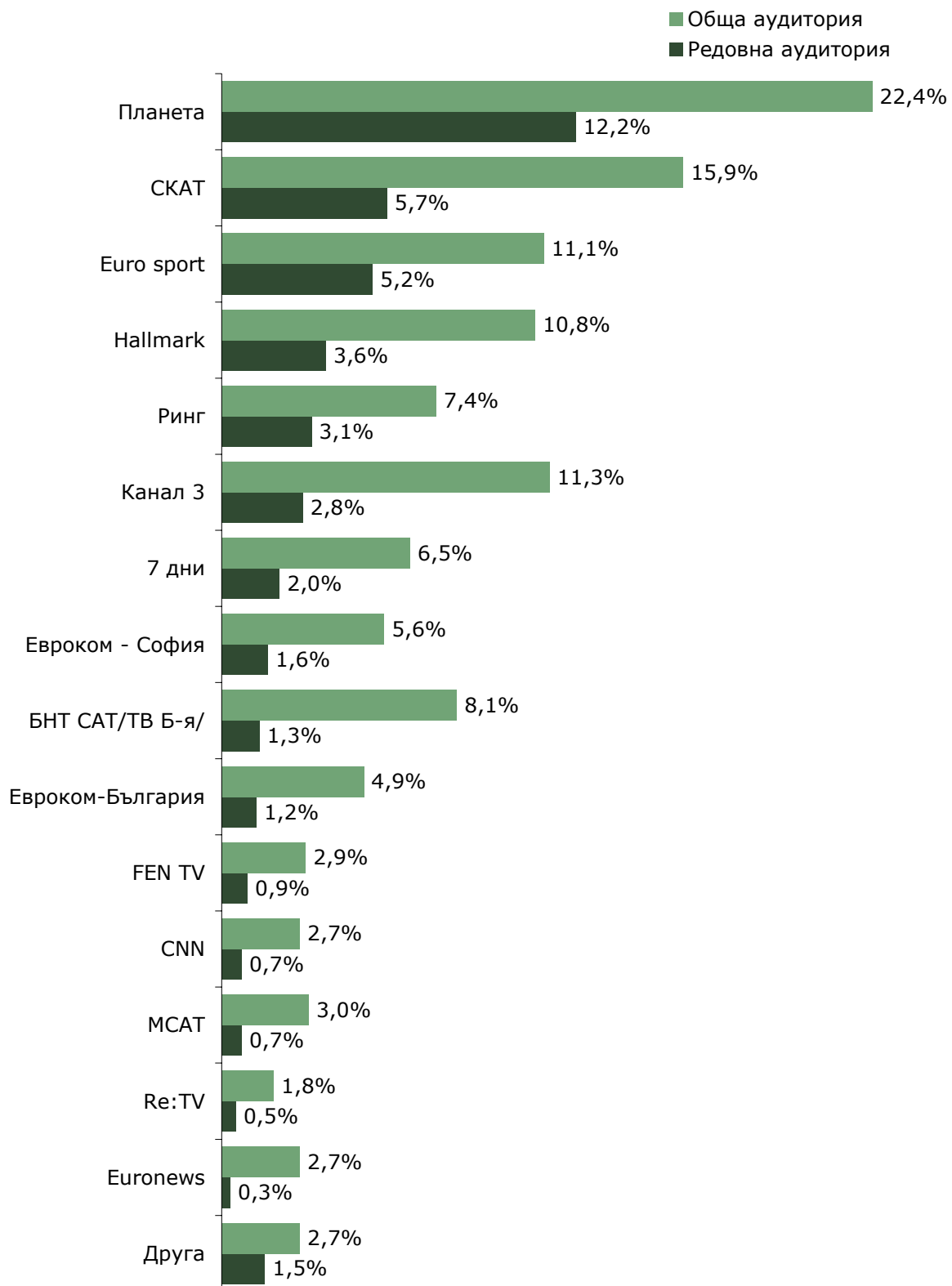
Другата група канали, при които се наблюдава свиване на аудиторията, са предпочитаните по принцип от по-младите зрители телевизии, като Fox Crime, AXN, AXN Crime, Discovery Chanel, National Geographic. При тях, както и при останалите със сходна аудитория (Fox Life и GTV), се забелязва промяна в профилите на хората, които редовно следят програмата им. Намалява дялът на представителите на най-младата възрастова група (18-30 годишните) и на учащите, за сметка на 31-40 годишните, най-вече служители, упражняващи неръчен труд. Намалява гледаемостта и на другия тип канали, предпочитани от младежката аудитория, и най-вече тази част от нея съсредоточена предимно в София и по-големите областни градове, а именно - музикалните City TV, ММ, MAD. Въпреки спада обаче, те запазват профила на хората, избиращи техните програми.



Една от причините за отлива на част от младежката аудитория от доскоро предпочитаните от нея телевизионни канали, би могла да се крие в нарастващото у нас потребление на Интернет през последните няколко години (към момента 38% от пълнолетното население на страната). Разглежданата социално-демографска група е сред най-активно използващите глобалната мрежа – 61% от хората на възраст 18-30 години и 81% от учащите влизат в Интернет всеки или почти всеки ден. За изместване на телевизията от Интернет сред тази част от аудиторията говорят и основните направления, заради които младите потребители го използват - теглене на файлове (музика, филми, видео клипове), игри и слушане на музика онлайн, чат, сърфиране за удоволствие. Освен това, разглежданата група средно на ден прекарва повече време в Интернет, отколкото пред телевизора – съответно 2,9 часа срещу 2,4 за хората на възраст 18-30 години. Още по-ясно изразена е тази тенденция при учащите се – 4,2 часа в интернет срещу 2,6 часа – пред телевизионния екран.

Въпреки лекият спад в гледаемостта на трите национални телевизии, и през 2008 година те продължават да доминират в българския ефир с редовни аудитории, надвишаващи няколкократно каналите, излъчвани чрез кабелни оператори и сателит. Все по-голяма обаче става разликата между дела на хората, предпочитащи частните Би Ти Ви и Нова Телевизия, пред държавната БНТ 1. Разлика се забелязва и в различните социални групи, които трите канала успяват да привлекат като своя аудитория. Сред редовно гледащите Би Ти Ви и Нова Телевизия, например, могат да се разграничат няколко сегменти от зрители, които следят различни развлекателни предавания, насочени към тях. От друга страна, твърдата аудитория на БНТ 1 жанрово се ориентира към политически и публицистични предавания. Поради това тя обхваща основно активното население на средна и по-висока възраст, както и пенсионери, които като цяло прекарват най-дълго време пред екраните.

Аудитория на други телевизионни канали през януари 2009



Развитие на радио пазара

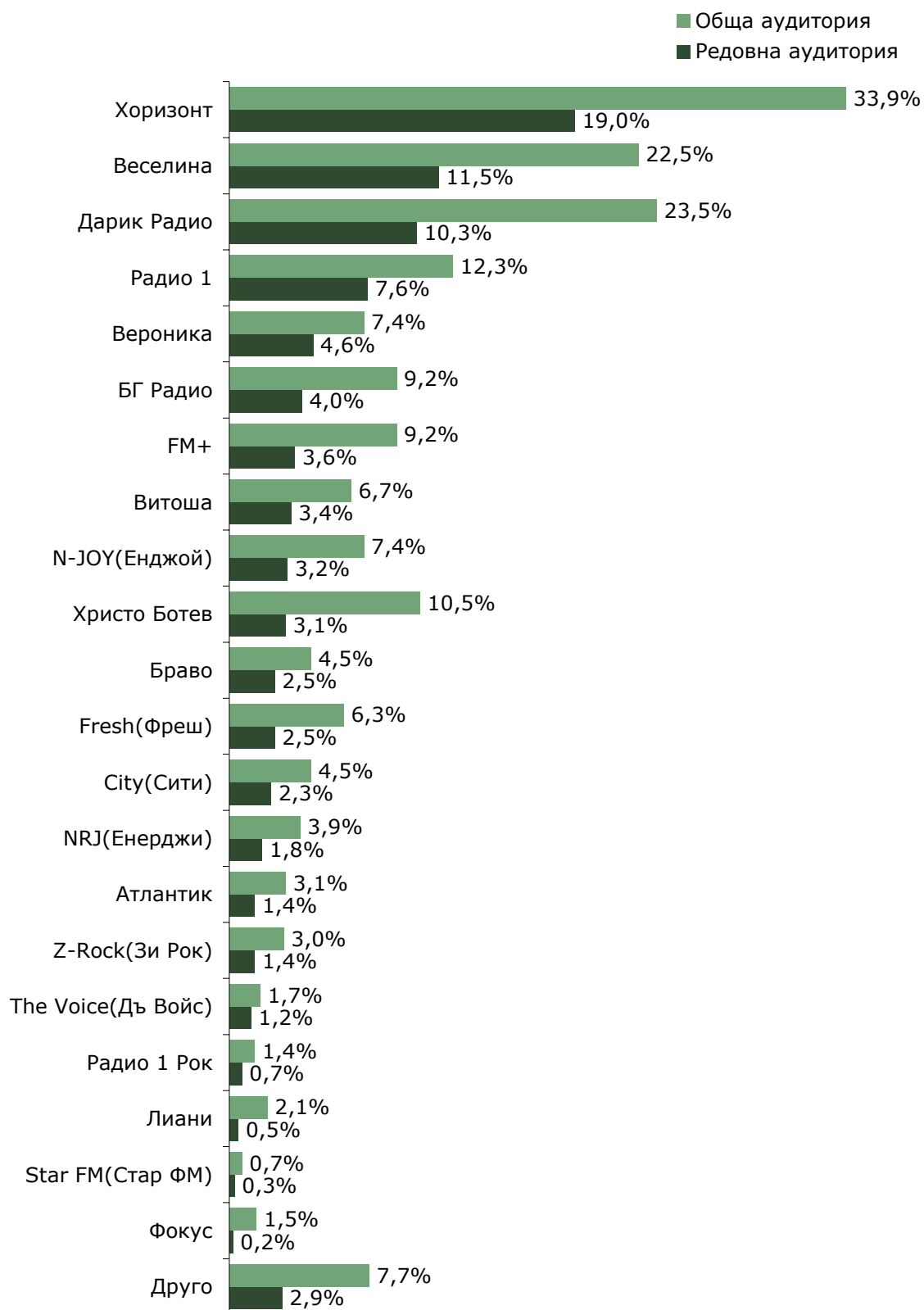
През изминалата 2008 година процентът на хората в страната, които редовно са слушали радио се запазва. Не търпи съществена промяна и йерархията на различните радиостанции. Относително сериозен спад в аудиториите си все пак бележат националните Хоризонт и Христо Ботев. За поредна година излъчващото предимно попфолк музика радио Веселина запазва втората си позиция в класацията на постоянните аудитории. Разликата с броя слушатели на Дарик радио обаче е твърде малка. През 2008 частното информационно радио увеличава както редовната, така и периферната си аудитория, като успява да измести Веселина по общ брой потребители.

През 2008 година затвърди позициите си в челните места и другата радиостанция, излъчваща музика в подобен жанр – Вероника, която е на пазара едва от 2007 година.

И при радиостанциите, подобно на телевизиите, се наблюдава свиване на аудиториите на онези от тях, които се позиционират сред по-младите слушатели, все още учащи, а именно N-JOY, City, Z-Rock, The Voice, Витоша.

От друга страна, при радиостанции като Дарик, Радио 1, БГ Радио, NRJ, FM+, предпочитани най-вече от по-зрелите слушатели (31-40 годишни), по-високо образовани, от София и областните градове с по-високи доходи, отчитаме покачване на хората, избрали техните честоти.

Аудитория на радиостанциите през януари 2009



Като цяло, през 2008 година няма значителна промяна в аудиторията на електронните медии – йерархията и на телевизиите, и на радиостанциите се запазва непроменена в общата класация. Все пак, при мнозинството от националните медии (Би Ти Ви, Нова Телевизия, БНТ 1, Хоризонт, Христо Ботев), се наблюдава, макар и в различна степен, спад в интереса на аудиторията. Успоредно с това започва процес на отдръпване на част от младежката аудитория, която се насочва основно към Интернет, прекарвайки все повече време в мрежата, за сметка на отделеното за телевизия и радио. Като по-лоялни потребители на електронните медии през 2008 година се очертават жителите основно на София и областните градове на възраст 31-40 години, по-високо образовани, упражняващи неръчен труд, с по-високи от средните доходи. През годината все по-голяма част от телевизиите и радиостанциите се насочват към привличане на конкретни сегменти от потребители, съобразявайки с тях програмните си схеми. Доколкото обаче гледаемостта се гарантира не само от правилно насочени (т.е. към подходяща социално-демографска група), но и от професионално направени предавания, не е учудващо, че малцина успяват да задържат позициите си и да бъдат достатъчно конкурентни на медийния пазар.

ВСЕКИДНЕВИЕТО НА БЪЛГАРИТЕ

В опитите си да обхванат най-важните тенденции в обществения живот, социологическите проучвания най-често обръщат внимание на политическите процеси, подкрепата за управлението, водената от него политика, партиите, техните лидери и пр. В страни от фокуса им обикновено остават редица не така важни на пръв поглед аспекти от всекидневния живот на хората, които обаче са не по-малко симптоматични за обществения климат, навиците, ценностите и устойчивите характеристики в отношенията между хората. В тази част от изданието „Общественото мнение 2008“ сме се опитали да обхванем част от „духа на нашето време“ като представим по-малко видими в социологическите проучвания аспекти от живота на българите. Надяваме се, че този социологически поглед ще допринесе за едно по-добро разбиране на българите, но и че ще бъде преди всичко развлекателен и забавен за читателя.

Развлеченията и свободното време

Българите са сред хората, които особено силно ценят свободното си време и почивка, но го затварят основно в дома си. В свободните от работа часове 39% се грижат за градината и растенията, 37% гледат сапунени сериали, 30% обичат да готвят в къщи, 24% четат книги. Че българинът остава „домошар“ личи и по факта, че най-често остава в дома си и по време на празници, които много европейци празнуват навън - 89 % посрещат Нова година в домашна обстановка, едва 11% празнуват в ресторант. Интерес, възможност и навици за забавления навън имат предимно младите, които най-често излизат с приятели. 23% отиват в кафене или механа, 8% - на дискотека, 3% посещават ресторант поне веднъж в седмицата.

Макар и доста консервативни в начина, българите, и особено младите, постепенно разширяват кръга на познатите забавления с по-модерни технологични форми. 16% слушат музика от мобилния си телефон, 7% играят компютърни игри. Не липсват и по-традиционни, типични за мъжката половина от населението забавления – всеки трети мъж (29%) признава, че е влизал в стриптийз клуб.

Храната и напитките

Прекарвайки основната част от свободното си време въщи, не е учудващо, че българите предпочитат домашно приготвената храна, дори тогава когато имат гости. 82% сами приготвят ястията за гостите си, 18% поръчват готова храна. Въпреки традиционализма си, когато става въпрос за експериментиране и новости, българите са отворени към различните кухни и култури - 53% посочват, че са склонни да изпробват екзотична чуждестранна кухня – Японска, Тайландска, Индийска и пр.

Две трети от българите (69%) закусват всяка сутрин, а останалите 31% се хранят по-малко от три пъти на ден. 22% пият кафето си без захар. Всеки ден около 300 хиляди българи (5%) се опитват да спазват диета, а 3% са вегетарианци. Алкохолът присъства доста често на трапезата на българите. Само една пета (20%) посочват, че изобщо не употребяват алкохол, а 37%, че не пият ракия. Сред вината най-популярно е червеното (37%), следвано от бяло (26%) и розе (3%). За „добрите взаимоотношения“ с алкохола свидетелства и фактът, че една пета от пълнолетните българи посочват, че не биха се затруднили да изпият една бира на екс. 39% от мъжете са убедени, че тя дори помага срещу махмурлук.

68% похапват от време на време шкембе чорба, а 74% придружават яденето с чесън. Традиционната за българите кухня не пропуска зимнината – три четвърти от българските домакинства продължават да приготвят кисело зеле и туршии. Чуждестранният повеи в лицето на продукти като синьото сирене, например, е достигнал до 32% от пълнолетните българи. Нови веяния идват и при напитките. 42% от българите посочват, че обичат коктейлите, което заедно с вкуса към новите кухни и продукти говори за постепенно разчупване на хранителните ни навици.

Семейството

Една от най-големите ценности за българите е семейството. Въпреки сериозните трансформации, които настъпиха и в тази сфера, бракът си остава доминиращата форма на съжителство в българското общество. Само 8% от пълнолетните българи живеят с партньора си без брак, въпреки че четворно повече (32%) смятат, че бракът е отживелица. Последните със сигурност не са били на това мнение, когато са сключвали брак.

Ако погледнем към символите на брака, ще видим, че мнозинството не са вманиачени в тяхното поддържане – само 36% от сключилите брак носят брачна халка, при това в любопитно съотношение по пол: 30% при мъжете и 42% при

жените. 25% от семейните българи са забравяли годишнина от сватбата си, като мъжете по-често, съзнателно или не, не са се сещали за съответната дата (29%).

Българите остават традиционалисти и по начина, по който се разпределят задълженията в дома. 78% смятат, че след сватбата е нормално жените да приемат фамилията на мъжете си като това мнение се споделя повече от мъжете (83% от тях, срещу 72% от жените). "Нежните половинки" мият прозорците в 82% от домакинствата, а само в 5% от случаите с това се заемат мъжете. Малко по-различно е съотношението при изхвърлянето на боклука. В половината домакинства жената изхвърля боклука, в 18% това прави мъжът, а в 32% - поравно. Доста от сватбените традиции отпреди два века намират своето място и до днес. 16% от българите, които имат деца приготвят чеиз за сватбата им, 20% смятат за нормално да се взема зестра от родителите на булката, 24% одобряват брак по сметка. За част от българите доста традиционни остават и взаимоотношенията между поколенията - 10% от българските мъже живеят при своята тъща, едва 23% от българските снахи признават, че не се разбират със свекървите си. Почти всеки втори (44%) посочва, че е сключил брак с първата си любов (40% от мъжете и 48% от жените).

Сред българите, останали в пределите на страната ни, смесените бракове са все още рядкост – при 3% от семействата двамата съпрузи са от различни етноси, 1% са сключили брак с чужденец и живеят в България.

При младите поколения се наблюдават и по-свободни и модерни отношения: 26% биха признали изневяра, 30% биха сключили брак с човек, който има вече две деца, 4% от мъжете, които имат деца са присъствали на техните раждания.

Не са изключения и случаи, в които намеренията за брак са били осуетявани - 5% са се сгодявали и след това не са сключили брак с този партньор.

Грижите за дома

Оставайки твърде затворен в дома си, българинът цени силно подредбата на своята къща и в рамките на възможностите си, се старее да я обновява. През последните години се забелязва тенденция за модернизиране на голяма част от българските домове - 6% вече имат миялна машина, широко са разпространени цифровите технологии (около 20%), кабелната телевизия (65%). Почти всеки трети дом е подменил дограмата си с алуминиева или PVC.

За обновяване на дома мнозинството от българите разчитат на метода „направи си сам“ - 56% правят сами ремонтите си в къщи. Домакините обикновено също сами почистват домовете - едва 1% от семействата наемат професионалист за тази дейност. Дали защото не винаги имат отделни стаи-спални, или от любов към реда, 71% оправят леглото си всяка сутрин.

Като цяло жилищните площи, в които се разполагат българите, не са големи – средната квадратура, с която разполага едно семейство е 69 кв.м. Всяко четвърто домакинство с деца под 18 г. няма отделна стая за тях, а 23% от домовете (предимно в селата) все още нямат вътрешна тоалетна.

Взаимоотношенията между половете

Донякъде изненадващо, българските мъже се оказват малко по-любвеобилни от своите партньорки – 45% от мъжете и 37% от жените се обръщат към половинките си с нежни имена от рода на “мечо”, “коте”, “мише” и т.н. В същото време обаче, 32% от мъжете никога не са целували ръка на жена.

Българите са доста ревниви, което е разбираемо предвид факта, че само 19% смятат изневярата за нещо нормално, а 24% посочват, че дори са плакали от ревност. Всеки пети (21%) признава, че е изневерявал на гаджето си, или на съпруга/та си. Склонността към изневяра е доста по-висока при мъжете, отколкото при жените (26% от мъжете и 16% от жените). Понякога ревнивецът е склонен да приеме и доста по-радикални мерки - 17% биха сложили проследяващ чип в тялото на своята половинка, ако имат такава възможност, а 5% подозират сегашния си партньор в изневяра.

29% са били само с един единствен интимен партньор през живота си. За сметка на това, по-либерално е отношението към взаимоотношенията на работното място - 38% одобряват сексуални контакти между колеги.

Грижата за тялото

Хигиената, грижата за тялото и външния вид е един от белезите за цивилизованост на една нация. Погледнато от този ъгъл обаче, българското общество би трябвало да бъде критично към себе си - 22% от пълнолетните българи не си мият зъбите вечер, 66% от мъжете не се бръснат всеки ден, 62% от жените не епилират тялото си.

Мечтите

Макар и здраво стъпили на земята, българите искат да се докоснат и до виртуалното, до света на мечтите, да излязат отвъд пределите на “земното”. Всеки трети (34%) иска да може да лети, малко по-малко си мечтаят за пътуване до Луната (27%), и едва 13% - за професията космонавт. Всеки четвърти обаче би желал да има своего рода ясновидски способности, които да му позволяват да чете мислите на хората около него.

НАД ИЗДАНИЕТО РАБОТИХА:

Боряна Димитрова

Геновева Петрова

Златка Учикова

Лора Милушева

Милена Димитрова

Павел Вълчев

Радостина Ангелова

Станислав Стоянов

ОБРАБОТКА НА ДАННИ И ТЕХНИЧЕСКО ОФОРМЛЕНИЕ:

Силвия Тодорова

© Alpha Research Ltd.

**ОБЩЕСТВЕННОТО
МНЕНИЕ**