

УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО
КАТЕДРА „ПУБЛИЧНА АДМИНИСТРАЦИЯ“

ДОКТОРАНТСКИ ЧЕТЕНИЯ 7

АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ: ПРОФЕСИИ С ХОРИЗОНТ 2030

СЕДМА ЕСЕННА АКАДЕМИЯ

София, УНСС, 13 ноември 2020 г.

ИЗДАТЕЛСКИ КОМПЛЕКС – УНСС
София, 2021

Публикацията е финансирана със съдействието на средства от фонд НИД на УНСС, НП-8/2020 г.

Редакционна колегия

гл. ас. д-р Виолета Тончева-Златкова

гл. ас. д-р Владимир Вълков

гл. ас. д-р Даниела Кръстева

гл. ас. д-р Калин Боянов

гл. ас. д-р Красимира Вълчева

гл. ас. д-р Ралица Велева

Научен редактор

доц. д-р Деница Горчилова

Всички права са запазени! Не се разрешават копиране, възпроизвеждане и разпространение на книги или на части от тях по какъвто и да е начин без писменото разрешение на ИК – УНСС.

Авторите носят пълна отговорност за оригиналността на произведението, както и за грешки, допуснати по тяхна вина.

© Колектив

© ИЗДАТЕЛСКИ КОМПЛЕКС – УНСС

Изп. директор: Веселин Ангелов, тел. 02 8195 251

Зам. изп. директор: Стефан Власев, тел. 02 8195 551

Гл. редактор: Тодорина Недева, тел. 02 8195 564

УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

1700 София, жк „Студентски град“, ул. „8-ми декември“ № 19

СЪДЪРЖАНИЕ

РЕДИЗАЙН ЧРЕЗ M-TECH DEVICE И ЕВРОПЕЙСКА ЦИФРОВА ИДЕНТИФИКАЦИЯ

Илияна Атанасова Беличенова
докторант в катедра „Публична администрация“, УНСС 5

НЕРАВЕНСТВА ПРИ ПУБЛИЧНОТО ФИНАНСИРАНЕ НА ЗДРАВНИТЕ СИСТЕМИ В ЕС

Боян Игнатов
докторант в катедра „Публична администрация“, УНСС 9

ПОСЛЕДВАЩА ОЦЕНКА НА ВЪЗДЕЙСТВИЕТО – ПРОБЛЕМНИ ЗОНИ

Милена Цаковска
докторант в катедра „Публична администрация“, УНСС 21

ВРЕМЕ ПРЕКАРАНО ПРЕД ТЕЛЕВИЗОРА ПРЕЗ 2020 ГОДИНА – СРАВНЕНИЕ НА БАЗА ДЕМОГРАФСКИ И ПОВЕДЕНЧЕСКИ ПОКАЗАТЕЛИ

Биляна Василева Митова
докторант в катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“, УНСС 27

КОНКУРЕНЦИЯ НА БАЗА СТОЙНОСТ ЗА КЛИЕНТА В ИНДУСТРИЯТА ЗА МЕДИЦИНСКИ ИЗДЕЛИЯ

Даниел Мирославов Любенов
докторант в катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“, УНСС 34

СТЕРЕОТИПИ НА ЖЕНСКИЯ ОБРАЗ В ПЕЧАТНАТА РЕКЛАМА В САЩ ПРЕЗ ХХ ВЕК

Надя Миткова Станоева
докторант в катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“, УНСС 40

РАЗВИТИЕ НА ДЕТСКИЯ ПАЗАР И НА ДЕЦАТА КАТО ПОТРЕБИТЕЛИ

Снежана Върбова
докторант в катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“, УНСС 52

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ДЕСТИНАЦИИ: ЛИТЕРАТУРЕН ОБЗОР

Христомир Куцаров
докторант в катедра „Маркетинг и стратегически планиране“ УНСС 63

ОЦЕНКИТЕ НА СОЦИАЛНОТО ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ПУБЛИЧНИТЕ ИНДУСТРИАЛНИ ПОЛИТИКИ В БЪЛГАРИЯ – СПЕЦИФИКИ И ПРОБЛЕМИ

Андрей Лалов
докторант в катедра „Икономическа социология“, УНСС 75

СЪВРЕМЕННАТА ТЕХНИКА – ПОЛЗИ И ОПАСНОСТИ

Габриела Марангозова
редовен докторант в катедра „Икономическа социология“, УНСС 86

НЯКОИ СОЦИАЛНО-ТРУДОВИ АСПЕКТИ НА ПРОФЕСИОНАЛНОТО ИЗТОЩЕНИЕ

Марина Банчева
докторант в катедра „Икономическа социология“, УНСС 93

СОЦИАЛНО ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА КАМПАНИЯТА СРЕЩУ ПРОЕКТА НА СТРАТЕГИЯ ЗА ДЕТЕТО (2019-2030) ВЪРХУ НАГЛАСИТЕ КЪМ ПРАВОТО НА ДЕЦАТА НА ЗАЩИТА ОТ СТРАНА НА ДЪРЖАВАТА

Мария Брестничка
докторант в катедра „Икономическа социология“, УНСС 110

ПЕТ ГОДИНИ ОТ „БЕЖАНСКАТА КРИЗА“:
КАКВО КАЗА НИДЕРЛАНДИЯ НА ЕВРОПА?

Павлин Тодоров
докторант в катедра „Икономическа социология“ 128

ЕДИН КАЗУС НА ПРОТИВОРЕЧИЯТА МЕЖДУ ОБЩИНСКАТА АДМИНИСТРАЦИЯ
И ГРАЖДАНСКОТО ОБЩЕСТВО, ОТНОСНО ПАРКИРАНЕТО В СТОЛИЦАТА

Стоян Иванов Димитров
докторант в катедра „Икономическа социология“ 147

ДЖЕНДЪР НЕРАВЕНСТВА НА ПАЗАРА НА ТРУДА

Тереза Иванова Трайкова
докторант в катедра „Икономическа социология“, УНСС..... 155

ХАЗАРТЪТ КАТО СОЦИАЛЕН ФЕНОМЕН

Кристиян Иванов
докторант във „Висше училище по застраховане и финанси“ 161

РЕДИЗАЙН ЧРЕЗ M-TECH DEVICE И ЕВРОПЕЙСКА ЦИФРОВА ИДЕНТИФИКАЦИЯ

Илияна Атанасова Беличенова
докторант в катедра „Публична администрация“, УНСС

iliatanasova@abv.bg

Резюме: Реимбурсните политики за медицински изделия в България са недостатъчно изследвано поле от гледна точка на процеси, стойности, оценка на здравните технологии /ОЗТ/ и дигитализация. По данни на медиите, пациентите доплащат значителни средства при определени интервенции и процента на копеймънт в някои случаи достига до над 50 %. Пациентите не винаги могат да вземат информирано решение относно избора на медицинско изделие, поради спецификата на процедурите, нуждата от медицински познания и достъпна, разбираема информация относно реимбурсните политики за медицински изделия. По този начин се създава ново поле за създаване на нова дигитална платформа m-tech device reimbursement tool включваща ОЗТ данни и доклади на нови и съществуващи МИ, реимбурсни стойности за съществуващи и за нови МИ, частично и напълно реимбурсирани. Това поле представляващо изцяло интерактивна дигитална реимбурсна платформа с достъп до всички реимбурсирани медицински изделия, техните стойности и данни за производител, вносител на съответното медицинско изделие, ОЗТ обобщения доклад и механизъм за реимбурсиране би гарантирало прозрачност при избора и акуратност при отчитането и реимбурсните политики.

Ключови думи: реимбурсни политики, медицински изделия, редизайн, ОЗТ

REDESIGN WITH M-TECH DEVICE AND EUROPEAN DIGITAL IDENTIFICATION

Iliyana Atanasova Belichenova

Summary: Reimbursement policies for medical devices in Bulgaria are an insufficiently researched field in terms of processes, values, assessment of health technologies/HTA/and digitalization.

According to media reports, patients pay a significant additional fee for certain interventions and the percentage of co-payment in some cases reaches over 50%. The patients cannot always take informative decisions regarding the choice of specific medical device, due to peculiarities of the procedures, the necessity of certain knowledge and accessible, understandable information of reimbursement policies of medical devices.

This field, which is a fully interactive digital reimbursement platform with access to all reimbursed medical devices, their values and data of the manufacturer, importer of the respective medical device, HTA report and reimbursed mechanism, would ensure transparency in selection and accuracy in reporting and reimbursement policies.

Key words: Reimbursement policies, medical devices, redesign, HTA

Въведение

Редизайнът на реимбурсните политики за медицински изделия придобива все по-важно място и значение на фона на защита на здравето на българите в условията на развитие на електронно здравеопазване и дигитализация на процесите.

В настоящата статия се представя накратко проектът M-tech device reimbursement tool, който създава интерактивна платформа, дигитален модел акцентиращ върху приложението на ОЗТ докладите в страните от ЕС и използването му като инструмент за по-ефективни реимбурсни политики за медицински изделия в България. Въведените критерии за медицински изделия и анализите на разходната ефективност, прогнозирането и прилагането на най-новите инструменти за управление на бизнес процесите в публичните организации са в основата на този редизайн за подобряване реимбурсните политики за медицински изделия.

Съществуват много нормативни стандарти, класификации и голям обем данни комбинирани с широка номенклатура от медицински изделия и процеси свързани с новите изисквания на законодателството на ЕС (3,4,5,6). Всички нововъведения трябва да се имплементират и в съответствие с действащата нормативна уредба, правила и процедури, което да бъде комуникирано с фирмите вносители на медицински изделия, пациентските организации и заинтересованите страни имащи отношение към тази сфера в България. Решенията са свързани с разработването на нова дигитална архитектура и интерактивна платформа, която е M-tech device reimbursement tool.

В допълнение на бизнес процесите, реимбурсните политики и тяхното подобряване изисква и промяна на сроковете при договаряне, включване на нови изделия и повишаване на прозрачността. По този начин се осигурява прозрачност, точност, яснота за пациента относно реимбурсните политики за МИ, чрез достатъчно данни за тяхното реимбурсиране, видове и данни за ефикасност от използването им.

Основната цел на проекта или на статията е свързана с редизайн на съществуващите реимбурсни политики за МИ в България, тъй като този редизайн на процедурите по договаряне на медицински изделия и реимбурсните политики би спомогнал за цялостното оформяне на архитектурата на новото реимбурсиране чрез M-tech device reimbursement tool в синхрон с електронното здравеопазване и високите изисквания за киберсигурност и защита на лични данни.

Методологията е свързана с въвеждането на механизъм за редизайн на съществуващите реимбурсните политики за медицински изделия, който да включва и прилагане на докладите по оценка на здравните технологии (ОЗТ), т.е. докладите да са налични на платформа, където пациентите да имат достъп до тях.

Основните резултати са откриването на иновативни и прозрачни механизми при реимбурсирането и плащането от здравно-осигурените лица, прилагани в практиката на страните от ЕС, като мониторинг и контрол на политиките, пакетни плащания, възможности за подобрения чрез ъпгрейд на цифровите информационни системи. Проектът е български, съобразен със спецификата, обемите и използването на медицински изделия в България.

M-tech device предвижда възможността за формиране на политики по ОЗТ за медицински изделия в България. Този посветен на реимбурсните политики механизъм изключително за медицински изделия в България би следвало да обобщава и да предоставя становища основно за подобряване на реимбурсните политики за медицински изделия в България в дигитален формат. При вземане на решение относно реимбурсните политики за медицински изделия M-tech device ще подпомага както пациенти така и лекари и ще бъде интерактивна електронна реимбурсна платформа.

Изискванията към фирмите доставчици и търговци на едро по отношение на пост маркетингови данни и проследяване ефекта от дадено МИ, което се реимбурсира също би следвало да се завишат. Освен това въвеждането на подобрен механизъм на бизнес процесите по договаряне и отчитане и методите на управление и формирането на реимбурсни политики чрез клаузи за pay-back и claw-back т.е. изплащане и връщане на суми на доставчик и мониторинг и контролинг на всеки един доставчик на МИ би се съчетало със съществуващите методи.

Проектът M-tech device reimbursement tool представя целия набор от данни за реимбурсните политики в България за медицински изделия като интегрира най-иновативните инструменти и политики вярно и своевременно в полза на общественото здраве на българите и за по-точно и вярно отчитане и реимбурсиране с оглед предотвратяване на несъответствия. Представят се важни нови изисквания и модели, модули към компаниите, бизнеса, публичните институции в структуриран вид.

M-tech device reimbursement tool представлява подобрен модел на механизъм, който решава въпроса относно прозрачността, прогнозируемостта и подобряването на реимбурсните политики за медицински изделия (МИ в България. Той разглежда различните групи и подгрупи медицински изделия, като се взема предвид категоризирането им и определянето на основните доставчици) търговци на едро. Така осигурява пълните данни и информация за всяка кандидатстваща фирма, търговец на едро за включване на едно МИ за пълно реимбурсиране, частично реимбурсиране или за изцяло ново участие на МИ в дигитален вид. Тези данни са достъпни от гледна точка на продуктова информация, характеристики и полезност, ефикасност, рандомизирани проучвания във файлове по производители, чрез облачна технология и съхранение.

M-tech interactive device reimbursement tool таргетира и неизследвани до момента реимбурсни политики за МИ, които е необходимо да се включат и проучат, като за целта се обособяват инструменти за редизайн и се поднасят short-list – кратки списъци с нови МИ за реимбурсиране. Предоставят се примери за реимбурсни политики от NICE – National Institute for Health and Care Excellence, UNITED KINGDOM, HAS, FRANCE и IQWiG – Institut für Qualität und Wirtschaftlichkeit im Gesundheitswesen, GERMANY.

С оглед редизайн на реимбурсните политики за МИ се внедряват KPI или key-performance indicators – Ключови показатели за ефективност, релевантни при вземане на решение и сравнение между една или друга компания (производител) доставчик със съответното медицинско изделие и нейното портфолио. Основните индикатори за сходни МИ-брой на използвани МИ за период, реимбурсна стойност. Това се прави индивидуално, отчитайки спецификата и на база продуктово

портфолио, мащаба, поддръжката и цялостното представяне на бранда. Формирането на знание за тези елементи на оценка при реимбурсните политики е допълнителен инструмент за подобряване на ефективността и редианна.

Основните индикатори са-осигуряване с нужното количество МИ според прогнозните данни, в съответен вид, наличие на стикери и кодове, които да спомогнат за точното регистриране, отчитане и своевременно реимбурсиране на използваното изделие. Предоставяне на набор от продуктова информация за нуждите на всеки пациент, лекар, която продуктова информация да бъде налична на електронен носител.

Предоставяне на обобщени данни за дадено изделие-при колко пациенти е приложено, какви са били резултатите и ефективността от прилагането му. Осигуряване на обучение, на персонала, който използва конкретните изделия, въвеждане на стандарти за съхранение и поддръжка.

Изследвани са възможностите за подобряване на реимбурсните политики за медицински изделия в България чрез дигитализация на процесите, разширяване на функционалностите и компетенциите на екипите в лечебните заведения, които съвместно със софтуеърните компании да направят интерфейса са работа и отчитане на МИ по-гъвкав.

Основните резултати на M-tech device са внедряването на по-иновативни и прозрачни механизми при използването на МИ, мониторинга и контролинга на реимбурсните политики за МИ осъществявани в България. За редианна на реимбурсните политики и подобрения модел на механизъм е важно присъствието и на пациентски организации при вземане на решения за реимбурсирането на МИ за чувствителни категории. Важен компонент е и ролята на дигитализацията и мониторинга на съществуващите реимбурсните политики, при спазване на изискванията на относимата нормативната уредба. Надграждането на реимбурсните политики чрез интегриране и тестови пакетни плащания и възможностите за подобрения чрез ъп-грейд на цифровите информационни системи би било от съществена полза.

Реимбурсните политики за медицински изделия в ЕС са обект на постоянно развитие и промяна. Тези процеси би следвало да се случват и в България постоянно и да са продиктувани от стремежа за постигане на предвидимост, по-високо качество и ефективност в здравеопазването и реимбурсните политики. Поставен е приоритет върху реимбурсните политики за МИ в България, като важен елемент защото се разбира значението на сектора за осигуряването на нужните високотехнологични и иновативни решения (1,2).

Ползите са постигане на по-голяма прозрачност на реимбурсните политики за медицински изделия, и този проект е своеобразна електронна платформа, която в ясен вид предоставя данни за реимбурсираното медицинско изделие, реимбурсната стойност при пълно реимбурсиране и при частично реимбурсиране съчетано с данни за ОЗТ. Достъпът до подобен вид структурирани данни би улеснил пациента и съответно лекаря, поради факта, че тази специализирана информация ще бъде обособена на отделен портал. По всяко време данните за медицинското изделие, вкл. производител, сертификати и т.н. ще бъдат разполагаеми и в случай, че пациента би искал да се информира, какъв имплант ще бъде използван, това може да се осъществи. От съществено значение за пациента е и въпроса, каква сума се реимбурсира при частично заплатените медицински изделия и каква сума трябва да се доплати.

Заклучение

Проектът който се разглежда е специален, дигитален, интерактивен и иновативен, неразглеждан до момента, тъй като е плод на специализирани познания, експертиза и проведени проучвания на реимбурсните политиките на компании в Европа, Великобритания и САЩ, на обществени фондове и ОЗТ Институти и действащите политики в България.

Наличието на цялостна визия за редианна на реимбурсните политики и информация за конкретно МИ на български език с публично достъпни доклади за ОЗТ и най-важни индикатори за фирмата доставчик е от съществена важност. Чрез инкорпорирането на M-tech device reimbursement tool като интелигентна платформа с достъп до M-tech device база данни, това би се случило и би спомогнало за повече прозрачност, устойчивост на реимбурсните политики за медицински изделия в България и за увеличаване на ефективността на процесите, предвидимостта и прогнозируемостта за осигуряване на повече информираност на пациентите при използването на МИ.

Мощните инструменти за киберсигурност, защита на личните данни на пациентите, 5G мрежите, по-сигурните европейски облачни услуги, използването на данните за европейско електронно здравно досие, приложението на изкуствен интелект за диагностика и лечение и e-ID-

/общоевропейската защитена електронна идентификация) ще се интегрират също в M-tech device reimbursement tool като интелигентна платформа за подобряване на реимбурсните политики за медицински изделия.

Използвана литература

1. Гладилов, С., Е. Делчева, Икономика на здравеопазването, Princeps, 2000.
2. Делчева, Е., Здравна икономика, УНСС, УИ Стопанство, София, 2011.
3. Department of Health at <http://www.dh.gov.uk/>
4. European Parliament, Financing for development Post 2015: Improving the contribution of private finance, 2014, at: https://europa.eu/eyd2015/sites/default/files/users/maja.ljubic/expo-deve_et_2014433848_en.pdf
5. HTA Agency – NICE at <http://www.nice.org.uk/>
6. The state of artificial intelligence-based FDA-approved medical devices and algorithms: an online database at <https://www.nature.com/articles/s41746-020-00324-0>

Рецензент: гл. ас. д-р Калин Боянов

НЕРАВЕНСТВА ПРИ ПУБЛИЧНОТО ФИНАНСИРАНЕ НА ЗДРАВНИТЕ СИСТЕМИ В ЕС

Боян Игнатов
докторант в катедра „Публична администрация“, УНСС

boyan.ignatov@abv.bg

Резюме: Неравенствата и несправедливостта съществуват в областта на здравето. Те могат да бъдат видяни в неравностойните здравни условия на различните социални групи, в нивата на здравен риск, на които са изложени тези групи и в различния им достъп до здравни ресурси. Не е случайно, че повечето от здравните неравенства са пряко свързани с неравенства, наблюдавани в други сфери на социалния живот. Така, както социалните неравенства продължават да съществуват във всички страни, независимо от тяхното ниво на развитие, така и здравните неравенства са устойчиво явление по целия свят.

Ключови думи: неравенства, публични разходи, БВП, здравеопазване, финансиране

INEQUALITIES IN PUBLIC FUNDING OF HEALTH SYSTEMS IN THE EU

Boyan Ignatov Ignatov

Abstract: Inequalities and inequities exist in the field of health. They can be seen in the unequal health conditions of different social groups, in the levels of health risk to which these groups are exposed and in their different access to health resources. It is no coincidence, that most of the health inequalities are directly related to inequalities observed in other areas of social life. Just as social inequalities persist in all countries, regardless of their level of development, so health inequalities are sustainable around the world.

Keywords: inequalities, public spending, GDP, health, financing

Въведение

В тази статия ще докажем наличието на значителни неравенства в публичното финансиране на здравните системи на европейските страни. Това ще стане възможно посредством разглеждането на два основни финансови показателя за всяка от страните в Европейския съюз – публични разходи за здравеопазване, като процент от БВП и публични разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност. Всеки от тях носи важна информация, касаеща определен аспект на здравните неравенства, поради което Световната здравна организация следи в динамика промяната им на годишна база за всяка страна, която е нейн член. Ще бъде използвана наличната информация в базата данни на Световната банка¹ за периода 2000–2016 г. Статистическата обработка ще се извърши с помощта на специализиран софтуер за анализ на бази данни SPSS (Statistical package for the social sciences).

Анализ на публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП

Този показател ни дава най-обща информация за готовността на всяка от държавите да отделя публични средства за здравеопазване, без да отчита размера на БВП и броя на населението. Ранжирайки страните от ЕС според средната стойност на показателя за разглеждания период (табл. 1) разбираме, че най-много публични средства за здравеопазване, като процент от БВП се отделят в Германия, Франция и Дания, а най-малко в България, Латвия и Кипър.

Вижда се, че разликата между страната, отделяща най-много публични средства за здравеопазване, като процент от БВП и тази, отделяща най-малко е повече от три пъти, а в цели 21 страни средствата са под средната за ЕС стойност.

За да проверим наличието на статистически значима разлика между всеки две от държавите по този показател, ще използваме алгоритъма за проверка на статистически хипотези², започвайки със страните намиращи се на първо и последно място в ранжираната таблица – Германия и Кипър, т.е.

¹ Източник <https://data.worldbank.org>

² Гоев, В., Бошнаков, В., Тошева, Е., Харалампиев, К., Бозев, В., Статистически анализ в социологически, икономически и бизнес изследвания, Издателски комплекс – УНСС, стр. 98 – 115, София, 2019 г.

тези две страни с най-голяма разлика помежду им, след което ще повторим същото за всеки две от останалите.

Таблица 1

Средна стойност на публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП за страните от ЕС за периода 2000 – 2016 г.

№	Държава	Средно за периода 2000 – 2016 г.
1	Германия	8,41%
2	Франция	8,30%
3	Дания	8,03%
4	Белгия	7,67%
5	Швеция	7,62%
6	Нидерландия	7,31%
7	Австрия	7,19%
8	Европейски съюз	7,12%
9	Великобритания	6,57%
10	Финландия	6,50%
11	Италия	6,48%
12	Ирландия	6,32%
13	Португалия	6,29%
14	Хърватска	5,95%
15	Испания	5,92%

№	Държава	Средно за периода 2000 – 2016 г.
16	Словения	5,88%
17	Чешка република	5,65%
18	Малта	5,52%
19	Люксембург	5,50%
20	Гърция	5,32%
21	Словакия	5,19%
22	Унгария	5,00%
23	Полша	4,26%
24	Естония	4,24%
25	Литва	4,23%
26	Румъния	3,94%
27	България	3,94%
28	Латвия	3,27%
29	Кипър	2,61%

Източник: изчисления на автора. Първичните данни са от базата данни на Световната банка <https://data.worldbank.org/indicator/SH.XPD.GHED.GD.ZS>

Проверката на статистически хипотези изисква преминаването през следните шест основни етапа:

▪ **Първи етап – определяне на нулева и алтернативна хипотези**

В нашия случай нулевата хипотеза H_0 гласи: няма съществена (статистически значима) разлика между публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП на Германия и Кипър. Ако с \bar{X}_g означим средните публични разходи за здравеопазване, като процент от БВП на Германия, а с \bar{X}_c средните публични разходи за здравеопазване, като процент от БВП на Кипър, то математически нулевата хипотеза се записва по следния начин:

$$H_0: \bar{X}_g = \bar{X}_c$$

Този запис означава, че разликата между двете средни е несъществена (не е статистически значима), с други думи не е достатъчно голяма, за да се направи извода, че публичните средства за здравеопазване, като процент от БВП на едната страна са по-големи от тези на другата.

Алтернативната хипотеза гласи обратното на нулевата, т.е. разликата между двете средни е съществена, неслучайна и достатъчно голяма. Математически тази хипотеза се записва по следния начин:

$$H_1: \bar{X}_g \neq \bar{X}_c$$

▪ **Втори етап – определяне на риска за грешка α**

Тъй като при проверката на статистически хипотези се работи с извадки съществува риск да сгрешим в крайния извод, т.е. да приемем за вярна едната хипотеза, а в действителност да е вярна другата. Следователно, има възможност да допуснем два вида грешки – да е вярна нулевата хипотеза, но да се вземе решение за нейното отхвърляне (α -грешка) или да е вярна алтернативната хипотеза, но да се приеме нулевата (β -грешка). Тъй като проверяваната хипотеза е нулевата и за нея се взема решение за приемане или отхвърляне, то по-голямо внимание се обръща на α -грешката. При проверка на хипотези в социално-икономическата област най-често се работи с риск за грешка 0,05 ($\alpha=5\%$).

▪ **Трети етап – избор на критерий за проверка на хипотезата и изчисляване на емпиричната характеристика**

Критерият за проверка на хипотезата е някаква математическа формула, която зависи от типа на проверяваната хипотеза. Изчисляването на емпиричната характеристика с SPSS става лесно и бързо, след като зададем избрания от нас критерий.

▪ **Четвърти етап – определяне на вида на критичната област**

Критичната област е тази, в която ако се попадне или се отхвърля нулевата хипотеза или се допуска α -грешка. Тя може да бъде едностранна или двустранна в зависимост от начина по който е дефинирана алтернативната хипотеза. Ако тя е зададена със знака „ \neq “ критичната област е двустранна, ако е зададена със знаците „ $>$ “,или „ $<$ “,е едностранна. Вида на критичната област зависи и от критерия за проверка на хипотезата.

▪ **Пети етап – определяне на теоретичната характеристика**

Тя се определя от таблица за съответното теоретично разпределение, като се задават риска за грешка и вида на критичната област.

▪ **Шести етап – сравняване на емпиричната с теоретичната характеристика и вземане на решение**

Ако емпиричната характеристика е по-голяма от теоретичната се отхвърля нулевата хипотеза и се приема за вярна алтернативната. В противен случай, ако емпиричната характеристика е по-малка от теоретичната се приема за вярна нулевата хипотеза.

Пристъпваме към практическо решаване на задачата за проверка на наличието на статистически значима разлика между публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП на Германия и Кипър, с използването на SPSS. Последователността на извършваните действия е следната:

- тъй като имаме две тествани променливи става въпрос за свързани извадки (Related samples);
- двете тествани променливи са измерени на силна скала и трябва да се провери дали са нормално разпределени. Това става с теста на Колмогоров – Смирнов. Резултатът от този тест е даден в таблица 2.

Таблица 2

Тест на Колмогоров – Смирнов за нормално разпределение на публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП на Германия и Кипър за периода 2000 – 2016 г.

Hypothesis Test Summary

	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Германия is normal with mean 8,414 and standard deviation 0,77.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,346	Retain the null hypothesis.
2	The distribution of Кипър is normal with mean 2,612 and standard deviation 0,39.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,702	Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is ,05.

Източник: изчисления на автора. Първичните данни са от базата данни на Световната банка <https://data.worldbank.org/indicator/SH.XPD.GHED.GD.ZS>

Двете хипотези, които проверяваме с този тест са:

H0: разпределението на публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП на Германия и Кипър, е нормално;

H1: разпределението на публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП на Германия и Кипър, не е нормално;

Равнищата на значимост Sig и на двете променливи са по-големи от риска за грешка α (съответно 0,346 и 0,702 за Германия и Кипър), следователно приемаме нулевата хипотеза, че разпределението е нормално.

След като имаме променливи измерени на силна скала и с нормално разпределение трябва да използваме параметричен критерий за решаване на задачата. В SPSS това е Paired samples T-test. Изпълнявайки го получаваме следния резултат:

Таблица 3

Параметричен Т тест за наличие на статистически значима разлика между публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП на Германия и Кипър за периода 2000 – 2016 г.

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	Df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Германия – Кипър	5,80235	,44853	,10879	5,57174	6,03297	53,338	16	,000

Източник: изчисления на автора. Първичните данни са от базата данни на Световната банка <https://data.worldbank.org/indicator/SH.XPD.GHED.GD.ZS>

С този тест проверяваме дефинираните по-рано нулева и алтернативна хипотези, а именно:

H0: няма съществена (статистически значима) разлика между публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП на Германия и Кипър.

H1: има съществена (статистически значима) разлика между публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП на Германия и Кипър.

Равнището на значимост Sig (2-tailed) има стойност 0,000, което е по-малко от риска за грешка $\alpha=0,05$. Това означава, че се отхвърля нулевата хипотеза и приемаме за вярна алтернативната, а именно, че **има съществена (статистически значима) разлика между публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП на Германия и Кипър.**

За да получим пълна представа за разликата в този показател между отделните страни е необходимо да повторим горното действие за всяка двойка държави от ЕС. Най-напред проверяваме дали разпределението на всички останали извадки е нормално, посредством теста на Колмогоров – Смирнов.

Таблица 4

Тест на Колмогоров – Смирнов за нормално разпределение на публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП на страните от ЕС за периода 2000 – 2016 г.

Hypothesis Test Summary			
	Null Hypothesis	Test	Sig. Decision
1	The distribution of Франция is normal with mean 8,301 and standard deviation 0,53.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,296 Retain the null hypothesis.
2	The distribution of Дания is normal with mean 8,027 and standard deviation 0,68.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,372 Retain the null hypothesis.
3	The distribution of Бразилия is normal with mean 7,666 and standard deviation 0,75.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,577 Retain the null hypothesis.
4	The distribution of Швеция is normal with mean 7,623 and standard deviation 1,19.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,113 Retain the null hypothesis.
5	The distribution of Холандия is normal with mean 7,312 and standard deviation 1,56.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,348 Retain the null hypothesis.
6	The distribution of Австрия is normal with mean 7,188 and standard deviation 0,27.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,362 Retain the null hypothesis.
7	The distribution of Великобритания is normal with mean 6,571 and standard deviation 1,00.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,833 Retain the null hypothesis.
8	The distribution of Финландия is normal with mean 6,498 and standard deviation 0,79.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,881 Retain the null hypothesis.
9	The distribution of Италия is normal with mean 6,475 and standard deviation 0,45.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,640 Retain the null hypothesis.
10	The distribution of Ирландия is normal with mean 6,322 and standard deviation 1,14.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,901 Retain the null hypothesis.
11	The distribution of Португалия is normal with mean 6,294 and standard deviation 0,32.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,979 Retain the null hypothesis.
12	The distribution of Угандата is normal with mean 5,962 and standard deviation 0,57.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,614 Retain the null hypothesis.
13	The distribution of Испания is normal with mean 5,924 and standard deviation 0,70.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,508 Retain the null hypothesis.

14	The distribution of Словения is normal with mean 5,875 and standard deviation 0,29.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,790 Retain the null hypothesis.
15	The distribution of Чешка република is normal with mean 5,652 and standard deviation 0,43.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,983 Retain the null hypothesis.
16	The distribution of Магрит is normal with mean 5,523 and standard deviation 0,38.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,987 Retain the null hypothesis.
17	The distribution of Люксембург is normal with mean 5,502 and standard deviation 0,41.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,996 Retain the null hypothesis.
18	The distribution of Гърция is normal with mean 5,324 and standard deviation 0,61.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,938 Retain the null hypothesis.
19	The distribution of Словакия is normal with mean 5,192 and standard deviation 0,38.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,542 Retain the null hypothesis.
20	The distribution of Украйна is normal with mean 4,995 and standard deviation 0,34.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,249 Retain the null hypothesis.
21	The distribution of Полша is normal with mean 4,263 and standard deviation 0,30.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,777 Retain the null hypothesis.
22	The distribution of Естония is normal with mean 4,238 and standard deviation 0,52.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,460 Retain the null hypothesis.
23	The distribution of Лиека is normal with mean 4,230 and standard deviation 0,48.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,977 Retain the null hypothesis.
24	The distribution of Румъния is normal with mean 3,938 and standard deviation 0,34.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,950 Retain the null hypothesis.
25	The distribution of България is normal with mean 3,937 and standard deviation 0,33.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,914 Retain the null hypothesis.
26	The distribution of Латвия is normal with mean 3,269 and standard deviation 0,31.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,348 Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is .05.

Източник: изчисления на автора. Първичните данни са от базата данни на Световната банка <https://data.worldbank.org/indicator/SH.XPD.GHED.GD.ZS>

Всички променливи са измерени на силна скала и са нормално разпределени, което означава, че навсякъде ще използваме параметричния критерий Paired samples T-test. Изпълняваме теста за всяка двойка държави поотделно, като проверяваме следните хипотези:

H0: няма съществена (статистически значима) разлика между публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП.

H1: има съществена (статистически значима) разлика между публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП.

Обобщените резултати от тази проверка са представени в таблица 5. За двойките страни, при които се потвърждава нулевата хипотеза, т.е. че между техните публични разходи за здравеопазване, като процент от БВП няма статистически значима разлика, в съответното квадратче, на червен фон е отбелязано H0, а за тези, при които се приема алтернативната хипотеза за наличие на статистически значима разлика в публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП, на зелен фон е отбелязано H1.

Таблица 5

Резултати от проверка на хипотезата за наличие на статистически значима разлика между публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП на страните от ЕС за периода 2000 – 2016 г.

Държава	Германия	Франция	Нидерландия	Белгия	Швеция	Холандия	Австрия	Великобритания	Финландия	Италия	Ирландия	Португалия	Хърватска	Испания	Словения	Чешка република	Малта	Люксембург	Гърция	Словакия	Унгария	Полша	Естония	Литва	Румъния	България	Латвия	Кипър
Германия	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Франция	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Дания	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Белгия	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Швеция	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Холандия	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Австрия	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Великобритания	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Финландия	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Италия	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Ирландия	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Португалия	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Хърватска	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Испания	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Словения	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Чешка република	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Малта	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Люксембург	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Гърция	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Словакия	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Унгария	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Полша	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1	H1
Естония	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1
Литва	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1	H1
Румъния	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1
България	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1	H1	H1
Латвия	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1	H1
Кипър	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H1	H0	H1

Източник: изчисления на автора. Първичните данни са от базата данни на Световната банка <https://data.worldbank.org/indicator/SH.XPD.GHED.GD.ZS>

Двете половини на таблицата, разделени от черния диагонал са симетрични, т.к. огледалните проверки дават един и същи резултат (проверката на хипотезата за наличие на статистически значима разлика в публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП на страна А и страна В е същият, както и този, при проверката на страна В спрямо страна А).

От общо 378 двойки страни в ЕС, при 339 (или 89,68%) са налице значителни разлики в размера на публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП, а само при 39 двойки (10,32%) те отсъстват. В Германия, например, като страна отделяща най-много публични средства за здравеопазване, като процент от БВП за разглеждания период, размерът на тези разходи се различава значително от всички останали страни в ЕС, с изключение на Франция, която е на второ място в класацията. В същото време, този показател във Франция е също значително по-различен от всички останали страни, с изключение на Германия. При третата страна в класацията, Дания, се наблюдава сходство единствено с Швеция и т.н. В най-добрия случай имаме ситуация, при която разходите в една страна се доближават до тези в съседните няколко страни в класацията и се различават значително от останалите. Най-тежка е ситуацията при последните две страни – Латвия и Кипър, при които размера на разходите не се доближава до никоя друга държава. В България, която също е на едно от незавидните места в тази класация, публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП, за посочения период, са съизмерими с тези в Естония, Латвия и Румъния, и според получените данни се различават значително от страните в дъното и челото на класацията.

Така извършения анализ на показателя публични разходи за здравеопазване, като процент от БВП в страните от ЕС за периода 2000 – 2016 г. показва значителната разлика в подхода на отделните страни, при финансиране на сектора на здравеопазването. Забелязва се тенденцията, че колкото по-икономически развита е една държава, толкова повече публични средства тя е склонна да отделя за здравеопазване и обратно. За съжаление, България е далеч назад в класацията, със среден размер на публичните средства за здравеопазване за разглеждания период от едва 3,94%, което е повече от два пъти по-малко от тези в Германия, Франция и Дания и значително по-малко от средното за ЕС ниво от 7,12%. По-напред от нас в тази класация са дори и държави, с които до скоро бяхме част от един и същи политически строй, като Полша, Чешка република, Словакия и Унгария. За съжаление, България трябва да се сравнява със страните от дъното на класацията, отделящи най-малко публични средства за здравеопазване, като Румъния, Латвия и Кипър.

Публични разходи за здравеопазване на глава от населението, по паритет на покупателната способност

Това е един от най-мощните в информационно отношение показатели, свързан със здравните неравенства между гражданите в отделните страни. Това е така, т.к. освен вече разгледаните в предходната точка публични разходи за здравеопазване, като процент от БВП, той съдържа в себе си информация за абсолютния размер на БВП и броя на населението в съответната държава, като същевременно се елиминират разликите в покупателната способност между отделните страни. Ето защо той позволява постигането на максимална дълбочина на анализа, достигайки до ниво отделен индивид. Отново подреждаме страните от ЕС, според средната стойност на публичните разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност за периода 2000 – 2016 г. и получаваме следните резултати:

Таблица 6

Средна стойност на публичните разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност за страните от ЕС за периода 2000 – 2016 г.

№	Държава	Средно за периода 2000 – 2016 г.
1	2	3
1	Люксембург	\$4 442,13
2	Германия	\$3 208,54
3	Дания	\$3 207,69
4	Нидерландия	\$3 165,79
5	Швеция	\$3 065,52
6	Белгия	\$2 918,61
7	Австрия	\$2 902,87

№	Държава	Средно за периода 2000 – 2016 г.
4	5	6
16	Словения	\$1 550,16
17	Чешка република	\$1 466,18
18	Малта	\$1 462,32
19	Гърция	\$1 398,07
20	Словакия	\$1 132,62
21	Хърватска	\$1 082,79
22	Унгария	\$986,65

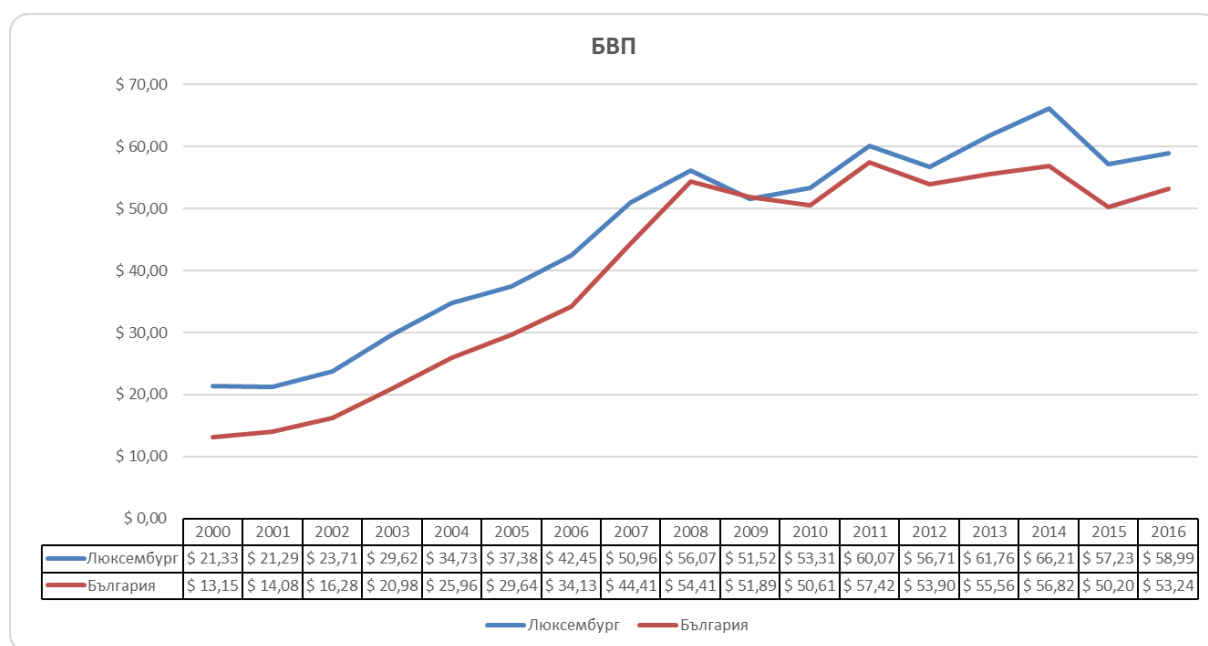
Продължение

1	2	3	4	5	6
8	Франция	\$2 867,69	23	Естония	\$887,56
9	Ирландия	\$2 866,76	24	Литва	\$803,94
10	Финландия	\$2 381,21	25	Полша	\$801,09
11	Великобритания	\$2 339,25	26	Кипър	\$783,93
12	Европейски съюз	\$2 209,07	27	Румъния	\$567,04
13	Италия	\$2 162,90	28	Латвия	\$562,53
14	Испания	\$1 810,90	29	България	\$508,25
15	Португалия	\$1 572,30			

Източник: изчисления на автора. Първичните данни са от базата данни на Световната банка <https://data.worldbank.org/indicator/SH.XPD.GHED.PP.CD>

На пръв поглед неравенствата в този показател са дори още по-силно изразени, отколкото при предходния. Практически, първите 11 страни и в двете класации са едни и същи, но подредени в леко променен ред, същото важи и за последните 4 от тях. Разликата между страната, в която публичните разходи на глава от населението са най-високи и тази, в която те са най-ниски, е близо 9 пъти. В цели 17 страни разходите са под средните за ЕС, а в 8 от тях те са под 1000 \$ на месец.

Специално внимание заслужават двата разглеждани дотук финансови показателя за Люксембург. Макар и едва на 19 място по размер на публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП, Люксембург е на първо място по размер на публичните разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност. Ако направим паралел с България, двете страни имат много сходен размер на БВП за изследвания период (фиг. 10) и на публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП за разглеждания период (средно 5,5% за Люксембург срещу 3,94% за България).



Източник: <https://countryeconomy.com/gdp>

Фигура 1. Размер на БВП на България и Люксембург за периода 2000 – 2016 г.

При отчитане на данните за населението на двете страни обаче се вижда, че Люксембург постига своя БВП с приблизително 15 пъти по-малко население от България (табл. 7), което води до драстичната разлика в публичните разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност между двете страни. Този пример показва високата информационна стойност на избрания показател и обуславя необходимостта от практическото му използване.

Таблица 7

Брой на населението в Люксембург и България за периода 2000 – 2016 г.

Година	Население на Люксембург	Население на България	Абсолютна разлика	Относителна разлика
2000	436 103	7 997 957	7 561 854	1833,96%
2005	457 842	7 686 962	7 229 120	1678,96%
2010	507 889	7 425 008	6 917 119	1461,94%
2015	566 741	7 199 741	6 633 000	1270,38%
2016	579 264	7 151 953	6 572 689	1234,66%
Средно за периода	509 568	7 492 324	6 982 756	1495,98%

Източник: <https://www.worldometers.info/world-population>

Ще проверим наличието на статистически значима разлика в публичните разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност между всички двойки страни от ЕС. Първо, проверяваме за наличие на нормално разпределение на всички променливи, използвайки теста на Колмогоров – Смирнов, като двете хипотези, които дефинираме са:

H₀: разпределението на публичните разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност е нормално;

H₁: разпределението на публичните разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност не е нормално;

Резултатите от теста са показани в таблица 8. Равнищата на значимост Sig за всички тествани държави е по-голямо от риска за грешка α , като изключение прави единствено разпределението на променливата за Швеция. Това означава, че за всички страни, с изключение на Швеция, ще използваме отново параметричния критерий за свързани извадки Paired samples T test, а при тестването за наличие на статистически значима разлика между публичните разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност на Швеция и останалите страни ще използваме непараметричен критерий за свързани извадки. Най-често като алтернатива на параметричния t-критерий се използва теста на Уилкоксън (Wilcoxon test), затова избираме него.

Изпълняваме съответните тестове за всяка двойка държави поотделно, като проверяваме следните хипотези:

H₀: няма съществена (статистически значима) разлика между публичните разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност;

H₁: има съществена (статистически значима) разлика между публичните разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност.

Таблица 8

Тест на Колмогоров – Смирнов за нормално разпределение на публичните разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност на страните от ЕС за периода 2000 – 2016 г.

Hypothesis Test Summary				
	Null Hypothesis	Test	Sig.	Decision
1	The distribution of Люксембург is normal with mean 4 442,128 and standard deviation 887,60.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,594	Retain the null hypothesis.
2	The distribution of Германия is normal with mean 3 208,541 and standard deviation 682,70.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,674	Retain the null hypothesis.
3	The distribution of Дания is normal with mean 3 207,685 and standard deviation 813,37.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,677	Retain the null hypothesis.
4	The distribution of Холандия is normal with mean 3 165,786 and standard deviation 1 068,39.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,662	Retain the null hypothesis.
5	The distribution of Швеция is normal with mean 4 536,113 and standard deviation 5 996,01.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,002	Reject the null hypothesis.
6	The distribution of Белгия is normal with mean 2 918,608 and standard deviation 726,53.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,993	Retain the null hypothesis.
7	The distribution of Австрия is normal with mean 2 902,874 and standard deviation 629,55.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,981	Retain the null hypothesis.
8	The distribution of Франция is normal with mean 2 867,685 and standard deviation 585,72.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,987	Retain the null hypothesis.
9	The distribution of Ирландия is normal with mean 2 866,765 and standard deviation 786,81.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,436	Retain the null hypothesis.
10	The distribution of Финландия is normal with mean 2 381,210 and standard deviation 629,96.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,976	Retain the null hypothesis.
11	The distribution of Великобритания is normal with mean 2 339,252 and standard deviation 657,13.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,987	Retain the null hypothesis.
12	The distribution of Италия is normal with mean 2 162,896 and standard deviation 364,56.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,289	Retain the null hypothesis.
13	The distribution of Испания is normal with mean 1 810,902 and standard deviation 437,56.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,276	Retain the null hypothesis.
14	The distribution of Португалия is normal with mean 1 572,295 and standard deviation 235,80.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,743	Retain the null hypothesis.
15	The distribution of Словения is normal with mean 1 550,161 and standard deviation 315,99.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,523	Retain the null hypothesis.
16	The distribution of Чешка република is normal with mean 1 466,178 and standard deviation 409,06.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,925	Retain the null hypothesis.
17	The distribution of Малта is normal with mean 1 462,320 and standard deviation 368,10.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,859	Retain the null hypothesis.
18	The distribution of Гърция is normal with mean 1 399,068 and standard deviation 286,24.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,996	Retain the null hypothesis.
19	The distribution of Словакия is normal with mean 1 132,616 and standard deviation 409,55.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,739	Retain the null hypothesis.
20	The distribution of Хърватска is normal with mean 1 082,790 and standard deviation 287,02.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,213	Retain the null hypothesis.
21	The distribution of Унгария is normal with mean 986,647 and standard deviation 213,08.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,944	Retain the null hypothesis.
22	The distribution of Естония is normal with mean 887,557 and standard deviation 375,16.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,893	Retain the null hypothesis.
23	The distribution of Литва is normal with mean 803,936 and standard deviation 316,43.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,706	Retain the null hypothesis.
24	The distribution of Полша is normal with mean 801,092 and standard deviation 290,37.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,769	Retain the null hypothesis.
25	The distribution of Кипър is normal with mean 783,934 and standard deviation 199,29.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,313	Retain the null hypothesis.
26	The distribution of Румъния is normal with mean 567,042 and standard deviation 232,99.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,795	Retain the null hypothesis.
27	The distribution of Латвия is normal with mean 562,531 and standard deviation 203,69.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,653	Retain the null hypothesis.
28	The distribution of България is normal with mean 508,248 and standard deviation 178,38.	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	,956	Retain the null hypothesis.

Asymptotic significances are displayed. The significance level is .05.

Източник: изчисления на автора. Първичните данни са от базата данни на Световната банка <https://data.worldbank.org/indicator/SH.XPD.GHED.PP.CD>

Резултатите от проверката са показани в таблица 9. За двойките страни, при които се потвърждава нулевата хипотеза, т.е. че между техните публични разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност няма статистически значима разлика, в съответното квадратче, на червен фон е отбелязано Н0, а за тези, при които се приема алтернативната хипотеза за наличие на статистически значима разлика на зелен фон е отбелязано Н1. Двете половини на таблицата, разделени от черния диагонал са симетрични, т.к. огледалните проверки дават един и същи резултат (проверката на хипотезата за наличие на статистически значима разлика в публичните разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност на страна А и страна В е същият, както и този, при проверката на страна В и страна А).

От общо тествани 378 двойки страни в ЕС, при цели 352 (93,12%) са налице статистически значими разлики в размера на публичните разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност, а само при 26 двойки (6,88%) те отсъстват. Прави впечатление, че Франция, която е страната с вторите най-високи публични разходи за здравеопазване, като процент от БВП е едва на девето място по публични разходи за здравеопазване по паритет на покупателната способност. При 7 от страните – Люксембург, Италия, Испания, Словакия, Хърватска, Унгария и България, този показател се различава значително от всички останали държави. Широките граници, в които се променя величината на тези разходи – от 508,25\$ в България до 4442,13\$ в Люксембург показва съществени различия във финансирането на двете здравни системи. Имайки предвид, че показателят е изчислен така, че да се отстранява влиянието на различните ценови равнища в националните икономики и да се приравнява покупателната сила на националните валути към единна валута, можем да заключим, че българските граждани са поставени в незавидната по-

зиция да разчитат на публични разходи на глава от населението, които са с 3933,88 \$ по-малко от тези на глава от населението в Люксембург. Заедно с Латвия, Румъния и Кипър България отново е в дъното на класацията, също както и при предишния разглеждан показател.

Таблица 9

Резултати от проверка на хипотезата за наличие на статистически значима разлика между публичните разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност на страните от ЕС за периода 2000 – 2016 г.

Държава	Люксембург	Германия	Дания	Холандия	Швеция	Белгия	Австрия	Франция	Ирландия	Финландия	Великобритания	Италия	Испания	Португалия	Словения	Чешка република	Малта	Гърция	Словакия	Хърватска	Унгария	Естония	Литва	Полша	Кипър	Румъния	Латвия	България
Люксембург	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Германия	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Дания	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Холандия	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Швеция	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Белгия	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Австрия	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Франция	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Ирландия	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Финландия	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Великобритания	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Италия	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Испания	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Португалия	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Словения	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Чешка република	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Малта	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Гърция	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Словакия	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Хърватска	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Унгария	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Естония	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Литва	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Полша	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Кипър	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Румъния	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
Латвия	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н
България	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н	Н

Източник: изчисления на автора. Първичните данни са от базата данни на Световната банка <https://data.worldbank.org/indicator/SH.XPD.GHED.PP.CD>

В рамките на разглеждания период общо 13 страни са се присъединили към ЕС – при първата вълна на разширение на 01.05.2004 г. се присъединяват 10 държави (Полша, Чешка република, Унгария, Словакия, Словения, Литва, Латвия, Естония, Кипър и Малта), от 01.01.2007 г. още 2 държави (България и Румъния) и на 01.07.2013 г. се присъединява и Хърватска. Интересно би било да анализираме евентуалната промяна в размера на публичното финансиране на техните здравни системи, въпреки сравнително краткия период преди и след приемането им. Това можем да напра-

вим сравнявайки средните стойности на всеки от двата показателя преди и след приемането на съответната държава в ЕС. В таблица 10 тези страни са подредени по азбучен ред, като срещу всяка една са посочени съответните стойности на публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП и публичните разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност преди и след приемането на страната в ЕС.

Започвайки анализа от първия показател се вижда, че в България, Литва и Хърватска средната стойност на публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП намалява след приемането им в ЕС. Фактът, че дори членството в европейското семейство не катализира промени в посока на увеличаването на тези разходи, както е в по-развитите страни, а дори напротив – те намаляват, показва, че тези страни не смятат здравеопазните си системи за приоритет.

Таблица 10

Средни стойности на разглежданите финансови показатели за някои страни преди и след приемането им в ЕС

Държава	Публични разходи за здравеопазване, като процент от БВП		Публични разходи за здравеопазване на глава от населението по ППС	
	преди членството в ЕС	след членството в ЕС	преди членството в ЕС	след членството в ЕС
България	3,99%	3,90%	\$340,90	\$625,40
Естония	3,75%	4,39%	\$414,00	\$1 033,27
Кипър	2,35%	2,69%	\$544,26	\$857,68
Латвия	2,80%	3,42%	\$265,03	\$654,07
Литва	4,36%	4,19%	\$441,69	\$915,40
Малта	5,14%	5,64%	\$996,77	\$1 605,56
Полша	3,99%	4,35%	\$457,62	\$906,78
Румъния	3,87%	3,99%	\$323,61	\$737,44
Словакия	4,76%	5,32%	\$608,66	\$1 293,83
Словения	5,68%	5,93%	\$1 116,17	\$1 683,70
Унгария	4,96%	5,01%	\$687,08	\$1 078,82
Хърватска	6,06%	5,61%	\$1 026,77	\$1 264,85
Чешка република	5,35%	5,74%	\$957,25	\$1 622,77

Източник: изчисления на автора. Първичните данни са от базата данни на Световната банка <https://data.worldbank.org/indicator/SH.XPD.GHED.PP.CD>

Въпреки това, както и във всички останали страни, публичните им разходи за здравеопазване на глава от населението по паритет на покупателната способност се увеличават. Това се дължи както на увеличението на БВП¹ в тези три страни, така и на прогресивно намаляващото население в тях².

Фактът, че при ранжиране на страните в ЕС според средните стойности на двата разгледани финансови показателя, страните в челото и дъното на двете класации се повтарят, подсказва за наличие на определени закономерности. Това може да бъде проверено чрез извършване на клъстерен анализ. Това е метод на сегментация, т.е. групиране на единици в качествено еднородни групи, според стойностите на няколко количествени признака³. В SPSS клъстерен анализ се реализира посредством метода K-Means Cluster. Количествените признаци, по които ще се формират клъстерите ще са разглежданите два – публични разходи за здравеопазване, като процент от БВП и публични разходи на глава от населението, по паритет на покупателната способност. Задаваме броят на желаните клъстери да е 2 – ще разделим страните на такива, които отделят повече средства за здравеопазване и такива, които отделят по-малко средства за здравеопазване. Колкото и условно да е едно такова клъстеризиране, то ще ни даде най-обща представа за това коя страна в коя група попада. Като резултат от клъстерния анализ получаваме следния резултат:

¹ Източник <https://data.worldbank.org>

² Източник <https://www.worldometers.info>

³ Гоев, В., Бошнаков, В., Тошева, Е., Харалампиев, К., Бозев, В., Статистически анализ в социологически, икономически и бизнес изследвания, Издателски комплекс – УНСС, стр. 98 – 115, София, 2019 г.

Таблица 11

Разпределение на страните от ЕС по клъстери,
според използваните финансови количествени признаци

Клъстер	Държави
клъстер 1	България, Гърция, Естония, Испания, Кипър, Латвия, Литва, Малта, Полша, Португалия, Румъния, Словакия, Словения, Унгария, Хърватска, Чешка република
клъстер 2	Австрия, Белгия, Великобритания, Германия, Дания, Ирландия, Италия, Люксембург, Финландия, Франция, Нидерландия, Швеция

Източник: изчисления на автора. Първичните данни са от базата данни на Световната банка <https://data.worldbank.org/indicator/SH.XPD.GHED.PP.CD>

Единият клъстер се състои от вече споменатите 13 страни, които са се присъединили последни към ЕС, плюс Гърция, Португалия и Испания. Оказва се, че тези три южни държави отделят по-малко средства за здравеопазване, в сравнение с останалите по-отдавнашни страни членки. Другият извод е, че държавите, присъединили се към ЕС в периода 2004 – 2013 г. все още не са наваксали изоставането си по отношение на финансиране на здравните си системи. Присъствието в клъстер 2 само на „старите“ страни членки, които са и по-напреднали в икономическо отношение, отново категорично потвърждава тенденцията, че колкото по-добре икономически развита е една страна, толкова повече средства тя е склонна да отделя за здравеопазване.

Заклучение

Настоящото изследване доказва категорично съществуването на неравенства във публичното финансиране на здравните системи на страните от ЕС. При сравнителния анализ на финансовите показатели бяха тествани общо 756 двойки страни (2 показателя по 378 теста за всеки), при които се установи наличие на статистически значима разлика при 691 от тях (91,40%). Съществени различия се наблюдават практически и при двата показателя за разглеждания период – публичните разходи за здравеопазване, като процент от БВП в Германия са повече от три пъти по-големи от тези в Кипър, а Люксембург има публични разходи за здравеопазване на глава от населението близо девет пъти по-големи от тези в България. За наше огромно съжаление, страната ни е с едни от най-незавидните показатели, като дори влизането на страната ни в ЕС през 2017 г. не оказва особено благотворно влияние върху тях, дори напротив, някои от тях се влошават.

Използвана литература

1. Гоев, В., Бошнаков, В., Тошева, Е., Харалампиев, К., Бозев, В., Статистически анализ в социологически, икономически и бизнес изследвания, Издателски комплекс – УНСС, София, 2019 г.
2. Делчева, Е., Здравна икономика, Университетско издателство „Стопанство“, София, 2011 г.

Рецензент: гл. ас. д-р Владимир Вълков

ПОСЛЕДВАЩА ОЦЕНКА НА ВЪЗДЕЙСТВИЕТО – ПРОБЛЕМНИ ЗОНИ

Милена Цаковска
докторант в катедра „Публична администрация“, УНСС

milena_zdravkova@abv.bg

Резюме: Оценката на въздействието се наложи като практически прием за анализ и оценка на очакваните или на действителните последици от нормативната регламентация на обществените отношения. Развитието на инструмента го превръща в последните години в задължителна част на нормотворчески процес. Последващата оценка на въздействието като етап на общата оценка на въздействието е неизменен стадий при създаването и прилагането на регулаторния режим. Нейното осъществяване поставя редица въпроси, свързани с развитието на инструмента на оценката на въздействието и неговото прилагане. Субектът, който е натоварен с нейното реализиране може да е различен от автора на предварителната оценка на въздействието и да представи различен поглед върху регулацията и нейното въздействие. Обхватът на оценката и нейните компоненти са изведени до момента повече на теоретично и методологично ниво и частично са нормативно регламентирани.

Ключови думи: оценка на въздействието; оценка на публични политики; последваща оценка на въздействието; субекти на оценка на въздействието

THE SUBSEQUENT IMPACT ASSESSMENT – PROBLEMATIC AREAS

Milena Tzakovska

Abstract: Impact assessment has become a practical method for analysis and assessment of the expected or actual consequences of the legal regulation of public relations. The development of the tool has made it a mandatory part of the rule-making process in recent years.

The subsequent impact assessment as a stage of the overall impact assessment is a constant stage in the establishment and implementation of the regulatory regime. Its implementation raises a number of issues related to the development of the tool and its implementation.

The subject in charge of its implementation may be different from the original author of the preliminary impact assessment and present a different view on the regulation and its impact. The scope of the assessment and its components have so far been derived more at the theoretical and methodological level and are only partially regulated by the law.

Keywords: impact assessment; evaluation of public policies; subsequent impact assessment; subjects of impact assessment

Въведение

Оценката на въздействието е неизменен стадий при формирането и оценката на публичните политики, респективно при създаването и промяната на регулаторните режими. Независимо дали става въпрос за цялостна или частична, предварителна или последваща оценка, тя съдържа определени елементи, които предпоставят обхвата ѝ.

Действащата нормативна уредба предоставя набор от техники и инструменти за осъществяване на оценката на въздействието. Той цели да гарантира в максимална степен постигането на по-обмислени и задълбочено обсъдени политики, независимо от автора на уредбата, съответно и от прилагащия уредбата орган.

Наредба за обхвата и методологията за извършване на оценка на въздействието (НОМИОВ)¹ предоставя компонентни от инструментариума на оценката на въздействието като утвърждава задължително съдържание на документите, съставяни в хода на оценката от органите на публичната администрация. Като приложения към нея са утвърдени и образци за формата на част от документите. В началото на месец февруари бе публикуван, одобрения на 28 януари 2021 г. от Съвета за административната реформа формат на доклад за последваща оценка на въздействието. С това се дава тласък в практическото прилагане на инструмента и на последващата оценка, а също се преодолява в известна степен разнопосочното ѝ осъществяване от прилагащите я органи. Съставянето на образец на резюме за последваща оценка на въздействието би била следваща крачка в прилага-

¹ Обн. ДВ., бр.91/2016 г., посл. изм. и доп. ДВ. бр. 84/2020г.

нето на инструмента на последващата оценка на въздействието като завършващ етап на цикъла на формиране на нормативен и методологичен фундамент за прилагане на оценката на въздействието при формиране, мониторинг и оценка на публичните политики.

1. Оценката на въздействието като инструмент на публичната политика

Оценката на въздействието на публичните политики навлиза интензивно в публичното пространство през последните десетилетия. Широкото ѝ използване в множество държави при анализа и оценката на актовете, с които се осъществява нормативната регулация, прави самата оценка на въздействието нормативно регламентиран институт със съпътстващ инструментариум. Оценката на въздействието се развива динамично от втората половина на 20 век, когато администрацията на президента на САЩ започва осмислянето на необходимостта от такъв тип оценки, първоначално във финансов аспект, концентрирана върху оста разходи – ползи. Най-високата точка в развитието на института е създаването на Офис за информация и регулаторни работи със Закон за намаляване на канцеларската работа от 1980 г.¹. С него се създава реална промяна в регулаторния процес като се предвижда пълен анализ на икономическото въздействие при приемане/промяна на законова регулация. Истински широкото приложение на оценката на въздействието идва от началото на 21-ви век в САЩ. Анализите се разширяват смислово и обхватно, включвайки девет стъпки сред които: характеризиране на нуждата от регулаторно въздействие; дефиниране на изходното ниво; определяне на времеви хоризонт на анализа; установяване на набор от регулаторни алтернативи и установяване на последиците им; скотиране на бъдещи разходи; характеристика на количествените стойности и остойностяване на ползи и разходи. Много съществена стъпка напред е включване в анализа на оценка на ползите, които не могат да бъдат измерени количествено, но носят съществена информация за отпечатъка, който изследваната политика оставя върху регулираните сфери и субекти. В този период оценката на въздействието се развива от иновативен до рутинен етап на нормативното регулиране. Примерът на САЩ се разпростира и в Европа. Резултатите от оценките дават тласък в развитието на тази дейност сред европейските страни – оценката на въздействието изминава дълъг път от концентрирането ѝ върху бизнеса през осемдесетте години на миналия век и плахо въвеждане при оценка на публичните политики до съставяне на методология за извършване на оценката на въздействието за действието на нормативните актове.²

Относно развитието на оценката на въздействието в Европа, трябва да се отбележи развитието на инструмента от оценяване в чисто финансов ракурс на публичните политики до включването на все повече елементи в оценката и тяхната интеграция в единна платформа. Оценката на въздействието разширява обхвата си към различни области и представя влиянието и ползите за обществото в политическа, икономическа, социална (въздействие върху заетост, обществено здраве, социално приобщаване, образование), пазарна, конкурентна, изследователско-иновативна, и други сфери.

У нас, развитието на инструмента е по-осезаемо от 2016 г. с въвеждането на нормативна основа на провеждането на оценки на въздействието за нормативните актове в Закона за нормативните актове (ЗНА)³ и приетата по-късно Наредбата за обхвата и методологията за извършване на оценка на въздействието (Наредбата)⁴. С Наредбата са приети и образци за извършване на предварителната цялостна и частична оценка на въздействието, както и на други съпътстващи доклада за оценката документи.

Приети са и няколко официални документа, утвърждаващи методология за осъществяване на предварителната през 2014 и 2019 г., и последващата – през 2020 г. оценки на въздействието⁵. Приетите с решения на Министерски съвет документи са официални методически документи за изследване на очакваните или последващите резултати от прилагането на нормативните актове – ко-

¹ Paperwork Reduction Act, Low 96-511, 11.12.1980

² Съставяне на Работен план за по-добро регулиране European Commission, Better Regulation Business Action Plan, COM(2002), 278, 2002 (виж Брусарски, Р., Оценка на въздействието, С., ИК –96 УНСС, 2017 стр. 37-44).

³ Обн. ДВ, бр.27/1973 г., посл. изм. и доп. ДВ. бр.34/2016 г.

⁴ Обн. ДВ., бр.91/2016 г., посл. изм. и доп. ДВ. бр. 84/2020 г.

⁵ Ръководството за извършване на предварителна оценка на въздействието е прието с Решение № 728 на Министерския съвет от 05 декември 2019 г. С Решение № 885 на Министерския съвет от 3 декември 2020 г. е одобрено Ръководство за извършване на последваща оценка на въздействието.

декси, закони и подзаконовни нормативни актове. Те стъпват на опита и насоките на Европейската комисия, като са адаптирани към нормативните изисквания в българското законодателство.

Целта на ръководствата е да подпомагат експертите от администрацията в хода на оценката и усъвършенстването на нормативните актове.

2. Параметри на оценката

По настоящата нормативна уредба у нас, предварителна оценка на въздействието се прави на всеки проект на нов нормативен акт. Тя се извършва задължително и докладът за резултатите от нея е част от досието, което се публикува за обществено обсъждане заедно със законопроекта. Предварителната оценка на въздействието е частична и цялостна. Нормативно са поставени критерии за обхвата на оценката. Цялостната оценка е задължителна при изработване на нови закони и кодекси, както и когато частичната оценка е показала, че от прилагането на акта могат да се очакват значителни последици. Извън описаните случаи, цялостна предварителна оценка на въздействието може да се извърши и по преценка на съставителя на проекта, дори и да не е задължителна по закон.¹

Развитието и усъвършенстването на методологията за извършване на самата оценка, както и практическите резултати от прилагането предопределят и значителния научно изследователски интерес към темата. Множеството публикации по темата се влияят и от факта, че оценката на въздействието е именно елементът, който представя философията на транспонирането на политически решения в регулаторни институти. Доколкото нормативната регламентация на определен обществено значим въпрос е в общия случай израз на политическо решение, то оценката на въздействието е своеобразно отражение на този израз, като представлява конкретната обосновка на избраното регулаторно решение. В този смисъл, за да се разгледа който и да е аспект от оценката на въздействието, е необходимо да се определи категоричният обхват на понятието за политика/политики, с който е обвързано изследването на оценката на въздействието.

Научните разработки по темата, дефинират политиката най-общо като цялостен комплекс, започващ с необходимостта от действия, поради наличие на проблем, формулиране на стратегии като общи насоки за действията по разрешаването му, последвани от конкретизиране на действията – в плановете и програми и конкретни нормативни регламентации, както и оценка на осъществените действия като резултат и ефект². В този смисъл, оценката въздействието на публичните политики е насочена към влиянието им върху социално икономическото развитие на обществените отношения, които засягат и цели оценка на ефективност и ефикасност при прилагането на конкретните политики за реализиране на поставените цели³.

От този ъгъл, оценката на въздействието се определя като практически прием, техника за анализиране и оценка на очакваните (при предварителната) и действителните (при последващата) последици от нормативната регламентация на обществените отношения.⁴ Тази оценка се отнася с идентична тежест и към наблюдението на изцяло нов нормативен акт, който изначално регулира обществените отношения и към промяна на вече действащ акт, за който е установена необходимост от допълване или изменение на регламентацията.

Параметрите на оценката на въздействието се третират с известна теоретична пъстрота.

Някои автори виждат акцента в критериалния апарат на оценката на въздействието чрез триадата „релевантност, ефективност, ефикасност“ (релевантността изразява съответствието на целите на регулаторната политика с действителните нужди; ефективността отчита нивото на реализиране на набелязаните резултати и въздействия; ефикасността отчита постигането на желаните и целени резултати с възможно най-малко средства или постигане на възможно най-високи резултати в рамките а определени разходи).⁵

За други – оценката на въздействието трябва да обединява икономическите, техническите и социалната оценки в единен процес. Обединяването на тези подходи на оценка в единна платформа предполага по-цялостно провеждане на оценката на въздействието на политики от различен характер и дава възможност да се отчитат социалните въздействия на всички политики, независимо

¹ Член 20 от ЗНА.

² Гочев, А., Анализ на политиките – модели и оценки на въздействието, С., Албатрос, 2015.

³ Пак там.

⁴ Брусарски, Р., Оценка на въздействието, С., ИК – УНСС, 2017.

⁵ Пак там.

от конкретния им предмет. Общият подход въздейства върху нивото на резултатност на оценката на въздействието (като управленски метод) и води до усилване на ползите от публичните политики. Общият резултат при последователно осъществяване на социална оценка се отчита в осигуряване на по-устойчиви резултати от провежданите политики и постигане на по-високо ниво на обществено съгласие за провеждане на оценяваните политики.¹

Цялостното очертаване на параметрите и функциите на инструмента сочи на задоволяване на необходимостта от очертаване на очакваното и предпоставено в различните области въздействие върху обществените отношения, които са предмет на регулиране.

Последващата оценка цели да анализира реално осъщественото въздействие и да бъде основа за анализ на постигнатите резултати съпоставени с очакваните такива. Резултатите от анализа предпоставя изводите в посока постигнати ли са целените въздействия и необходими ли са други промени в регулаторния режим, както и в каква посока.

Анализът се базира на индикатори, заложи още при съставянето на предварителната оценка на въздействието, които се наблюдават и интерпретират. Изграждането на системата за наблюдение и последваща оценка се осъществява на етап предварителна оценка на въздействието, а резултатите от нея се обобщават в доклад. Доколкото аналитичната дейност е основен фактор за крайния резултат в цялостния процес на формиране и оценката на политиките, особено място заема въпросът за субектите, осъществяващи оценката на въздействието на различните етапи.

3. Субекти, натоварени с оценка на въздействието

Оценката на въздействието е предварителна, междинна и последваща. Нейното осъществяване е подчинено на строга логика, съобразно целите на оценката на съответния етап.

Изследването на съотношението между формулираните цели и очакваните резултати е поставено от законодателя като задължение на този публичен орган, който концептуира съответния нормативен акт. Съгласно чл. 19 на ЗНА² съставителят на проект на нормативен акт извършва предварителната оценка на въздействието.

Логично, изследването на съотношението между формулираните цели и постигнатите резултати – последващата оценка – е поставена в прерогатив на органа, в чиято компетентност е изпълнението на нормативния акт (чл. 22 от ЗНА).

В голяма част от случаите, органът осъществяващ предварителната и последващата оценка може да съвпадат. Това е така във всеки случай, при който органът, който ще прилага съответната регулация има законодателна инициатива и може да е автор на проекта на нормативния акт – съответно на оценката на въздействието (и на предварителната, и на последващата).

В други случаи, тези субекти могат да са различни, тъй като има много хипотези, при които органите, отговарящи за прилагането на определен нормативен акт (законов или подзаконен) нямат законодателна инициатива и съответно не могат да съставят предварителната оценка на въздействието. Те обаче са автори на последващата оценка.

Следователно, в тези случаи могат да се дефинират две категории субекти, осъществяващи оценката на въздействието – авторът на нормативната уредба и прилагащият орган. Това предпоставя различен поглед върху осъществената оценка. Субектите се включват на различен етап в извършването на оценката и могат да представят разнопосочен поглед върху мониторинга и анализа на наблюдаваната политика, а от там и да формират разнопосочни изводи за възможните въздействия и тяхната насока. На тази плоскост се поставят въпросите, свързани с отношението между поставените цели, резултати и въздействия (т.е. залагането на система за последваща оценка) и определяне на наблюдаваните обекти, както и набелязването на критерии и индикатори за мониторинг и оценка от един орган, съставил предварителната оценка и проекта на нормативния акт, от една страна, и реализирането им от друг, прилагащият акта, който следва аналитично да изведе релеванността и ефективността на обследваната политика. Реалистична е възможността да се появи разминаване между предварително заложените и реализираните цели, която да произтича от различния поглед на автора на предварителната концепция за очакваните последици от прилагането на акта и този на прилагащия регулацията орган, отговорен и за последващата оценка. Както и от спе-

¹ Томова, Т., Социална оценка на въздействието и усилване на ползите от публичните политики, // „Публични политики.bg“ Брой 1/2019.

² Обн. ДВ, бр.27/1973 г., посл. изм. и доп., ДВ, бр. 34/2016 г.

цифичната интерпретация на целите на въздействие, която всеки от органите влага в своята оценка на въздействието.

Разбира се, трябва да се отчита, че този въпрос не следва да се разглежда едностранчиво и да не се пренебрегват и другите механизми, предоставящи възможност за изразяване на становища по нова правна уредба (или промяна на такава) – общественото обсъждане, междуведомствено съгласуване и н.т. Трябва да се отчете обаче степента на задължителност (ангажираност), които тези становища имат в процеса на обсъждане и приемане на нормативния акт.

Погледнато от този ъгъл, всички засегнати страни имат гарантирано участие в процеса на приемане на нормативния акт, доколкото могат да предоставят становище по вече публикуваните проекти за обществено обсъждане. Но относно тяхното концептуиране и систематично залагане на цели, привилегировано място има авторът на проекта (съставител и на предварителната оценка на въздействието за него).

4. Осъществяване на оценката на въздействието – практически инструменти

Регламентацията на инструментариума за осъществяването на оценката на въздействието е най-пространна по отношение на предварителната оценка на въздействието. Както беше описано по-горе, тя е разписана в ЗНА и Наредбата.

Наредбата определя три вида формуляри, приложения към нея:

- Образец за Частична оценка на въздействието;
- Образец за Резюме на цялостната предварителна оценка на въздействието и
- Образец за Консултационен документ.

Образците предоставят своеобразна матрица за осъществяване на предварителната оценка на въздействието. Матрицата представя необходимия минимум от елементи, които следва да бъдат оценени, за да се осъществи тя в достатъчен обхват, без да определя тежестта и дълбочината на развитие на отделните елементи. Като компонент в цялостната оценка, те нямат самостоятелна стойност/тежест, която да е задължителна в определен обем или широта на изследвания проблем. До голяма степен това зависи от специфика на урежданите обществени отношения и целеното въздействие, което имплицитно определя дълбочината и обхвата на различните компоненти на оценка.¹

В методологичен план са приети и Ръководство за извършване на предварителна оценка на въздействието², прието с Решение № 728 на Министерския съвет от 5.12.2019 г. и Ръководство за извършване на последваща оценка на въздействието³, одобрено с Решение № 885 на Министерския съвет от 3.12.2020 г. Ръководствата допълват нормативната регламентация и образците, приложения към Наредбата. Те са основен елемент от методологическата рамка за извършване на оценка на въздействието и неговата структура. Отразяват опита и насоките на Европейската комисия, но са адаптирани за нормативните изисквания в българското законодателство.

Ръководството за осъществяване на предварителната оценка съдържа насоки за хронологичния ред на основните процедурни етапи и ключовите аналитични стъпки за извършване на оценката на въздействието, методите за анализ на въздействията, както и много неформални насоки, свързани с избора на екип и събиране на данни, които се базират на експертната на администрацията на Министерския съвет.

В същия смисъл, ръководството за извършване на последваща оценка на въздействието е официален методологичен документ, подпомагащ администрацията за изследване на резултатите от прилагането на нормативните актове. То цели оказване на съдействие на администрацията за повишаване качеството на последващите оценки на въздействието, засилване на информираността и включването на заинтересованите страни в процесите на оценка на ефектите от приложението на нормативните актове.⁴ Съставянето на образец на резюме за последваща оценка на въздействието би била следваща крачка в прилагането на инструмента на последващата оценка на въздействието като завършващ етап на цикъла.

¹ В допълнение към това, Съветът за административната реформа е одобрил и „Образец на доклад за цялостна предварителна оценка на въздействието“, както и „Пример за прилагане на Анализа на разходите и ползите“ образци на документи са получили допълнителна гласност чрез публикуването им на портала за обществени консултации strategy.bg

² РМС № 728/5.12.2019 г.

³ РМС № 885/3.12.2020 г.

⁴ Strategy.bg

Заклучение

Инструментариумът на оценката на въздействието намира все повече своето устойчиво място при формиране и анализ на публичните политики. България също набира скорост в прилагането на оценката на въздействието във всички нейни разновидности – пълна и частична, предварителна, междинна и последваща. На сегашния етап, нормативната уредба е много по-разработена относно прилагането на предварителната оценка и не така последователно и цялостно относно последващата оценка на въздействието. Предварителната оценка на въздействието е акцентът в развитието на нормативната регламентация. Тя е подробно разработена както на нормативно, така и на методологично ниво. Последващата оценка на въздействието за момента е третирана от законодателя по-скоро като функция на предварителната и като обхват, и като методи и като субекти, отговорни за осъществяването ѝ. Това поставя множество въпроси и формира проблемни зони, които търсят своето разрешение. Приемането на Ръководство за извършване на последваща оценка на въздействието и на образец на Доклад за последваща оценка на въздействието е стъпка в посока на решаването на проблемните области, но само на методологично ниво. Цялостно разрешение би могло да се постигне едва след адекватно включване на нормативно регламентирани решения.

Използвана литература

1. Брайкова, Т., Публичните политики. Подходи и методология на изследването, УИ „Св. Климент Охридски“, С., 2003
2. Брусарски, Р., Оценка на въздействието, С., ИК-УНСС, 2017
3. Гочев, А., Анализ на политиките – модели и оценки на въздействието, Албатрос, С., 2015
4. Делчева, С., М. Стефанова, Е. Йорданов Практически наръчник и инструментариум за добро регулиране, Институт по публична администрация, С., 2019
5. Димов, Т., Оценка на въздействието на регулирането, Сиела, С., 2017
6. Маринов, А. (ред.), Оценка на въздействието и въздействие на оценката: Доклади от Втората годишна конференция по публична администрация, УИ „Св. Кл. Охридски“, С., 2018
7. Нончев, А., М. Манчева, Н. Тагаров, Оценка на социалното въздействие (Учебно-методическо ръководство), Издателски комплекс – УНСС, С., 2014
8. Калфова, Е., Подобряване на качеството на публичните политики – приложение на оценката на въздействието в България, //Публични политики.bg, С., 2019, Брой 1
9. Томова, Т., Социална оценка на въздействието и усилване на ползите от публичните политики, // Публични политики.bg, С., 2019, Брой 1
10. Томова, Т., България в Европейската социална политика: интеграция на практики, дезинтеграция на модели, Социологически проблеми, С., 2017, Брой 1-2.
11. Ръководство за извършване на предварителна оценка на въздействието прието с Решение № 728 на Министерския съвет от 05.12.2019 г., достъпна в интернет <http://www.strategy.bg/>
12. Ръководство за извършване на последваща оценка на въздействието, одобрено с Решение № 885 на Министерския съвет от 3.12.2020 г., достъпна в интернет <http://www.strategy.bg/>
13. Esteves, A., Franks, D., Vanclay, F. Social impact assessment: the state of the art“. 2012. – in online journal Impact Assessment and Project Appraisal. ISSN: 1461-5517 (Print) 1471-5465 налично в интернет <http://dx.doi.org/10.1080/14615517.2012.660356>
14. European Commission (EC) (2002), Better Regulation Business Action Plan, COM(2002)
15. European Commission (EC) (2015), Better Regulation Guidelines, COM (2015)

Рецензент: гл. ас. д-р Ралица Велева

ВРЕМЕ ПРЕКАРАНО ПРЕД ТЕЛЕВИЗОРА ПРЕЗ 2020 ГОДИНА – СРАВНЕНИЕ НА БАЗА ДЕМОГРАФСКИ И ПОВЕДЕНЧЕСКИ ПОКАЗАТЕЛИ

Биляна Василева Митова
докторант в катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“, УНСС

bilqna.mitova@abv.bg

Резюме: Статията представя разпределението на телевизионната гледаемост на месечна и годишна база за 2020 година. Използвани са статии, данни и графики от докладите на пийпълметричните агенции „Nielsen“ и „GARB“.

Проучването е направено на база вторични данни.

В разработката основните критерии използвани за сегментиране на телевизионната аудитория са:

- Демографски показатели- пол, възраст, образование и населено място
- Поведенческият показател-средно време прекарано пред телевизора (ATS)

Ключови думи: телевизионна гледаемост, демографски и поведенчески фактори, рейтинг, ATS¹

TIME SPEND OF PEOPLE WATCHING TV FOR 2020-COMPARATIVE ANALYSIS BASED ON DEMOGRAPHIC AND BEHAVIOR INDICATORS

Bilyana Vasileva Mitova

Summary: The purpose of this study is to show television viewing behavior based on a monthly and annual basis for 2020. This study uses articles, data and graphs from the Audience Measurement agencies „Nielsen“ and „GARB“.

The study is conducted on secondary data.

The primary criteria used for segmentation of the television audience are:

- Demographic – gender, age, education and residence
- Behavioral – average time spend (ATS)

Keywords: television viewership, demographic and behavioral factors, rating, ATS

В статията са използвани осреднените данни за периода и всички телевизионни канали. Използваната метриката е рейтинг.

Въведение

За всички медии и рекламни агенции е необходима информация относно измерването на гледаемостта на телевизионните канали и разпределението аудиторията на база демографски и поведенчески показатели. Именно чрез тези показатели те изграждат профила на аудиторията и той стои в основата на рекламните брифове. Анализът и точното дефиниране на таргет групи спомага за избирането на подходящите канали за комуникация за съответните продукти или услуги. Той е необходим и при дефинирането на телевизионните програми-хора на каква възраст, пол и населено място ги гледа.

Трябва да отбележим, че интереса към измерването и таргетирането на телевизиите е от 20 години (края на 2000 година) в България. За първи път bTV обвързва рейтингите² на предаванията с цените на 30-секундните рекламни спотове, които са в тях.

Данните за телевизионната гледаемост се получават от пийпълметрични панели.

1. Сегментиране на аудиторията на база демографски критерии

1.1. Сравнение на база пол

Полът е първият ключов показател, който се използва когато се разработва една рекламна кампания или когато се прави детайлно сегментиране на едно предаване/ канал. Причините за това са

¹ Average time spend-средното време, което всеки е гледал телевизия за даден период от време.

² Осреднен брой зрители (от дадена таргет група), гледали телевизионна програма в процент. Изчислява се като % от общия брой зрители

свързани с факта, че мъжете и жените възприемат информацията по различен начин и предпочитат различно програмно съдържание.

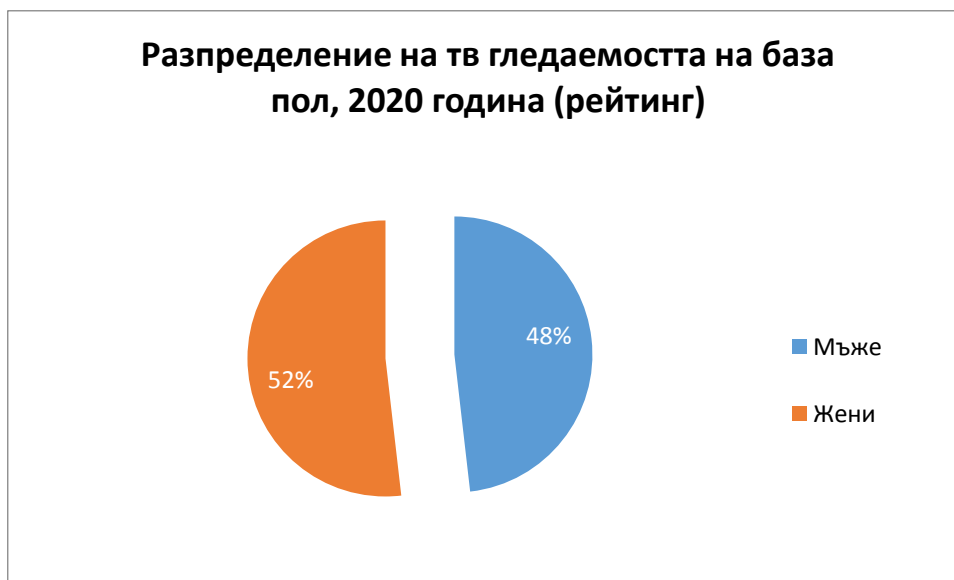
До началото на 2020 година в част от рекламите можем да видим типичните стереотипи за половете. Това се промени след първият локдаун и пандемията от COVID, когато кампаниите промениха своя фокус и се насочиха към по-лично представяне на продуктите си и те акцентираха върху грижата за здравето (реклами под надслов „Остани си вкъщи“, „Скоро всичко ще си дойде по местата“ и други).

Осъзнавайки факта, че полът на аудиторията е важен елемент за създаването на релевантни рекламни послания, пийпълметричните и рекламни агенции правят всяка година проучвания:

- Според статия от сайта на Nielsen¹ от 25.03.2020 година, 75% от плащанията за второстепенни стоки (като разходи за ресторанти, кино, автомобили, екскурзии и други) ще бъдат заплащани от жени. Фокусът на това проучване е върху преосмислянето на маркетинговите подходи и рекламирането на продуктите, защото делът на жените които взимат активно участие в „управлението“ на домакинството нараства.

- Още една статия от Nielsen свързана с потребителското поведение. Според нея („ATTENTION MARKETERS: U.S. WOMEN ARE EAGER TO HEAR FROM YOU“²), през месец май 2019 година средно седмично над 156 милиона жени в Америка прекарват 73 часа в някоя медийна платформа. Те са привлекателна таргет група, защото 70-80% от потребителските покупки са направени именно от тях.

В България за 2020 година процента на жените, които гледат телевизия е с 4 пункта по-висок от този на мъжете:



Разработено по данните от: GARB, пийпълметричен софтуер

Фигура 1. Разпределение на тв гледаемост на база пол, 2020 година (рейтинг)/

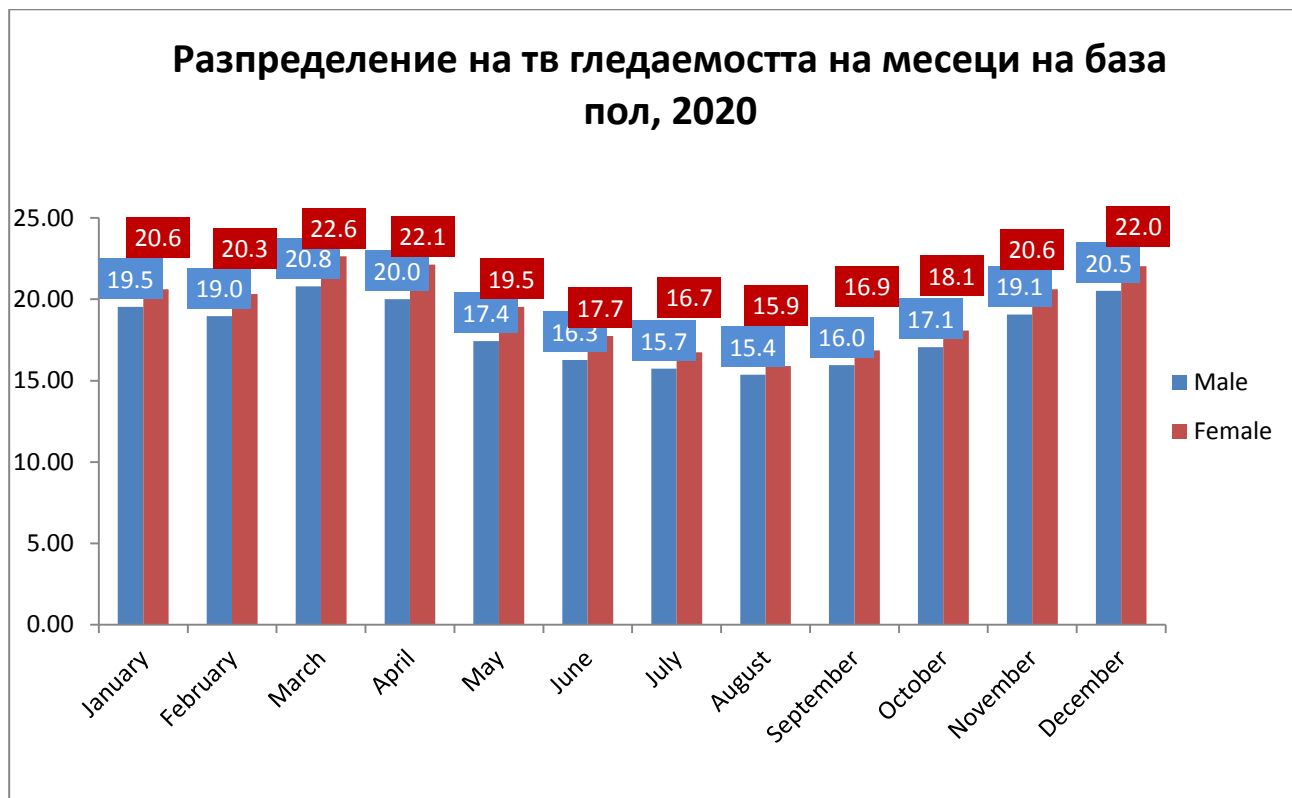
Графиката показва, че от всички гледащи телевизия за цялата 2020 година 52% са жени.

На месечна база през март и април месец с над 2 пункта е разликата в гледаемостта между мъжете и жените. През месец август двете групи са сравнителни близки.

Като цяло варирането е между 1 и 2 пункта в полза на женската аудитория.

¹ <https://www.nielsen.com/sg/en/insights/article/2020/women-in-singapore-want-promotions-shopping/>

² <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2019/attention-marketers-u-s-women-are-eager-to-hear-from-you/>



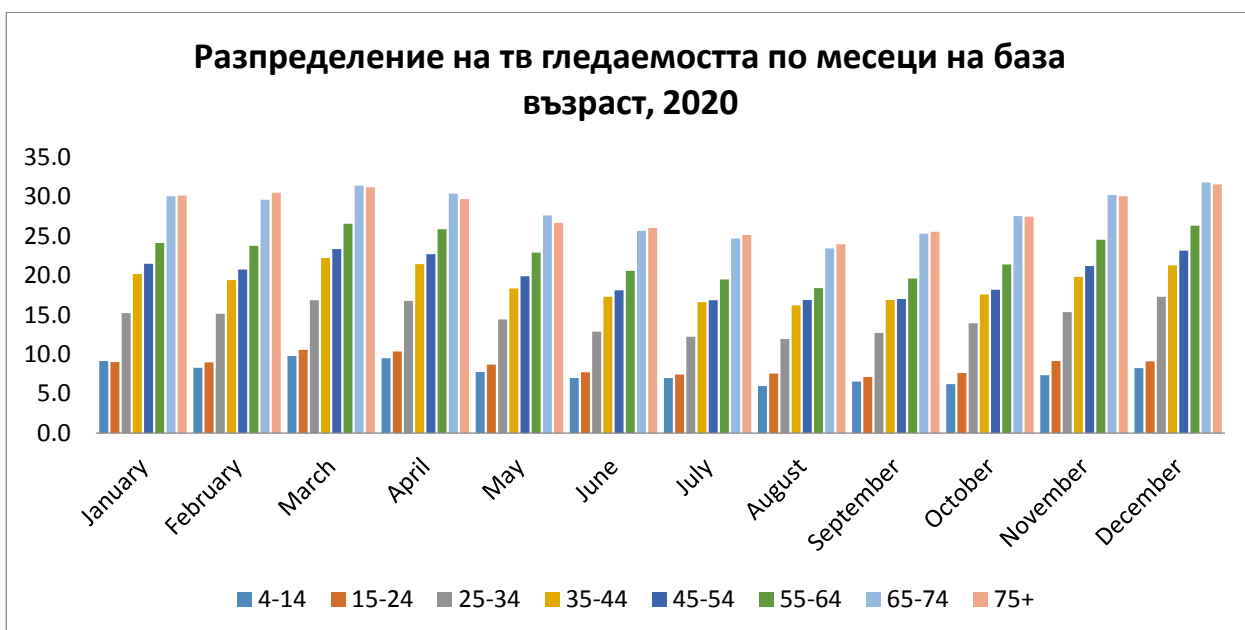
Разработено по данните от: GARB, пийпълметричен софтуер

Фигура 2. Разпределение на тв гледаемост по месеци на база пол, 2020

1.2. Сравнение на база възраст

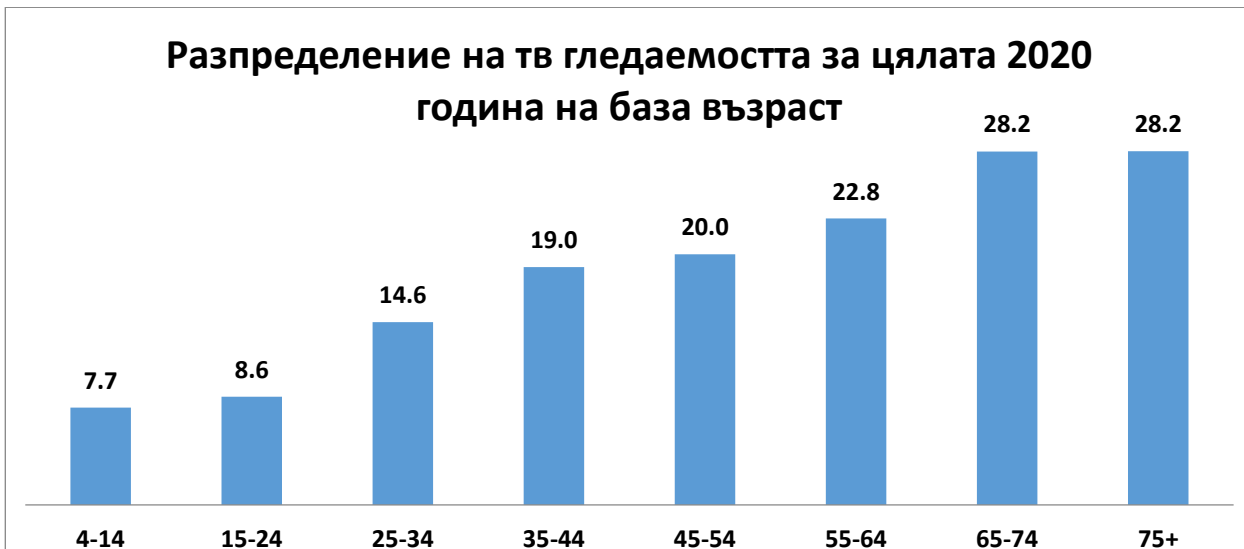
При разработването профила на аудиторията се взема в предвид и още един важен показател-възрастта. За да се проверят кои групи хора гледат повече телевизия, аудиторията се „разбива“ през 10 години започвайки от 4 годишните. От 4 годишните започва измерването в панела на „GARB“.

На графиките по-долу са представени данни на месечна и годишна база:



Разработено по данните от: GARB, пийпълметричен софтуер

Фигура 3. Разпределение на тв гледаемостта по месеци на база възраст, 2020



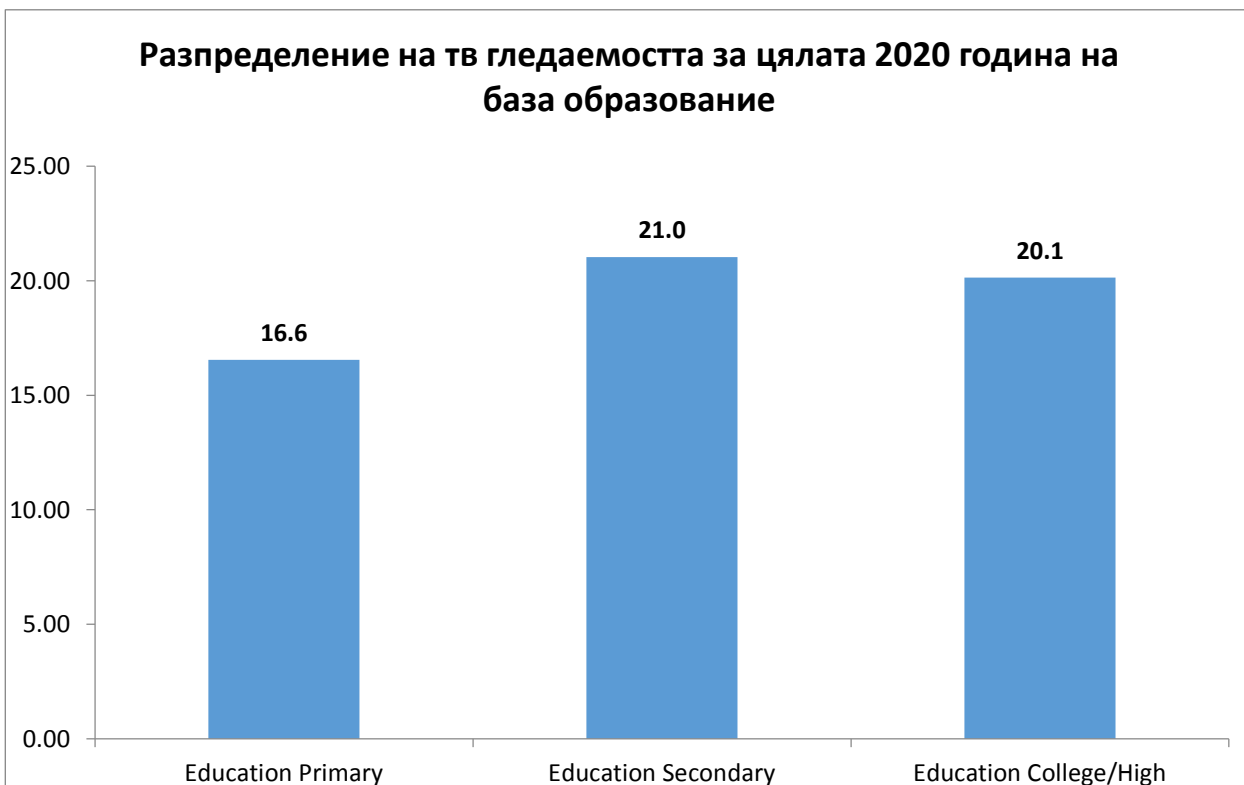
Разработено по данните от: GARB, пийпълметричен софтуер

Фигура 4. Разпределение на тв гледаемостта за цялата 2020 година на база възраст/

Графика, за цялата година, много по-ясно показва прогресивното увеличение на рейтинга при увеличаване на годините на таргет групите. Най-малък дял имат децата на възраст между 4-14 години и младите на възраст между 15-24 години. Най-голям дял е при възрастните между 65-74 и над 75 годишните.

При месечните данни се вижда сезонното вариране на телевизионната гледаемостта. Най-висока е по-време на телевизионните сезони, когато се излъчват сериали и реалити формати (февруари-юни и септември-декември), и най-ниска по време на летните месеци, когато телевизиите са извън сезон и излъчват стандартна програма.

1.3. Образование



Разработено по данните от: GARB, пийпълметричен софтуер

Фигура 5. Разпределение на тв гледаемостта за цялата 2020 година на база образование

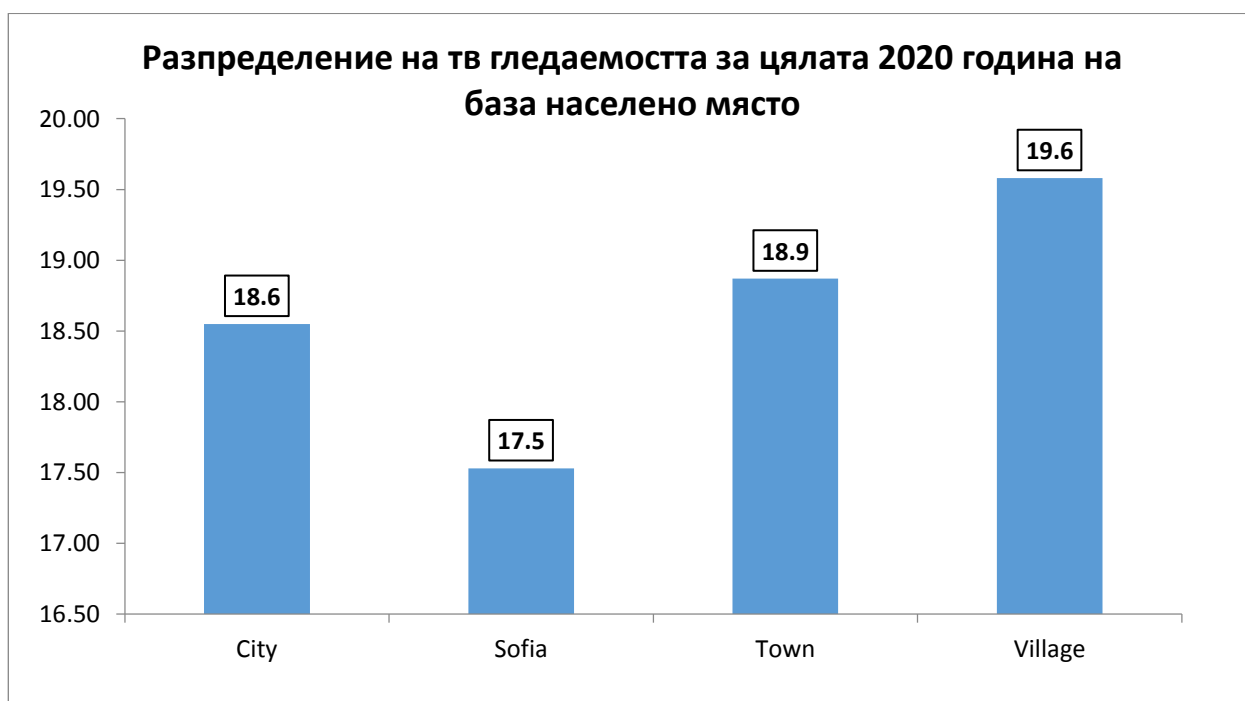
При разпределянето на база критерият образование най-голям дял за 2020 година имат хората със средно образование, а с най-малък дял са тези с основно образование.

Делът на хора с висше образование е доста близък до тези със средно.

Данните затвърждават информация, която е отразена в графиката за разпределението на гледаемостта по възраст. Децата до 14 годишна възраст, които са с основно образование, прекарват много по-малко време пред телевизорите. Тази тенденция се обуславя от факта, че младите и по-конкретно поколението „Z“ прекарва голяма част от времето си в онлайн медиите.

Според информация в статия от сайта на Nielsen¹ „възрастните потребители от поколение Z“ в САЩ (на възраст между 18-24 години) прекарват 10% повече време от своите връстници, гледайки новинарски и информационни сайтове и приложения на своите смарт устройства. Те прекарват по-малко време пред телевизионни екрани, отколкото средният възрастен „Z“ потребител в САЩ. Тези потребители искат да следят какво се случва около тях и да го споделят в своите социални мрежи. Те също така прекарват повече време ангажирани със съдържанието и създаване на собствено чрез своите устройства. Те прекарват на ден по 6 часа на техните смарт телефони.

1.4. Населено място



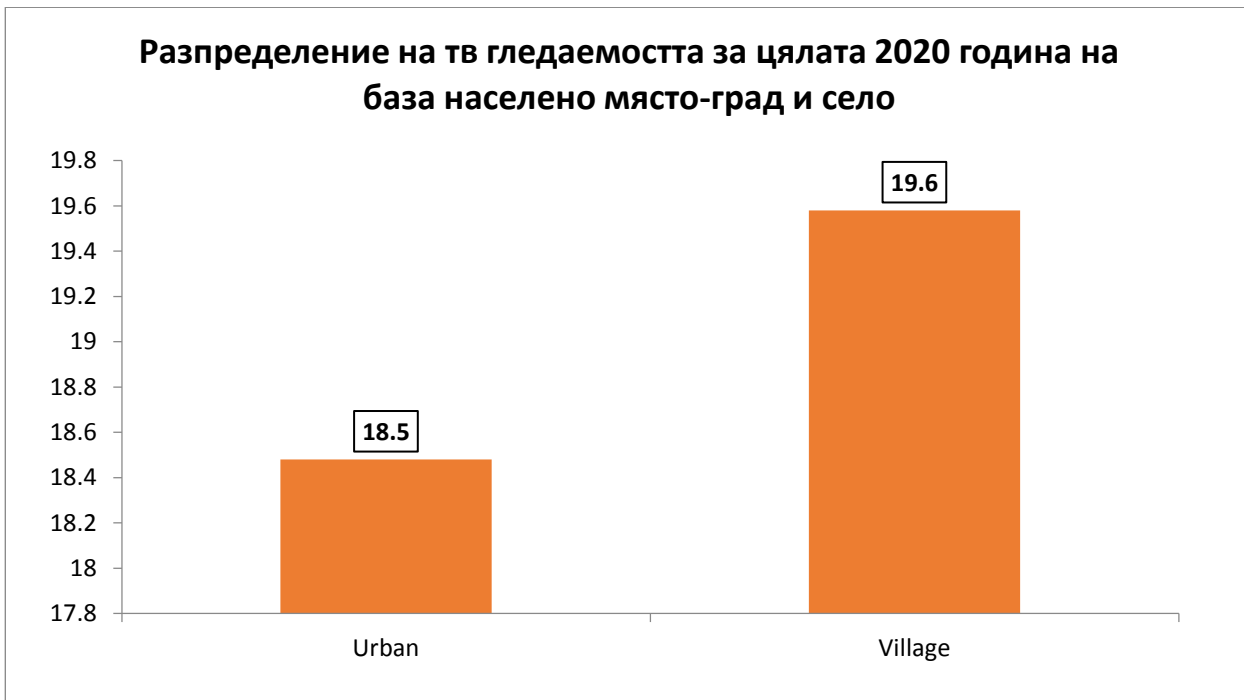
Разработено по данните от: GARB, пийпълметричен софтуер

Фигура 6. Разпределение на ТВ гледаемостта за цялата 2020 година на база населено място

Според населеното място за цялата 2020 година с най-голям дял са селата. Градовете с над 100 хиляди жители (city) и под 100 хиляди жители (town) са с приблизително еднакви дялове.

При разделянето на населението на градско и селско се забелязва с почти един пункт предимство на населението от селата.

¹ <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2019/gen-z-sustainable-consumers-go-digital-and-use-activism-to-shape-a-smarter-market/>



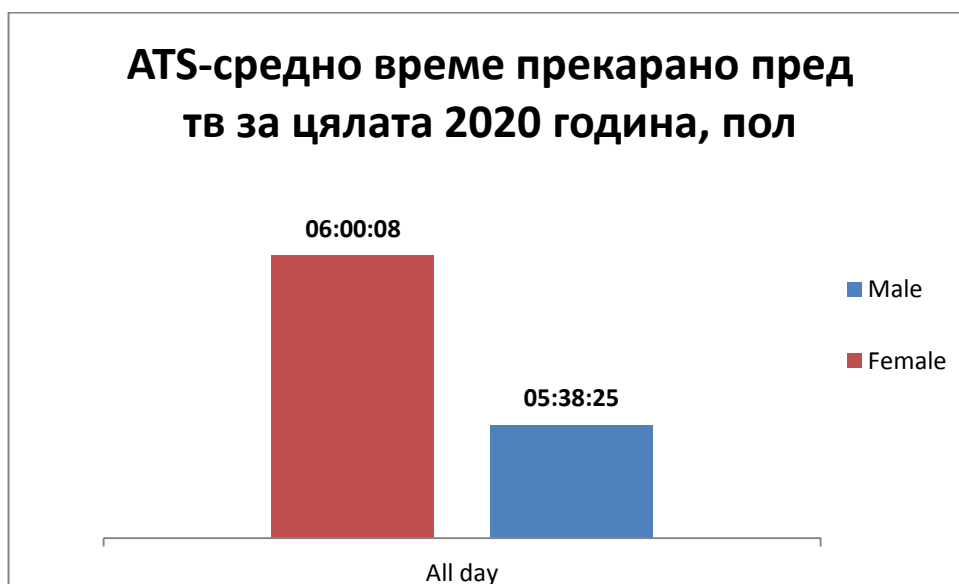
Разработено по данните от: GARB, пийпълметричен софтуер

Фигура 7. Разпределение на тв гледаемостта за цялата 2020 година на база населено място – град и село

2. Средно време прекарано пред телевизора – ATS

След демографските показатели при анализа на аудиторията се използва и поведенческият показател ATS (средно време прекарано в гледане на телевизия).

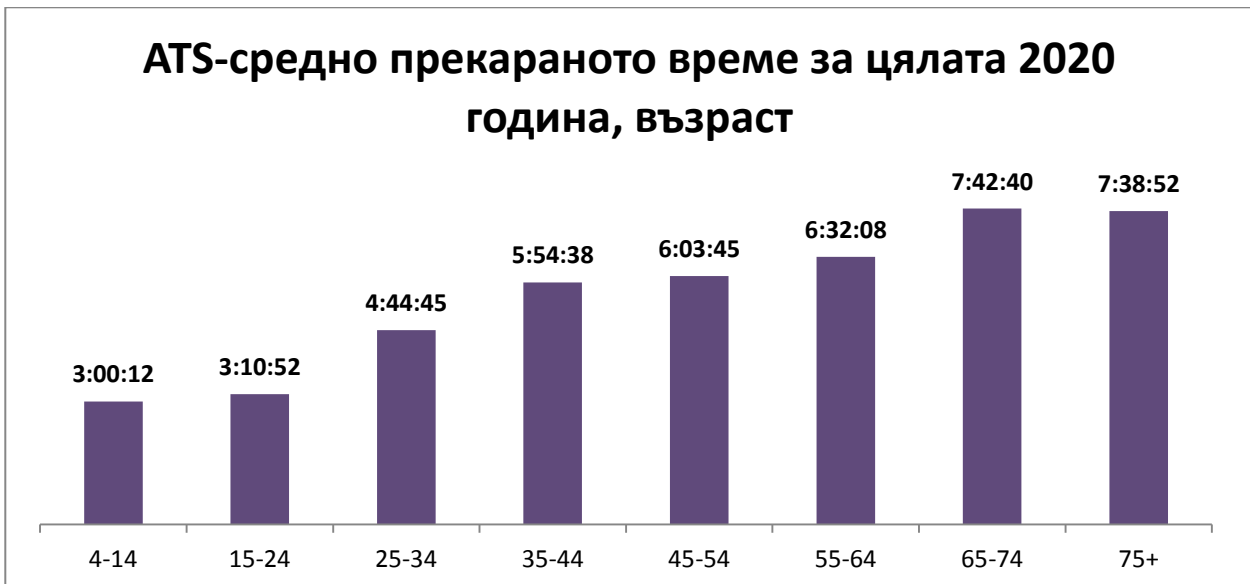
При сравняване на аудиторията на база пол за 2020 година ясно се откроява по-голямата гледаемост на жените спрямо мъжете с над 20 минути.



Разработено по данните от: GARB, пийпълметричен софтуер

Фигура 8. ATS-средно време прекарано пред тв за цялата 2020 година, пол

Тези данни затвърждават информацията получена при разпределението на рейтинга по демографски признак.



Разработено по данните от: GARB, пийпълметричен софтуер

Фигура 9. ATS-средно време прекарано пред тв за цялата 2020 година, възраст

Отново, както и при възрастовата графика, повече време пред телевизорите прекарват по-възрастните над 65 годишна възраст.

Децата и младите до 24 годишна възраст отделят средно около 3 часа от своето време за телевизия. Причините се коренят основно в използването на смартфони и компютри за получаване на необходимата информация и за забавление.

Заклучение

Телевизионните зрители могат най-лесно да бъдат разпределени на база демографски и поведенчески фактори. Детайлното анализиране на аудиторията спомага за определяне на тенденциите, рекламните тарифи и изготвянето на профил на каналите и програмите на медиите.

Анализът на аудиторията е основата върху която стъпват медиите и рекламните агенции. За рекламните агенции е от значение кои зрители гледат телевизия и кои точно програми, за да могат да изберат конкретното време в което аудиторията потребяваща даден продукт е пред телевизора и съответно до нея до изпратят рекламното послание.

От анализа на вторичните данни може да се направят следните изводи:

- Към този момент се използват основно демографски и поведенчески критерии при разпределянето на аудиторията
- За 2020 година основно жените и по-възрастните хора гледат телевизия
- Необходимост от анализ по години за да се направи анализ как се променя аудиторията с течение на времето
- Анализ на международният пазар и техните модели за сегментиране на пазара

Използвана литература

1. <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2019/gen-z-sustainable-consumers-go-digital-and-use-activism-to-shape-a-smarter-market/>
2. <https://www.nielsen.com/sg/en/insights/article/2020/women-in-singapore-want-promotions-shopping/>
3. <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2019/attention-marketers-u-s-women-are-eager-to-hear-from-you/>
4. Данни от пийпълметричния софтуер на GARB

Рецензент: гл. ас. д-р Красимира Вълчева

КОНКУРЕНЦИЯ НА БАЗА СТОЙНОСТ ЗА КЛИЕНТА В ИНДУСТРИЯТА ЗА МЕДИЦИНСКИ ИЗДЕЛИЯ

Даниел Мирославов Любенов
докторант в катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“, УНСС

Продуктов мениджър във фирма „Медицинска Техника Инженеринг ООД“
daniel.liubenov@unwe.bg

Резюме: Непрекъснатото развитие и иновации в индустрията за медицински изделия са от решаващо значение за гарантиране на качеството на живот по целия свят. Ако компаниите производители искат да продължат да печелят пари, вземайки предвид, че цената се явява изключително динамична величина, една от възможностите е да съкратят разходите и да вникнат в потребителското поведение.

На българския пазар, в последната една година ръстът в индустрията е в пъти, особено в продуктови категории като дезинфектанти и лични предпазни средства. Производителите на медицински изделия трябва да намерят нови начини да поддържат своята конкурентоспособност. Разбирането на нуждите на потребителите и готовността им да заплатят за тях, лежи в основата на успеха в продажбите.

Ключови думи: Ценообразуване, стойност за клиента, индустрия за медицински изделия.

VALUE-BASED COMPETITION IN THE MEDICAL DEVICE INDUSTRY

Daniel Miroslavov Lyubenov

Summary: The continuous development and innovation in the medical device industry are crucial to ensuring quality of life worldwide. If the medical device manufacturers want to continue making money, given that price is an extremely dynamic value, one option is to cut costs and understand consumers' behavior.

On the Bulgarian market, in the last year the growth in the industry increased more than double, especially in product categories such as disinfectants and personal protective equipment. Medical device manufacturers need to find new ways to stay competitive. Understanding the needs of the consumers and their willingness to pay for them is the basis of sales success.

Keywords: Pricing, customer value, medical device industry.

Въведение

Индустрията за медицинските изделия през последните няколко десетилетия преминава от бързо развиващ се до по-бавно растящ пазар, узряващ, воден от спад в обемите и значително увеличение на ценовия натиск от страна на конкурентите и най-вече местните производства. В резултат на това тя е в средата на ускоряваща консолидация между компаниите и през последните 10 години увеличи концентрацията си в повечето сегменти на пазара.

Тъй като пазарният натиск се увеличава, темпът на консолидация се ускорява със сделки като Medtronic-Covidien, Zimmer-Biomet, J & J-Synthes, Ecolab-Anios, които са примери за конгломерати с безпрецедентен мащаб по отношение на пазарни сегменти. Тази ситуация води след себе си нуждата от редизайн, ребрандиране, обединяване в портфолиото между двете марки, ценови ръстове и уеднаквяване на бизнес модела.

С увеличаването на ценовия натиск, производителите на медицински изделия трябва да преосмислят процесите на разработване на нови продукти. Правилното остойностяване на изделието ще помогне да се контролират разходите и да се осигури точно това, което клиентите търсят.

1. Индустрията за медицински изделия. Процеси и явления

В индустрията за медицинските изделия се наблюдава окрупняване на компаниите, което ги прави гиганти в бранша, купуват се търговски марки, усвояват се пазарни дялове. Повечето от фирмите производители са с много силна иновационна дейност, което намалява времето за разработване и въвеждане на нови технологии.¹

¹ Liu Alex, K. McLellan, and B. Reinholt (2015). How medical-device manufacturers can transform marketing and sales capabilities. Извлечено на 29.01.2021 от <https://www.mckinsey.com/industries/pharmaceuticals-and-medical-products/our-insights/how-medical-device-manufacturers-can-transform-marketing-and-sales-capabilities>

Непрекъснатото развитие и иновации в медицинските изделия са от решаващо значение за гарантиране на качеството на живот по целия свят. Терминът „медицински изделия“ е изключително широк, обхващащ елементи като спринцовки, инвалидни колички, пейсмейкъри, рентгенови апарати, ортопедични консумативи (изкуствени стави, костен цимент и др.), стентове на коронарните артерии и др. Благодарение на медицинските изделия болестите могат да бъдат открити по-рано и диагнозите, наблюдението и лечението на пациентите се подобряват. Пробивите и усъвършенстванията в технологията също са от решаващо значение за намаляване на разходите за здравеопазване в момент, когато здравните служби по света изглежда са под по-голям финансов натиск от всякога.¹

Ако компаниите за медицински изделия искат да продължат да печелят пари, вземайки предвид, че цената се явява изключително динамична величина, една от възможностите е да съкратят разходите. Секторът винаги е бил предизвикателен, с все по-сложни технологии и трудности пред качеството и регулациите в т.ч. Директивата за медицинските изделия – MDR (Medical Device Regulation). Производителите на медицински изделия, които успяват да преодолеят тези бариери, продават продуктите си на цени благоприятни за пазара, което води до положителен резултат за тях. Лоялността към тях се увеличава, в следствие на удовлетвореността на потребителите.

Днес компаниите за медицински изделия работят в различен свят. В развитите страни здравните системи са под остър финансов натиск. Доставчиците на здравни услуги реагират на това, като проучват всяка възможност за увеличаване на ефективността и съкращаване на разходите.

Развиващите се икономики също трансформират обкръжаващата среда за производителите и доставчиците на суровини. Тъй като растежът на утвърдените пазари се забавя, възможностите се появяват другаде. Сегрегацията на „бедни“ и „богати“ по отношение на потребителите, изисква повече медицински изделия от всякакъв тип, но ценовата чувствителност на тези пазари е остра. Регионалната индустрия се разраства, за да отговори на това търсене, а амбициозните нови играчи от Китай и Индия сега искат да доставят своите евтини и по-достъпни проекти на заинтересовани болници в Европа и Северна Америка.

2. Пазарът за медицински изделия в България

Търговията с медицински изделия в България се осъществява от над 50 фирми. Медицинските изделия сами по себе си трябва да бъдат регистрирани в Изпълнителната агенция по лекарствата (ИАЛ). Документите, които трябва да притежават са Декларация за съответствие – DoC (Declaration of Conformity/ и CE сертификат (документ, удостоверяващ, че продуктът отговаря на изискванията за здраве, безопасност и опазване на околната среда на регламентите на Европейския съюз). При продукти като дезинфектанти например, е нужен и Информационен лист за безопасност – MSDS (Material Safety Data Sheet). Това е минимумът документация нужна за осъществяване на търговска дейност с медицинско изделие. Вносът на стоки от Турция, Китай и други страни в България през периода ноември – януари 2018г. е с 9,4% ръст.² Прави впечатление нарастването в цените на суровините на глобалните пазари. Спад бележи само вноса от Китай и Индия в периода 2019 – 2020г., което главно може да се отдаде на засиленото производство на медицински изделия и консумативи, в т.ч ръкавици, катетри, игли и спринцовки, препарати на алкохолна основа и четвъртични амониеви съединения. Вносът от тези страни е със спад от 1,8% от Китай и 15,9% от Индия. Българските компании и местни дистрибутори са в ситуация да търсят алтернативни доставчици в тези категории продукти от други държави, с които до момента не са работили или дори са им били конкурент на основната марка до сега.³

Сега производителите на медицински изделия трябва да намерят нови начини да поддържат своята конкурентоспособност. Подобно на други индустрии – автомобилният сектор, бяла и черна

¹ Robertson, R., Lillie, W., James, T., & Charles, A. (2017). Understanding NHS financial pressures How are they affecting patient care? Извлечено на 29.01.2021 от https://www.kingsfund.org.uk/sites/default/files/field_publication_file/Understanding%20NHS%20financial%20pressures%20-%20full%20report.pdf

² По данни на НСИ „Търговия със стоки на България с трети страни през периода Януари – Ноември 2018 г.“ по предварителни данни. https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/FTS_ExtraStat_2018-11_18VICP6.pdf

³ По данни на НСИ „Износ, внос и търговско салдо на България с основни партньори от трети страни през периода януари – ноември 2019 и 2020 година“ с предварителни данни към 13.01.2021 г. <https://www.nsi.bg/bg/content/7503/%D0%BF%D0%BE-%D0%BE%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8-%D1%82%D1%8A%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D0%BF%D0%B0%D1%80%D1%82%D0%BD%D1%8C%D0%BE%D1%80%D0%B8>

техника и телекомуникациите, например – те обръщат ново внимание на детайлния дизайн на продуктите си гами, търсейки възможности за съкращаване на свръх разходите за производство, където е възможно, за да получат гъвкавост и следователно да продават изгодно в обвързани с пари традиционни пазари и съобразени с цената нови такива. Историята показва, че победителите ще бъдат тези, които могат да доставят точно това, което клиентът иска – нито по-малко, нито повече – на възможно най-добрата и на ключовият за индустрията израз „достъпна цена“.

3. Достъпност по отношение на цената

Цената е предизвикателна величина, както за развитите, така и за развиващите се пазари. Успехът на вторите изисква задълбочено разбиране на нуждите на различните заинтересовани страни. Въпреки глобализацията, фирмите производители не познават местните пазари. Това е информация, която имат установените на територията на съответната страна компании дистрибутори. Последното е трудно да се получи от офиса на другия край на света. Собствената дистрибуция и правилното планиране, в т.ч годишен маркетингов план, ясната концепция за целите, които си поставя компанията-дистрибутор за годината и разбирането на хоризонтите, които се отварят пред нея, лежат в основата на успеха ѝ. Имайки предвид, че голяма част от производителите на медицински изделия и биоциди имат минимум 6% увеличение на цените всяка година, добре планираният маркетингов бюджет и таргетиране/сегментиране на клиентите, би могъл да пребори местната конкуренция, известна с ниските си цени. Проблемът би дошъл от договорните взаимоотношения в следствие на тръжна процедура с болнично заведение, където цените са фиксирани за целия срок на договора и така компанията ще трябва да претърпи спад в маржа си, за да компенсира вдигането на цените, да избегне неустойка от страна на болницата или евентуално прекратяване на тези взаимоотношения и загуба на клиента в бъдеще. Цената в този случай се явява най-важния параметър, с който компанията дистрибутор трябва да се справи. Ако тя има собствено производство обаче икономията от мащаба или съкращаването на разходите от гледна точка на опаковка, редизайн или лансиране на нов продукт, биха могли да предотвратят спада в маржа за определено време.

Изводът, до който достигаме е, че дистрибуторите, които предлагат стоки на чужди производители имат изключително трудна задача що се касае до борбата с местните компании, които е вероятно да бъдат предпочитан доставчик, финансиран и подкрепен от правителство или инвеститори. Стойността за производителя и цената за потребителя са различни. Изходът от тази ситуация е само по-голям маркетингов бюджет и клиентоцентризъм от страна на дистрибуторите на чужди компании, гарантиращи качество, както на продуктите, така и на обслужването.

Дори компании, които са близо до клиентите обаче могат да разберат погрешно техните нужди. Историята на клиентите, техните потребности и нагласи са дълъг и обследван процес във времето. Лоялността към дадена марка от тяхна страна се гради с години и може да се разруши за секунди.

Компаниите, които се опитват да съобразят характеристиките и възможностите на продукта по-близо с възприятията на клиентите за цена трябва да отговорят на труден въпрос: Кои всъщност са техните клиенти? Хаотичното вземане на решения на много пазари на здравеопазване изключително затруднява компаниите да разберат изискванията на всички ключови заинтересовани страни, в т.ч дистрибутори и клиенти. За да бъде избрано за употреба, изделието може да се наложи да бъде одобрено от национален или регионален орган, избран от доставчик на здравни услуги, посочен от определен клиничен екип и след това предпочетен от лекари, често в консултация и с пациенти. И накрая, определящи могат да бъдат реакциите на пациента към изделието, които определят успеха му при употреба.

Всяка от тези заинтересовани страни ще има непълна представа за качествата на продукта: дистрибуторите може да не разберат важността на използваемостта при спазването на изискванията на пациента, докато лекарят може да не е наясно с текущите разходи за поддръжка на продукта на място. В резултат на това стимулите за закупуване на много пазари на медицински изделия могат да бъдат коренно различни от ползите, които в крайна сметка се очакват от потребителите.

4. Нова посока в продуктивния дизайн на медицинските изделия

За да се преодолеят гореспоменатите проблеми, компаниите производители на медицински изделия се нуждаят от нови инструменти и различен начин на мислене относно продуктивния дизайн. Стойността за производителя крие в себе си всички фактори, които определят здравето и благосъстоянието ѝ в дългосрочен план.

По-специално, те трябва да могат да направят две неща ефективно.

- Първо – трябва да намерят начин да разберат от кои точно характеристики на продукта се нуждаят техните клиенти и, критично, колко са готови да заплатят за тях;

- Второ – трябва да идентифицират най-рентабилните начини за предоставяне на тези функции, за да увеличат максимално наличния марж на продукта.

За много дизайнерски и инженерни екипи в индустрията на медицинските изделия това второ изискване е особено предизвикателно. Години на фокусиране върху разширяването на техническите възможности на своите продукти, с относително малко внимание към дизайна преди производство или други стратегии за съкращаване на разходите, могат да оставят изделието недовършено, докато търсят начин за намаляване цената на техните проекти. Тези екипи трябва да намерят нови начини да разгледат целия процес на продуктово дизайн, да възприемат най-добрите практики от собствената си индустрия и извън нея дори. Често даже обследването на конкурентите, принципите и логиката им на работа, поражда гениални идеи и ги превръщат в реалност.

Днес някои компании за медицински изделия осъзнават, че като правят тази връзка между истинската цена на характеристиките и възприемането на стойността за своите клиенти, те могат надеждно да доставят продукти, които струват по-малко, а същевременно предлагат на клиентите повече. Често този тип подход се нарича „**Проектиране на база стойност**“ или иначе казано „това, което струва този продукт за фирмата производител/доставчик, струва ли същото и за потребителя и как да се увеличи неговата удовлетвореност“. Производителите на медицински изделия използват подхода за постигане на подобрения на брутният марж от 20-25% за период от 18 до 24 месеца. По пътя те използват спестяване от определени маркетингови активности, в следствие на което това ще помогне на проектите за подобрения да се самофинансират. В края на процеса имат мощни функции за разработване на продукти, като отделите работят по-ефективно заедно и с инерция в организацията за по-широки подобрения на продуктите и портфолиото на компанията.

5. Позицията на клиентите

За всички, с изключение на най-неоценените продукти, решенията за покупка включват сложни компромиси между характеристиките. Клиентите рядко могат да формулират стойността, която приписват на определено качество на продукта. Съвременните инструменти и техники за проучване на пазара могат да дадат добра индикация за това как се изгражда възприятието на клиента за стойността.

Компаниите производители на медицински изделия разработват подходи за справяне със сложната среда с много заинтересовани страни. Те първо идентифицират ключовите заинтересовани страни за всеки етап от жизнения цикъл на продукта и определят влиянието на всеки върху решенията за покупка. Заинтересованите страни могат да бъдат разделени на две основни групи:

- Тези, за които даден продукт трябва да отговаря на основен набор от критерии за характеристики и разходи;

- Лица, вземащи решения, които всъщност ще направят окончателния подбор въз основа на диференциращите характеристики на продукта.

Пример от практиката за представената по-горе ситуация е казус за фирма Boule, която е производител на медицинско изделие – оборудване за изследване на кръв¹. По време на етапа на приемане от страна на дистрибуторите, аптеките са ключов фактор и посредник, важен при избора на продукта. Вземащите решения включват самите пациенти, които са направили окончателен избор, но са силно повлияни от личните си лекари. След това интервюта и съвместни проучвания с представители на всяка ключова група от заинтересовани страни помагат на компаниите да идентифицират различните си приоритети. В този пример, аптеките оценяват възможността да максимизират приходите си чрез текущи продажби на консумативи за уреда за изследване на кръв. Клиентите са склонни да приемат, че всички устройства са еднакво ефективни и фокусират вниманието си върху цената му и неговите консумативи. От друга страна, тези които предлагат услугата, като лаборатории например, се интересуват предимно от функции, които биха гарантирали спазването на предписания режим на тестване. Междувременно пациентите варират значително в своите изисквания, в зависимост от естеството на заболяването си. За да разбере какво всъщност води до вземането на решения, компанията трябва да се задълбочи малко повече.

¹ Казусът е от професионалната практика на автора на публикацията.

Анализът на клиентите и техните навици и възприятия е техника, която може да даде богато разбиране на нуждите им. Те обмислят различни хипотетични конфигурации на продукти и ценови точки и избират между тях. Изводът от техните отговори изолира ефектите на отделните характеристики върху възприятията на клиентите за добавената стойност, която носи изделието. Резултатите са: нарастваща размер на „печалба“ за доставчика на този уред, както и положителен ефект за потърпевшите от изследването.

Сега някои компании за медицински изделия използват едновременно няколко техники за управление в сложната среда на заинтересованите страни. Компанията за тестване на кръв, например, използва различни групи потребители, за да тества несходни конфигурации на продукти при четири типа, сегментирани според естеството и тежестта на тяхното заболяване.

Анализите на всяка от групите заинтересовани страни позволяват на компаниите да изградят многоатрибутна крива на разходите за всеки участник. След като включи основен набор от продуктови характеристики, за да задоволи потребителя, тази крива класира всяка характеристика според помощна програма, която предоставя на заинтересованите страни, и цената на всяка функция. Кривата може да насочва решенията кои функции да се включат, за да се максимизира полезността и да се минимизират разходите.

6. Разходите за производство

Въпреки че много компании инвестират сериозно в съкращаване на разходите за производство, практикуват икономии от мащаба и др., те обикновено го правят, като изследват съществуващите проекти и идентифицират възможности за допълнителни икономии. Използвайки проектирането на база стойност, което беше споменато от автора, като пример в индустрията, компаниите първо работят, за да разберат вероятните граници на съкращаване на разходите за продукти. Започвайки на чисто и използвайки познания за най-добрите отраслови практики за материали, обработка и разходи за труд, те могат да изготвят приблизителна оценка на най-ефективния начин за предоставяне на желан набор от функции.

Чрез сравняване на текущите или прогнозните производствени разходи, компаниите могат бързо да получат представа за областите на дизайна, които най-вероятно ще доведат до най-големи съкращения. Възможностите, идентифицирани по този начин, често са по-големи, тъй като това насърчава компаниите да обмислят промени в основната продуктова политика и развитие на нови стратегически бизнес единици и технология, както и на отделни компоненти.¹

7. Информация за конкурентите

Базата данни за конкурентите е важна дейност в много индустриални сектори. Задълбоченият анализ на конкурентните изделия и сравняването им със собствения, е сравнително нова практика, но продължава да дава прозрения за възможности за подобрене или ново предимство. „Познавай по-добре конкурентите си, от колкото собствените си продукти“ е слоган, който води доста от компаниите на пазара. Конкурентното предимство е ключов фактор в дистрибуцията. Тъй като категорията расте и съкращенията на разходите се затягат, компаниите в сектора за медицинските изделия започват да използват този подход по-широко.

В процеса на проектиране, за да се оценят, конкурентите поемат нова и централна роля в контекст за междофункционалната дискусия и вземане на решения от инженерни и маркетингови функции. Чрез анализ на собствени и тези в категорията, включвайки всички променливи, свързани с продукта, включително проектиране, маркетинг, продажби, производство, осигуряване на качеството и веригата на доставки, компаниите могат да използват целия си наличен опит за оптимизиране на дизайна на изделието. Доставчиците дори могат да играят роли в тези производства, тъй като могат да предоставят нови перспективи за компромиси свързани с разходи и функционалност, дори възможност за пряко участие в издръжката на продукта, макар да не трябва те да определят параметрите.

Процесът на спиране от производство може да бъде, колкото полезен при съществуващите продуктови линии, толкова и при новите. На практика, сравненията на съществуващите изделия често

¹ Liu Alex, K. McLellan, and B. Reinholt (2015). How medical-device manufacturers can transform marketing and sales capabilities. Извлечено на 29.01.2021 от <https://www.mckinsey.com/industries/pharmaceuticals-and-medical-products/our-insights/how-medical-device-manufacturers-can-transform-marketing-and-sales-capabilities>

осигуряват набор от идеи, които могат да бъдат внедрени бързо в текущия дизайн, като същевременно помагат за генерирането на списък с идеи за промени в предстоящите модели.

Заклучение

В резултат на направените проучвания се установи, че най-заинтересованите страни са производителите на медицински изделия, дистрибуторите на медицински изделия и крайните потребители.

Тъй като взимашите решения стават все по-съзнателни и конкуренцията се засилва, възможностите за обслужване на ориентирани към стойността клиенти на медицинските изделия нарастват бързо. За да се адаптират към този нов свят, производителите се нуждаят от задълбочено разбиране на потребностите на сегмента на стойността и вариантите за печалба. Ключът към успеха не винаги се крие в промяната на самия продукт, но може да включва смяна на модели за продажба или предлагане на услуги. Компаниите трябва да действат сега, за да определят кои алтернативи са най-подходящи за тях и да създадат бизнес модел, който да им позволи да бъдат успешни в стойностния сегмент.

Използвана литература

1. **Холис, Н.**, Успешният бранд, „Изток-Запад“, 2017
2. **Godin, S.**, Purple cow, „Penguin house“, 2009
3. **Kotler, P.**, B2B Brand management, „Springer“, 2006
4. **Liu Alex, K. McLellan, and B. Reinholt (2015)**. How medical-device manufacturers can transform marketing and sales capabilities. Извлечено на 29.01.2021 от <https://www.mckinsey.com/industries/pharmaceuticals-and-medical-products/our-insights/how-medical-device-manufacturers-can-transform-marketing-and-sales-capabilities>
5. **Narayanan, A. Padhi, A., & Williams, J. (2012)**. Designing products for value. Извлечено на (30.01.2021) от <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/designing-products-for-value>.
6. **Robertson, R., Lillie, W., James, T., & Charles, A. (2017)**. Understanding NHS financial pressures How are they affecting patient care? Извлечено на 29.01.2021 от https://www.kingsfund.org.uk/sites/default/files/field/field_publication_file/Understanding%20NHS%20financial%20pressures%20-%20full%20report.pdf

Рецензент: гл. ас. д-р Красимира Вълчева

СТЕРЕОТИПИ НА ЖЕНСКИЯ ОБРАЗ В ПЕЧАТНАТА РЕКЛАМА В САЩ ПРЕЗ ХХ ВЕК

Надя Миткова Станоева
докторант е катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“, УНСС

nadya.stanoeva@gmail.com

Резюме: Изучаването на женските стереотипи в рекламата отброява няколко десетилетия изследвания. Многообразието от значения е направило женските образи предпочитани за популяризиране на продукти в различни реклами и самите рекламодатели отдавна са признали, че жените в рекламите имат потенциала да привличат повече потребители. Предмет на настоящия доклад е изследване на женския образ в печатните реклами в САЩ през 20-ти век, в светлината на историческите събития и социалната роля на жената в обществото по това време, както и проследяване хронологията на изследванията по темата от началото на 20-ти век до днес.

Ключови думи: стереотипи, женски образ, печатна реклама, списания, интерпретация на предходни изследвания

FEMALE IMAGE STEREOTYPES IN THE UNITED STATES PRINT ADVERTISING IN THE XX CENTURY

Nadya Mitkova Stanoeva

Abstract: The study of female stereotypes in advertising has several decades of research. The variety of meanings has made female images preferred for promoting products in various advertisements, and advertisers themselves have long recognized that women in advertisements have the potential to attract more consumers. The subject of this report is a study of the female image in print advertising in the United States in the 20th century, in the light of historical events and the social role of women in society at that time, as well as tracing the chronology of research on the topic since the early 20th century to the present day.

Key words: stereotypes, female image, print advertising, magazines, interpretation of previous research

Въведение

Женският образ в рекламата е обект на редица изследвания вследствие на феминисткото движение и развитието на ролята на жените в обществото. Той е богат и многопластов, изпълнен с множество значения, поместени в женската персона и вариращи от комфорта, безопасността и традицията на майчинството, през сексуален обект до Главен изпълнителен директор.

За целите на настоящия доклад, са разгледани и използвани три предходни изследвания – „Female Stereotypes in Print Advertising: A Retrospective Analysis“, „A Comparative Analysis of the Roles Portrayed by Women in Print Advertisements: 1958, 1970, 1972“ и „Twentieth century female ad images: Cultural interconnections, social learning, and the dialectical logic of advertising“, на които е направен вторичен анализ и резултатите са обобщени, със съответните изводи.

Целта на изследването е да допринесе за разбирането как възникващите социално-културни промени в 20-ти век, са се отразили върху женския образ в печатната реклама. Проучването допринася за изясняване на това как рекламните изображения са свързани с националните настроения, като изследва динамичните културни тенденции, отразени в рекламните стратегии. Историческите анализи наблюдават отличителни диалектически процеси и стратегии в развиващите се модели на женски образи в рекламите. Резултатите от проучването разкриват три различни стратегии за изпълнение на реклами, удостоверяване и културно възникваща стратегия. Анализът показва още, че традиционните гледни точки обикновено се засилват по време на кризисни периоди и намаляват, когато времената са по-добри.

1. Стереотип

За да се премине към разглеждане и изследване на различните стереотипни женски образи, е необходимо първо да бъде изяснено понятието „стереотип“.

Стереотипът може да се определи като свръх-обобщаване на характеристиките на група хора, без да се вземат предвид различията между членовете на тази група¹. Стереотипите често се използват в рекламата, за да предадат изображения, с които потенциалните купувачи могат да се идентифицират, за да повишат ефективността на рекламата. От феминисткото движение през 60-те години на миналия век критиците твърдят, че рекламата поставя стереотипи на жените в традиционни роли, което води до нежелани социални последици. Това е така, защото рекламата е и средство за социална комуникация. От гледна точка на социалното обучение и социализацията, хората в много ранна възраст започват да възприемат стереотипите на пола. Твърди се, че тези стереотипи са устойчиви на промяна във времето, тъй като те са налагани толкова дълго, че хората са формирали очаквания за ролята на съответния пол въз основа на тях².

Многократните наблюдения на жени в традиционни роли при рекламирането могат да накарат публиката да вярва, че тези роли са типични за жените. Те могат също така да повлияят негативно на самоизображенията и себеусещането на жените и да ограничат поведението им. И не на последно място, те биха могли да поставят работещите жени в чувствителна ситуация, която води до поява на предразсъдъци срещу тях³. По-специално стереотипите за пола се определят като вярвания, че определени атрибути разграничават жените и мъжете. Според Deaux and Lewis, стереотипите на пола имат четири различни и независими компонента: дескриптори на чертите (напр. Самоутвърждаване, загриженост за другите), физически характеристики (напр. Дължина на косата, ръст), ролеви поведения (напр. Лидер, грижи за децата) и професионален статус (напр. шофьор на камион, домакиня). Всяка неразделна част е свързана с мъжка и женска версия, която е силно свързана съответно с мъжете и жените. Всеки стереотипен компонент на пола може да доведе до негативни последици, особено за жените, като недоволство от тялото, намалено самочувствие и ограничаване на професионалните възможности.

2. Методика на изследването

Настоящото изследване е проведено на основата на анализ на вторични данни.

Това е техника, в която се извършва вторичен анализ на данни от съществуващи ресурси, групирани по определен общ признак. Съществуващите данни се събират и изучават и на база на събраната информация, изследователят провежда изследването.

Анализът на вторични данни е много ефективна техника за използване като отправна точка за по-нататъшни задълбочени проучвания, каквато е и целта на изследвателя. Чрез вторичния анализ са придобити по-широко разбиране по темата, което да послужи за основа за разработване на дисертационен труд.

По този начин беше получена по-подробна информация за съществуващите женски образи в печатната реклама в САЩ през XX век и връзката им с историческите събития, и социалната роля на жената в обществото през отминалия век.

3. Предходни проучвания

Ранните проучвания по темата показват, че жената традиционно е била изобразявана в ролята на домакиня, жена, зависима от защитата на мъжа, и като сексуален обект.

Това проучване се стреми да възприеме цялостен поглед към феномена на женските стереотипи в печатните реклами, проследявайки произхода му, анализирайки взаимодействието на стереотипите и рекламата, провеждайки изчерпателен анализ на конкретния поток литература, разглеждайки методологични проблеми и предлагайки насоки за по-нататъшни изследвания.

Няколко социални и исторически непредвидени обстоятелства обуславят развитието на женския образ в рекламата в САЩ през 20-и век: Възходът на женското движение през 60-те години поставя въпроса за равните възможности за мъже и жени, и води до постепенна промяна в професионалните условия и битовите структури⁴.

Тенденцията все повече жени да придобиват висше образование, нарастващото им участие в работната сфера и претенциите за най-високи ръководни длъжности, доминирани преди това от мъ-

¹ Mackie, 1973; Williams and Best, 1982, 1990.

² Бромли, 1993; Фиске и Стивънс, 1993; Williams and Best, 1990.

³ Фиске и Стивънс, 1993; Stroebe and Insko, 1989.

⁴ Zotos и Lysonski 1994; Plakoyiannaki and Zotos 2009; Tsihla and Zotos 2013a.

жете, довеждат до значителни промени. Жените не само придобиват финансова независимост, която позволява повишен разполагаем доход, но по-важното е, че социалният и образователният им статус значително се развива. В резултат на това започват да се дискутират различни етични съображения и опасения относно тяхното представяне в рекламата. Възраждането на феминизма аргументира, че рекламата в популярните медии може да се разглежда като основно средство за въвеждане и популяризиране на женските ролеви стереотипи и сексизъм.

Въпреки че ролята на жените в обществото започва да се променя от 60-те години на миналия век, женският образ в рекламата се адаптира бавно към техния променящ се статус. По-специално, изобразяването на жени в професионални роли за сметка на ролята на домакиня и зависима от мъжа, отчита значително забавяне във времето.

В Съединените щати проучване на Кортни и Локерец¹ установява, че рекламата в списания показва четири традиционни стереотипа за жените: жената в ролята на домакиня; жената като слаба и невзимаща решения; жената като зависима от мъжа; жената като сексуален обект. Последващи подобни проучвания, проведени през 70-те години, установяват, че рекламата не предава адекватно издигнатите роли на жените в обществото. Например, жените често се намират в домашни условия²; жените се показват главно като потребители на продукти, а не като автори³; жените често се изобразяват като подчинени и по-нисши от мъжете⁴.

Изследвания, проведени в няколко държави, като цяло потвърждават валидността на твърденията на критиците.

Няколко проучвания сравняват реклами от различни времеви периоди от преди появата на феминисткото движение. Wolhete и Lammers в свое изследване от 1980 разглеждат рекламите през 1958, 1968 и 1978 г. и обобщават, че мъжките и женските образи в семейни роли са се променили незначително; Weinberger et al. (1979), използвайки малко по-различна извадка от реклами, установява, че между 1972 и 1978 г. е имало значително нарастване в представянето на жените в професионални роли. По-късни проучвания през 80-те години⁵ също разкриват, че рекламата е станала по-склонна да представя жените във властнически и отговорни позиции. Проучване от 1990 г. на Ferguson et al. отбелязва, че рекламите в Ms. Magazine все по-често изобразяват жените като сексуален обект през последните 15 години. Друго проучване – това на Klassen et al., 1993, използвайки извадка от 1972 до 1989 г., стига до заключението, че несъразмерно голям брой реклами изобразяват жени в традиционни роли, въпреки че традиционните образи намаляват и равенството в образите на мъжете и жените се увеличава.

Половите идентичности са социално конструирани и рекламата предлага начин на живот и форми на самопрезентация, които хората използват, за да определят своите роли в обществото. По-голямата част от рекламните кампании се позовават на полова идентичност, като черпят образите си предимно от стереотипните образи за мъжественост и женственост. Според Goffman, рекламите, изобразяващи мъже и жени във взаимодействие, предлагат „дисплеи на пола“, които обучават зрителя за конвенционалните начини за взаимодействие между половете и сексуалните им роли.

Обобщение на основните изследвания върху стереотипите на женски образи в рекламата е илюстрирано в Таблица 1. Ранните проучвания, разглеждащи женски рекламни изображения, се аргументират в полза на стереотипни изображения, които предимно се развиват около битови условия и традиционни, загрижени за физическата привлекателност на жените. Кортни и Локерец твърдят, че рекламите по това време показват как мястото на жената е у дома, че жените са зависими от защитата на мъжете и че жените изглеждат неспособни да вземат важни решения. Те също така представят жените като сексуални обекти. По подобен начин, в друго проучване на женските ролеви стереотипи в печатните медии от 1958 до 1970 и 1972, Belkaoui и Belkaoui се доказва, че жените се изобразяват предимно в традиционни и декоративни роли, като не успяват да отразят променящата се роля на жените в общество. Този вид стереотипизиране е потвърдено от последващи изследвания, проведени в средата на осемдесетте⁶. Например, Sexton and Haberman през 1974

¹ Кортни и Локерец (1971).

² Dominik and Rauch, 1972; Wagner and Banos, 1973.

³ Dominik and Rauch, 1972; Courtney and Whipple, 1974; McArthur and Resko, 1975; O'Donnell and O'Donnell, 1978.

⁴ Goffman, 1979.

⁵ Ruggiero and Weston, 1985; Sullivan and O'Connor, 1988.

⁶ Sexton and Haberman, 1974; Poe, 1976; Lysonski, 1983; Ruggiero and Weston, 1985.

предполагат, че рекламните изображения представят жените в роли на домакини и загрижени за физическата привлекателност, позиционирани в предвидима среда като домашната.

Таблица 1

Литературна справка на изследванията за женския образ в печатната реклама

Автор	Година	Изводи/ Стереотипни образи
Courtney and Lockeretz (1971)	1970/САЩ	Жените като зависими от мъжете, домакини, сексуален обект и неспособни да вземат решения
Wagner and Banos (1973)	1972/САЩ	Модерация на стереотипите, открити и описани от Courtney and Lockertz
Venkatesan and Losco (1975)	1959-1971/ САЩ	Представянето на жената като сексуален обект е намаляло като честота
Belkaoui and Belkaoui (1976)	1958; 1970; 1972/САЩ	Стереотипи на зависимост, сексуален обект и жени, неспособни да вземат важни решения; умереност в изобразяването на жената като домакиня и майка
Goffman (1976)	1972-1989/ САЩ	Жени, изобразени като подчинени на мъжа
Poe (1976)	1928, 1956, 1972/ САЩ	Жените са изобразявани по-рядко в състезателни спортове и по-често в развлекателни ситуации от 1928 до 1972 година
Klassen et al. (1983)	1972-1989/ САЩ	Неголям брой реклами, изобразяващи жените в традиционните стереотипни роли
Lysonski (1983)	1974-1975; 1979-80/САЩ	Жените се изобразяват по-рядко като зависими от мъжете и все по-често като кариерно развиващи се жени
Ruggiero and Weston (1985)	1971-1980/ САЩ	Представяне на жените като отговорни и властни; като заемащи традиционни професии
Sexton and Haberman (1988)	1950-51; 1960-61; 1970-71/САЩ	Няма значителни промени в стереотипите на женските образи
Sullivan and O' Connor (1988)	1958-1983 САЩ	Зачестява представянето на жените в професионални роли и се увеличава представянето им като сексуален обект
Ferguson et al. (1990)	1973-1987/ САЩ	Жените все по-често се изобразяват като сексуални обекти
Wiles et al. (1995)	1990s/ Холандия, Швеция, САЩ	Жените се представят в декоративни роли в реклами в списания в Холандия и САЩ
Piron and Young (1996)	1986, 1989 и 1992/ Германия и САЩ	Жените се представят като домакини и в развлекателна обстановка
Kang (1997)	1979-1991/САЩ	Установени са малки промени в женския образ в рекламите. Все по-често се изобразява женско тяло
Lindner (2004)	1955-2002/САЩ	Няма съществени изменения в женския образ в рекламата.
Mager and Helgeson (2011)	1950-2000/ САЩ	Има напредък в традиционните и битови изображения, но жените все още се представят като зависими от мъжете. Представянето им като сексуален обект расте

Източник: Собствено обобщение на данни от проведеното изследване

На фона на тези изследвания се появяват и такива, които оспорват разпространението на женски стереотипни образи в рекламите на списания¹. Изглежда, че се случва промяна в типа на стереотипизирането, тъй като традиционните изображения на жени като домакини и в роли на зависимост, изглежда намаляват в полза на декоративните изображения². Мичъл и Тейлър в изследването си от 1990г. описват тенденция на намаляване на женските образи като домакини и сексуални обекти, но изображенията на жени в декоративни роли преобладават в рекламите на списания, ориентирани към жените. Изследване на Zotos и Lysonski от 1994г. в Гърция допълнително подкрепят тази тенденция, описвайки както значително намаляване на женския образ в ролята на домакиня, така и

¹ Wagner and Banos, 1973; Venkateshan and Losco, 1975; Lysonski, 1983; Klassen Jasper and Schwartz, 1993.

² Мичъл и Тейлър, 1990; Lysonski, 1994; Wiles, Wiles and Tjernlund, 1995; Piron and Young, 1996; Zotos and al. 1996; Lindner, 2004; Plakoyiannaki and Zotos, 2009.

като зависима от мъжа. А от друга страна, женските изображения в професионални роли рядко се популяризират и дори в случай, че се появят такива, жените са склонни да бъдат изобразявани в обслужваща роля, а не като предприемачи и професионалисти, вземащи важни решения.

Доказателствата относно изобразяването на жената като сексуален обект в реклами на списания са противоречиви. Венкатесан и Лоско през 1975 г. изследват ролята на жените в печатните реклами в САЩ за периода 1959-1971 г. и твърдят, че изобразяването на жените като сексуални обекти значително е намаляло от 1961 г. От друга страна, според Канг общото количество на сексизъм в рекламите на списания в САЩ остава същото от 1979 до 1991 г. В сравнително проучване на реклами в списания от 1983 г. и от 1958 и 1970 г., Съливан и О'Конър в изследване от 1988г. документират, че изображенията на жени в декоративни роли и като сексуални обекти са се увеличили с 60% между 1958 и 1983 г. Линднер през 2004г. доказва, че през периода от 1955 до 2002 г. жените са били по-често показвани като сексуални обекти или като заемащи пози на беззащитност и слабост. Mager and Helgeson, през 2011г. в доклад за рекламата в списания в Съединените щати през последните 50 години, обосновава, че ранните женски изображения, които поставят жените почти изцяло в ролята на домакини и неспособни да вземат важни решения, вече не съществуват.

По-голямата част от изследователските проучвания, проведени по отношение на стереотипните женски образи, прилагат количествен анализ на съдържанието, за да открият специфичните видове стереотипни изображения.

За настоящото изследване е използван вторичен анализ на съдържанието на предходните изследвания, придружен от собствени анализи и разсъждения по темата.

В изследването е избран като метод на изследване анализ на съдържанието, тъй като представлява „обобщаващ, количествен анализ на съобщенията, който разчита на научния метод, включително внимание към обективност/интерсубективност, априорен дизайн, надеждност, валидност, обобщаемост, повторяемост и тестване на хипотези“¹. Освен това анализът на съдържанието е подходящ за използване в конкретния контекст, тъй като представя на изследователите набор от полезни инструменти за изучаване на белезите за конкретизиране и кодиране на стереотипните женски образи. За изучаване на женските ролеви стереотипи се използват индикатори за кодиране, предложени и приети от многобройни изследвания в областта². Всичко това е представено в Таблица 2.

Таблица 2

Инструменти за кодиране: категории женски стереотипни роли

Категории	Описание
Жените в традиционни роли: 1. Зависимост 2. Домакини	- Зависима от защитата на мъжа; нуждаеща се от успокоение; неспособна да взема важни решения. - Мястото на жената е у дома; основната ѝ роля е да бъде добра съпруга; занимава се с домакинска работа.
Жените в декоративни роли: 3. Жени, интересувани се от физическата си привлекателност; 4. Жените като сексуален обект.	- Жените в търсене на красотата и физическата си привлекателност. - Полът е свързан с продукта; сексуалността е свързана с продукта.
Жените в нетрадиционни роли: 5. Жените в нетрадиционни дейности; 6. Кариерно ориентирани жени; 7. Гласът на авторитета; 8. Жената, представена като равна на мъжа; 9. Неутрални женски образи.	- Участващи в дейности извън дома (например голф, футбол); - Жената като професионалист; артист; - Жената като експерт; - Жената, представена като равна на мъжа.

Източник: Собствена интерпретация на база проведеното изследване

¹ Neuendorf 2002, p. 10.

² Belkaoui and Belkaoui 1976; Mitchell and Taylor 1990; Lysonski 1985; Zotos and Lysonski, 1994; Plakoyianaki and Zotos 2009.

4. Исторически контекст на проведените изследвания

Изследователските въпроси са обусловени от направения исторически анализ. Историческият анализ включва изследване на релевантни исторически факти, синтез и интерпретация. За анализ са избрани три исторически периода, първите двадесет години, средата на отминалия век и 90те години на 20-ти век. Тези периоди са избрани, тъй като предишни учени са ги определяли като различни епохи по отношение на социокултурните възгледи за жените. Десетилетието е избрано за анализ, защото помага на изследователя да разбере тенденциите в историческата епоха.

1. Началото на XX век: 1900-те и 1910-те

1.1. Исторически факти

Ерата започва с безпрецедентна индустриализация, бързо ускоряваща се икономика, три рецесийни периода, изгряваща средна класа и хаотичен преход от селските райони към претъпкания градски живот. В последните дни на този период обаче ветровете за икономически просперитет се ускоряват, сянката на войната намалява и стремежът към по-добър живот чрез продукти нараства. В началото на този период движението за изборително право на жените е в зародиш и традиционните възгледи за жените като „Поддържане на дома и огнището“ са широко разпространени. В края на периода обаче движението за изборително право на жените набира значителна скорост и се появява като обединяваща кауза. Активистите търсят диалог за подобряване на ролята на жените. В действителност, в последните дни на епохата се създават различни организации за насърчаване на правата на жените, като Националната женска партия от 1916 г. Има и широко обществено мнение, че правата на жените ще изядат маржовете на индустриална печалба, ако жените получават еднакви защити съгласно закона.

Традиционните представи за жените са доминиращи и диалектичното напрежение относно подходящата роля или образ на жената не предизвиква широк обществен културен дебат. Вместо това икономическите и политическите проблеми на нацията доминират в обществения дискурс. Бизнесът не иска да се противопостави на дългогодишните структурни възгледи и да „обижда“ потенциалните потребители с идеи, които противоречат на масовите стереотипи. Всички тези фактори взаимно се комбинират, за да създадат среда, доминирана от традиционните представи за жените. Тази епохална тенденция обаче търпи обрат в края на периода, тъй като идеите на феминистките от Първата вълна придобиват все по-широко разпространение чрез своите национални организации и законодателни успехи.

1.2. Анализ

Анализът на рекламите показва, че има промяна в изображенията на женското тяло в края на изследвания период, в сравнение с началото (Фиг. 1). Това не е изненадващо, тъй като рекламодателите предпочитат да се справят с тревогите на времето, като помагат на потребителите да намерят смисъла чрез продукти с традиционни изображения. Броят на нововъзникващите женски роли е много по-голям през последните дни на изследвания период, в сравнение с началото му (Фиг. 2). Анализът показва, че рекламодателите се стремят да запазят /поддържат широко разпространените традиционни женски образи, подкрепени с културно възприети представи. Тези традиционни гледни точки се фокусират върху женските образи в ролята на домакини, поддържащи дома и огнището по време на война и поствоенния период.



Източник: Spears, N. & Amos, C. 2014

Фигура 1. Процент на експозиция на женското тяло в печатни реклами през 20 век

2. Средата на XX век: 1920–1960

2.1. Исторически факти

Първият от епохата е един от най-проспериращите периоди на века. По същия начин, последните години от ерата са тези на икономически просперитет, стабилност и потребителски разходи. Годишите между тях се отличават с Голямата депресия през 30-те години и Втората световна война през първата част на 40-те години. Нацията бавно започва да се оттегля от кризата в края на 30-те години. Американската нация се радва на мир, нарастването на търсенето, доходи и просперитет през втората част на 40-те години. Десетилетието от 50-те години е период, в който САЩ са икономически просперираща държава.

В началото на периода се обособява нов женски образ – този на новата жена на поп културата. Тази нова жена иска да се забавлява с накъсаната си коса, тя е бунтар, пуши цигари и не се страхува да протестира, когато не е съгласна с нещо¹. Холивуд изобразява тези съвременни образи, използвайки секс символи като Клара Боу. Някои неща остават непроменени през цялата епоха и се запазва убеждението, че поддържането на дома и огнището е най-важната роля на жената.

Историческите факти показват, че безработицата е много висока за мъжете по време на Голямата депресия и обществото поддържа тезата, че жените трябва да подкрепят мъжете си, докато търсят работа, за да издържат семействата си.



Източник: Spears, N. & Amos, C. 2014

Фигура 2. Традиционни и възникващи изображения на женски образи в печатната реклама през XX век

2.2. Анализ

Контекстът на безпрецедентните икономически сътресения през 30-те години на 20-ти век е основният фактор в доминиращите разговори с традиционна тематика за ролята на жените в обществото. Историческите доказателства сочат, че Втората световна война е доминиращият причинен фактор в социалния дискурс за възникващата роля на жените през първата половина на 40-те години. По-нататъшният анализ на изследването обаче разкрива, че отключващата причина за тези възникващи идеи е необходимостта жените да подкрепят военните усилия като Роузи Риветър или да заемат по-доминираща роля у дома, докато мъжете воюват. В по-късната част на 40-те години на миналия век, една ускоряваща се икономика, мир и широко разпространено убеждение, че жените трябва да се върнат към традиционните роли „Поддържане на дома и огнището“ и да позволят на мъжете, които се завръщат, да възстановят своите роли на хляб, всички се комбинират, за да създадат среда, в която социалният дискурс отново се фокусира върху традиционните женски образи. Но възникващите възгледи, подобни на тези от 20-те години, едновременно дават глас на нови идеи за жените в свободното време, празнуването и забавлението след войната. Две допълнителни исторически обяснения дават представа за тези възникващи образи – от една страна, поп културата и Холивуд, и второ, нацията като цяло е готова да празнува живота след войната и да приеме за-

¹ Meyer, 2004, стр. 182.

бавлението, свободното време и задържаното търсене. През 50-те години икономическата стабилност, широкото обществено съответствие, възходът на традиционните семейни ценности и нововъзникващото движение, основано на несъответствие и културен бунт, се комбинират, за да създадат променящ се културен климат.

Броят на женските изображения, показващи голяма част от тялото, търпи рязка промяна (вж. Фиг. 1). В началото на периода 6% от изображенията показват $\geq 50\%$ от женското тяло, в сравнение с 45% в края на ерата. Това откритие не е изненадващо в светлината на дълбоките структурни промени, които текат в социалните дискурси за външния вид на женското тяло. Изследването показва, че процентите на традиционните и възникващите изображения в края на ерата не са твърде различни от тези в началото ѝ (вж. Фиг. 2). През 20-те години нарастващият брой на населението все повече възприема възникващите женски идеи и образи на поп културата и Холивуд. През 1920 г. 6% от изображенията показват $\geq 50\%$ от женското тяло, в сравнение с 59% през 1927 г. Нововъзникващата култура изобразява женски рекламни образи, които признават поп културата и новата жена. Тази стратегия зависи от поемането на творчески риск в ерата на ускоряващия се просперитет и потребителските разходи, тъй като рекламата става мощна сила в ежедневието на масите. По същия начин рекламната стратегия отразява готовността в проспериращите времена да прокара нови гледни точки в момент на ескалиращо, но все още не широко социално приемане на тези нововъзникващи гледни точки.

Голямата Депресия следва период на възникващи социални разговори за жените. 68% от изображенията са традиционни през 1930 г., в сравнение със 17% през 1927 г. През 1930 г. 39% от женските изображения показват 50% от тялото, в сравнение с 79% към 1937 г. Данните разкриват увеличаване на възникващите женски роли в рекламите и намаляване на експозицията на женското тяло през първата половина на 40-те години. През 30-те години грижата означава грижа за дома и огнището в традиционни роли, докато през 40-те години грижата означава подкрепа на военните усилия във фабрики и у дома. Анализът показва, че през 1940 г. 35% от изображенията на жените в реклами са традиционни, в сравнение с 49% през 1947 г. Жените са изобразени едновременно с нови нетрадиционни изображения след войната, когато те се връщат към предишните традиционни роли, показвайки повече от тялото си в забавление – получени социални условия за отход, в които семейството и приятелите се радват на живота след войната (35% показват $\geq 50\%$ от женското тяло през 1940 г., в сравнение с 41% през 1947 г.).

3. Втората половина на XX век: 1960–2000

3.1. Исторически факти

Самото начало и краят на тази ера споделят много общо, тъй като и двете са относително проспериращи и мирни. 60-те години са икономически проспериращи, но стават все по-нестабилни през цялото десетилетие с непопулярната война във Виетнам. 70-те години са бурна ера по отношение на икономиката и продължение на непопулярната виетнамска война. Въпреки че има кратки рецесионни периоди в началото на 80-те и 90-те години и кратка война в началото на 90-те години, последните две десетилетия са икономически проспериращи и политически стабилни. Жените в тази епоха изпитват напрежение, произтичащо от сблъсъка между „Поддържане на дома и огнището“ и възникващите възгледи на онези, които търсят освобождение. Това, което е сигурно обаче, е, че традиционните идеи са в преход.

Феминистките от Втората вълна създават редица гледни точки за ролята и образа на жените, някои от които са по-екстремни от други. Всъщност в манифеста на радикалните феминистки се казва, че „потисничеството на жените се проявява в брак, майчинство, любов“¹. Движението и симпатизантите подчертават способностите на жените и все повече оказват влияние върху обществото. В резултат на това за жените се отварят много нови врати на икономически и политически възможности за работа.

3.2. Анализ

През 70-те години икономическите и политическите кризи са доминиращите контекстуални фактори, които водят до засилване на сигурността, предоставена от традиционните гледни точки. В допълнение, още два контекстуални фактора оказват влияние върху разбиранията на обществото за ролята на жената: първо, сексуално-културният бунт отслабва, тъй като младежите в челните редици на това движение се женят, раждат деца и се преместват в работната сила в страдащата икономика.; и второ, социалните виждания на феминистките все още не са широко възприети от масите.

¹ Koedt et al., 1973, стр. 379, 381.

През 80-те/90-те години на миналия век общият икономически просперитет и мир, както и засиленото приемане на идеите на феминистките се преплитат, за да се създаде среда, която е податлива на нововъзникващи възгледи.

Анализът показва, че процентът на изображенията, разкриващи малка/голяма част от женското тяло, е почти същият в края на ерата в сравнение с началото (вж. Фиг. 1). Промените в тези образи са по-често резултат от временни, непостоянни контекстуални фактори, като икономическите кризи от 70-те или рецесията в началото на 90-те години.

Рекламните стратегии през 70-те години на миналия век приличат на използваните по време на Голямата депресия. Социално-културното напрежение от предишното десетилетие е отминало и жените се изобразяват в традиционни женски рекламни роли – домакини, грижещи се за дома и семейството. През последните две десетилетия женският образ включва представяне на идеите за свободната, независима жена. Рекламите представят женски образи все по-често в нови роли, като например нови професии и делегиране на авторитет в нови работни роли. Допълнителните изображения представят жените като чувствени или като секси, независими изтънчени лица.

Изследването на Ahmed и Janice Belkaoui потвърждава съществуващите стереотипни женски образи, като в анализа са включени само рекламни изображения, в които жената е показана като доминираща. В доминираща роля се приема женски образ, заемащ повече рекламно пространство, отколкото другите женски изображения. Традиционната роля и степента на експозиция на женското тяло са кодирани¹ като традиционни, ако жената е изобразена в една или повече от следните роли: (1) традиционна домакиня, ангажирана с дейности като готвене, почистване, поддържане на дома или грижи за децата и съпруга; (2) показана във второстепенна, съвместима или безпомощна роля; (3) показана, че нещата са ѝ обяснени от мъж, който е изобразен като авторитет; (4) показани по традиционен начин, но с по-видна роля въкъщи или на работа; и (5) показан като „тип момиче в съседство.“ Ролята на жената е кодирана като възникваща, ако тя е изобразена по един от следните начини: (1) като еднакво споделяне или доминиране в дейностите/решенията с мъжа; (2) показана в оскъдно и предизвикателно облекло; (3) изобразява се самостоятелно и в независим контекст, като вземане на решения за самостоятелна покупка; и (4) показана като привиден ръководител на работното място или в равен работен статус с мъж. Изследователите кодират ролята, която смятат за най-доминираща, тъй като е възможно елемент от всяка роля да се появи в рекламите.

Измерването на експозицията на тялото има за цел да установи до каква степен тялото може да се види в рекламата, независимо от тематичното съдържание. Експозицията на тялото е процентът на голота от цялото тяло, измерен по следния начин: (1) < 50% от тялото е необлечено; (2) около 50% или > 50% от тялото е облечено. Тази променлива се измерва за всяка реклама, когато изследователите могат обективно да определят каква част от тялото е показана. Например, някои реклами не са кодирани, тъй като показват само главата. Общо за тази променлива са кодирани 1170 реклами. Коефициентът на надеждност на Pettigault and Leigh (1989) за набора от практики е 93% до 100%. В основното проучване са анализирани общо 1407 реклами. Коефициентът на надеждност варира от 96% до 100%.

5. Дискусия

Откритията показват, че традиционните женски в печатните реклами са относително последователни по своето тематично съдържание през XX век. Една от причините е в това, че традиционните роли на жените са тясно обвързани с биологически оформени идеи за майчинството, възпитанието, безопасността и комфорта, които са по-привлекателни по време на социални бедствия. Възникващите женски роли разкриват повече вариации. Откритията сочат, че по време на сравнително по-проспериращите, мирни епохи е очевиден по-широк спектър от различни гледни точки и съответно женски рекламни образи. И накрая, изводите от изследването сочат, че когато една социално-историческа ера преминава в друга, процесите на сублимация диференцирано улавят ветровете на промяната, в зависимост от съпътстващата социално-историческа среда. Интересното е, че новопопоявящите се женски образи в края на периодите на национални кризи са склонни постепенно да се увеличават. За сравнение традиционните образи на жени по-рязко се появяват в началото на икономическа или политическа криза и по-рязко отстъпват, когато кризата намалява.

¹ Bristor & Fischer, 1993; Fredrickson & Робъртс, 1997; Reichert et al., 2007.

Таблица 3

Резюме на изводите

Война и икономически кризи, широко разпространени стереотипи на женската роля/образ	→	Широк консенсус относно традиционните възгледи за жените и икономическите/политическите сътресения създават среда, благоприятстваща традиционните идеи и възпрепятстващи възникващите.	→	*1900/1910 г.– Жената като домакиня и зависима от мъжа
Голямата депресия, широко разпространени стереотипи за женската роля	→	Широк консенсус, че жените не трябва да пречат на мъжете да работят, за да изхранват семейството си.	→	*1930 г. – Традиционни възгледи за ролята на жената.
Втората световна война.	→	Война, разбиране, че жените трябва да поемат нови роли, за да подпомогнат нацията.	→	*Началото на 1940 г. – Широк консенсус относно нововъзникващите женски роли по време на война
Война във Виетнам, икономическа криза.	→	Исторически сътресения и разбирането, че жените не трябва да пречат на мъжете да работят, за да изхранват семейството си.	→	*1970 г. – Връщане към традиционните възгледи за ролята на жената.
Мир и икономически просперитет.	→	Възникват нови идеи за ролята на жената в обществото и съответно изобразяването на жената в рекламата се променя.	→	*1980/1990 г. – Възникват нови женски образи – жената като независима и като сексуален обект

Източник: Собствена интерпретация на база проведеното изследване

6. Изводи

Откритията подкрепят идеята, че националният климат влияе на женските рекламни изображения, които подкрепят широкия консенсус в опит да се запази стабилността и да се търси сигурността по време на криза. В такива моменти резултатите показват, че рекламодателите се въздържат да предизвикват националното настроение и потенциално да създават напрежение. И накрая, настоящото проучване насърчава изследователите да проучат по-нататък интригуващите взаимоотношения между културните взаимовръзки, социалното обучение и диалектичката логика в различни потребителски контексти.

Системата за кодиране важи ли и днес?

Днес онлайн рекламата се стереотипните категории за кодиране са разработени преди няколко десетилетия, може да се очаква значителен скептицизъм относно тяхната валидност в настоящия, по-сложен и плавен социално-икономически контекст. Появата на интернет, който постави нови основи в маркетинга чрез въвеждането на нови платформи и използва прекомерно и подобно на печатната реклама, разчита на визуални изображения, за да предаде послания на аудиторията. Следователно, приложимостта на схемата за кодиране в онлайн рекламата е интересна област, в която липсата на академични изследвания е очевидна. Първа стъпка за запълване на тази празнина е направена от Plakoyiannaki et al. през 2008г., който използва инструмента за анализ на съдържанието за 600 онлайн реклами, събрани от уеб страници с голям трафик. Направените изводи показват изобразяването на жени главно в традиционни и декоративни роли. От друга страна, е отбелязан известен напредък в използването на женски образи в нетрадиционни роли. Следователно конкретното проучване предполага, че приложимостта на схемата за кодиране може да се разшири от сферата на печатната реклама и във виртуалния контекст.

Културното, философското, социалното и научното движение на постмодернизма, което преобладава в днешното общество, има важни последици и за маркетинговата практика. Белег на постмодернизма е размиването на границите и отхвърлянето на абсолютните истини¹. Критичните ас-

¹ Bouchet 1994, p. 405.

пекти на постмодернизма като фрагментация, децентриране на обекта и съпоставяне на противоположностите осигуряват специфичен аналитичен поглед, с който да се изследва съвременната реклама. Кодирането на фрагментирани части на тялото със съществуващите категории за кодиране е проблематично, тъй като приемането на ясно обособени стереотипни женски образи по този начин се оказва изключително спорно. По същия начин децентрирането на субекта предполага, че хората изпитват липса на единна ориентация и се движат между различни роли и характери. Следователно рекламните изображения отразяват размиване на различни роли и стереотипи, създавайки предизвикателства пред системата за кодиране. И накрая, съпоставянето на противоположностите, едновременното съвместно съществуване на контрастирани и диференцирани полюсни роли, предполага, че рекламният образ може да показва женски стереотипи в различни роли, създаващи сериозни проблеми в анализа на съдържанието, която изисква идентифицирането на един доминиращ стереотип за реклама. Въпреки това, неотдавнашни проучвания, прилагащи съществуващия инструмент за кодиране (напр. Plakoyiannaki и Zotos 2009; Tsihla и Zotos, 2013a, b), дават резултати, които могат да бъдат интерпретирани от постмодерна гледна точка: забележителният възход на женските декоративни изображения е показателен за постмодерното общество и издига на пиедестал образи, подтиквайки потребителите непрекъснато да се грижат за външния си вид и да изразяват своята идентичност чрез консумация.

7. Нови насоки за изследване

Изследователските пътища за разглеждане на темата за стереотипните женски образи в печатна реклама са много, и те със сигурност ще обогатят съществуващите знания по темата. Противоречивите доказателства относно някои от стереотипите на образа на жената в рекламата поставят необходимостта от по-нататъшни изследвания по темата.

Въпреки че схемата за кодиране на женски ролеви изображения улеснява провеждането на последващи проучвания, нейното усъвършенстване с оглед на това да се обособи ефективно улавяне на аспекти, свързани с постмодерната реклама, е обещаваща посока, която може да вдъхне нов живот на изследването на женските стереотипни образи. Възможно е откриването на нови категории за кодиране, които да отчитат нови ролеви модели. За да се гарантира, че постмодерните рекламни изображения могат да бъдат точно кодирани чрез анализ на съдържанието, вниманието трябва да бъде насочено към класификацията на фрагментирани части на тялото спрямо цели изображения. Такава схема на кодиране може да подчертае изясняването на смесени модели на ролеви изображения. И накрая, половите стереотипи могат да се предадат съвсем неявно, като се използват фини подсказки като позиция на тялото, използване на ръце и мимики. Ървинг Гофман (1979) разработва кодиращи категории, които улавят подобни сигнали, и работата му стимулира значителен поток от изследвания. Бъдещите проучвания могат да се съсредоточат върху комбинацията от схемата за кодиране на женски ролеви изображения с категориите на Гофман, които да разкрият дали използването на непряко стереотипиране се различава в традиционните, декоративни, професионални или неутрални женски изображения.

Заклучение

До появата на критики, насочени към средствата за масова информация от феминистки, рекламните непрекъснато погрешно тълкуваха целия набор от женски дейности. Сравнението на рекламите от 1958 г. с тези от 1970 г. и 1972 г. предполага, че някои от стандартите за очаквано поведение, преобладаващи през 1958 г., са останали като стереотипи от настоящото десетилетие. Резултатите също така показват, че рекламите не са в крак с времето при изобразяването на жени в голямото разнообразие от роли, които те играят в днешния свят. Рекламоделите правят сериозна грешка, като преценяват въздействието на икономически „освободените“ потребители. Положението на жените се подобри неимоверно през последните 30 години. Средствата за масово осведомяване, изразени чрез реклами, не са адекватно съответствали на тази проява на социална промяна и, с малки изключения, са склонни да изобразяват жени в нереални условия и в недостатъчно представителни числа. Надяваме се, че тази ситуация ще бъде коригирана през следващите няколко години, тъй като все повече жени започват кариера в комуникационната индустрия и се включват поинтимно в подготовката на медийно съдържание и съобщения

Използвана литература

1. Anschutz, D.J., Strien, T.V., Becker, E.S. & Engels, R.C.M.E. 2011, „Nothing compares to you: The influence of body size of models in print advertising and body comparison processes on women's body image“ in *Body Image: Perceptions, Interpretations and Attitudes*, pp. 189-201.
2. Belkaoui, A., Belkaoui, J., 1976, „A Comparative Analysis of the Roles Portrayed by Women in Print Advertisements: 1958, 1970, 1972“, *Journal of Marketing Research* Vol. XIII (May 1976), 168-72
3. Crymble, S.B. 2012, „Contradiction sells: Feminine complexity and gender identity dissonance in magazine advertising“, *Journal of Communication Inquiry*, vol. 36, no. 1, pp. 62-84.
4. Goffman, E. (1979). *Gender advertisements*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
5. Halliwell, E., Malson, H. & Tischner, I. 2010, „Are contemporary media images which seem to display women as sexually empowered actually harmful to women?“, *Psychology of Women Quarterly*, vol. 35, no. 1, pp. 38-45.
6. Kang, M. (1997). The portrayals of women's images in magazine advertisements: Goffman's gender analysis revisited. *Sex Roles*, 37, 979-997.
7. Spears, N. & Amos, C. 2014, „Twentieth century female ad images: Cultural interconnections, social learning, and the dialectical logic of advertising“, *Journal of Business Research*, vol. 67, no. 4, pp. 441-448.
8. Wolf, N. (1991). *The Beauty Myth*. London: Vintage.
9. Zotos, Y. C., Tsihla, E., 2014, „Female Stereotypes in Print Advertising: A Retrospective Analysis
10. Zotos, Y.C., & Lysonski, S. (1994). Gender representations: The case of Greek magazine advertisements. *Journal of Euromarketing*, 3, 27-47.
11. Zotos, Y.C., Lysonski, S., & Cirilli, N. (1996). Gender portrayals in print Italian advertisements. *Proceedings of the 25th Annual Conference of the European Marketing Academy, Budapest, Vol. II*, 1313-1324.

Рецензент: гл. ас. д-р Ралица Велева

РАЗВИТИЕ НА ДЕТСКИЯ ПАЗАР И НА ДЕЦАТА КАТО ПОТРЕБИТЕЛИ

Снежана Върбова
докторант в катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“, УНСС

svarbova@abv.bg

Резюме: Концепцията за децата като потребители се появява след Втората световна война. Постепенно започват да се разглежда като обособен потребителски сегмент, включващ децата като настоящи потребители, като бъдещи потребители и като инфлуенсъри, с нарастващи покупателна сила, брой и влияние. Целта на настоящия доклад е да се разгледа както развитието на детския пазар в историческа перспектива и от гл.т. на обществените промени, така и процесът на потребителска социализация, свързан с формирането на децата като потребители.

Ключови думи: деца, детски пазар, потребителска социализация, когнитивно развитие, социално развитие.

THE DEVELOPMENT OF CHILDREN'S MARKET AND CHILDREN INTO CONSUMERS

Snezhana Dimitrova Varbova

Abstract: The concept of children as consumers emerged after World War II. Gradually, this group began to be seen as a separate consumer segment, including children as current consumers, as future consumers and as influencers, with increasing purchasing power, number and influence. The purpose of this report is to examine both the development of the children's segment in a historical perspective and in terms of social change, and the process of consumer socialization related to the formation of children as consumers.

Key words: children, children as customers, consumer socialization, cognitive development, social development.

Въведение

Признаването на децата като потребители се случва през 60-те години на 20 век – с разширяване обхвата на проучванията, като се включват разбирането на детския пазар и функционирането на търговията (McNeal, 1992), влиянието на децата върху родителите им при вземане на решения за покупки (Berey and Pollay, 1968) и относителното влияние на самите родители и връстници върху моделите на потребление (Cateora, 1963). Концепцията за потребителската социализация се появява през 70-те години на 20 в., като тя се отнася до процеса, при който младите хора придобиват умения, знания и отношение, свързани с тяхното функциониране като потребители (Ward, 1974: 2). Това широко определение предполага интердисциплинарен подход, включващ социалната и културната среда, езиковите умения, психологическото и емоционалното развитие. В този доклад се разглежда както появата и формирането на детския пазар, така и ролята на когнитивното и социалното развитие в процеса на потребителската им социализация.

1. Развитие на детския пазар

За да бъдат децата възприемани като потребители от гл. т. на маркетолозите, е необходимо да са налице нужда, потребност, пари, с които да разполагат, и достатъчен брой деца, за да бъдат оправдани маркетинговите усилия (McNeal, 1992).

В САЩ периодът непосредствено след Втората световна война, т.нар. бейби бум, е известен с високата си раждаемост. В края на 60-те години на 20 в. американските деца харчат годишно над 2 млрд. щ.д. лични пари (McNeal, 1992) и привличат вниманието на бизнеса.

През 70-те години на 20 в. децата се утвърждават като потребители. Тогава те получават признанието от маркетолозите като самостоятелни потребители и като оказващи въздействие върху потреблението в семейството си (McNeal, 1992). Родителите работят и печелят повече, в сравнение с преди, и децата получават повече джобни пари от тях (McNeal, 1992). През този период филмовата индустрия генерира значителни допълнителни печалби, свързани с продукти, базирани на филми. Филми като „Челюсти“ (1975) и „Междузвездни войни“ (1977) са първите примери за касови хитове, които също така представят цяла гама странични, свързани с филма, продукти (Lev, 2000).

Академичната общност регулярно прави проучвания, свързани с децата като потребители, и публикува резултатите от тях.

През 80-те години на 20 в. те се утвърждават като потребители наравно с възрастните. През това десетилетие се разширява обхватът на медийните средства. В САЩ се появяват детски телевизионни канали (Nickelodeon), радиостанции (Kids Choice Broadcasting Network), нови списания (Sports Illustrated for Kids) (McNeal, 1992). Компаниите осъзнават финансовите възможности и влиянието, които децата имат и бизнесът с детски стоки се разраства до размерите на многомилиардна индустрия (McNeal, 1992). Производителите разбират, че децата често са водещи при вземането на семейни решения и през 1989 г. компаниите в САЩ отделят 600 млн. щ.д. за маркетинг, насочен към деца (McNeal, 1992).

През 90-те години на 20 в. разходите за маркетингови дейности, насочени към деца, се увеличават, като от 1992 г. до 1997 г. те се удвояват (Linn, 2005).

В днешно време рекламата и маркетинговите дейности са част от ежедневието на децата. Въпреки че продуктите, предлагани на децата, са почти същите, покупателната им способност се е увеличила експоненциално с течение на времето. Тъй като децата и младежите са едни от най-големите медийни потребители и бързо възприемащи новите технологии, рекламните и маркетинговите кампании, използващи както телевизия, така и по-нови медии, бързо и ефективно стигат до тях (Roberts D., Foehr U., and Rideout V., 2005). През 2004 г. в САЩ общите разходи за маркетинг, насочен към деца, се изчисляват на около 15 млрд. щ.д. (Schor, 2004). Компаниите прилагат и интегрирани маркетингови стратегии, като използват и герои от филми, за да привлекат в различните медийни платформи вниманието на аудиторията (Kelly K., 2004).

Следните обществени промени, настъпили през последните 40 години, допринасят за новата роля и присъствие, което децата имат в качеството им на потребители:

- По-малък брой деца в семейството, което води до стремежа децата да имат повече и да харчат повече (McNeal, 1992).

- По-голям брой на домакинства с един родител, поради увеличаващите се самотни майки и разводи. В тези семейства децата поемат част от ангажиментите, свързани с потреблението (McNeal, 1992).

- Отлагане появата на дете в семейството, заради професионалната кариера на двамата родители. Това осигурява по-големи финансови възможности и при появата на детето и достигането му на определена възраст, родителите са по-склонни да удовлетворят желанията му (McNeal, 1992).

- Двама работещи родители. Работещите родители се опитват да компенсират недостатъчното време, прекарано с децата, като им купуват повече и им дават повече пари. Децата получават повече домакински задачи и от ранна възраст влизат в ролята на купувачи (McNeal, 1992).

Резултатът от промените и новите роли, които децата поемат, са по-уверени, разполагащи със свои пари и знаещи повече за пазара, деца (McNeal, 1992).

Подемът на детския пазар може да бъде разгледан в контекста на трите им основни роли от гл.т. на бизнеса – децата като бъдещи потребители, като настоящи потребители и като инфлуенсъри.

2. Децата като бъдещи потребители

Пренебрегването на децата като важен сегмент днес може да доведе до бъдещи загуби, защото „днешните деца са бъдещите клиенти“ (Othman et al. 2013), а всеки търговец, производител, търговски център или магазин в него, е загрижен за същността и източника на бъдещите си клиенти (McNeal, 1992). Всички деца, и настоящи потребители, и инфлуенсъри, са бъдещи потребители. Поради тази причина тази тяхна роля е по-важна от ролята им на настоящи потребители и инфлуенсъри (McNeal, 1992).

Децата от ранна възраст имат досег с различни продукти и марки. Проучванията показват, че познаването на марките се развива рано – преди децата да са навършили 10 години (Philips, 2000), а на 2-3 годишна възраст те могат да разпознават в магазина познати опаковки и образи (Haynes, 1993). Съвременните деца търсят контакт с марките от ранна възраст, те имат понятие за тях в такава степен, в каквата са имали преди време децата, навършили 16-години (Pillot de Chenecey, 1999).

Лоялността и доверието към марката се развиват рано, като целта на рекламодателите е не само децата да се запознаят с продукта, но и да направят така, че марката да остане в съзнанието на децата и да расте заедно с тях (Rosenstiel, 1982). С лоялността от ранна възраст се свързва и маркетингът „от люлка до гроб“ – предпочитанията, появили се в детството, могат да проправят пътя на взаимоотношения между потребител и марка, които траят цял живот (McAlister, 2007). Децата, за

които компанията се грижи добре, на по-късен етап могат да бъдат източник на нови клиенти, които са много по-лоялни, в сравнение с тези, които са привлечени от конкурентите чрез различни стратегии (McNeal, 1992). Пример за изграждане на трайни взаимоотношения между потребител и компания е McDonald's. Децата, нейните най-малки клиенти, „са склонни да бъдат лоялни към нея, често за цял живот“ (McNeal, 1992).

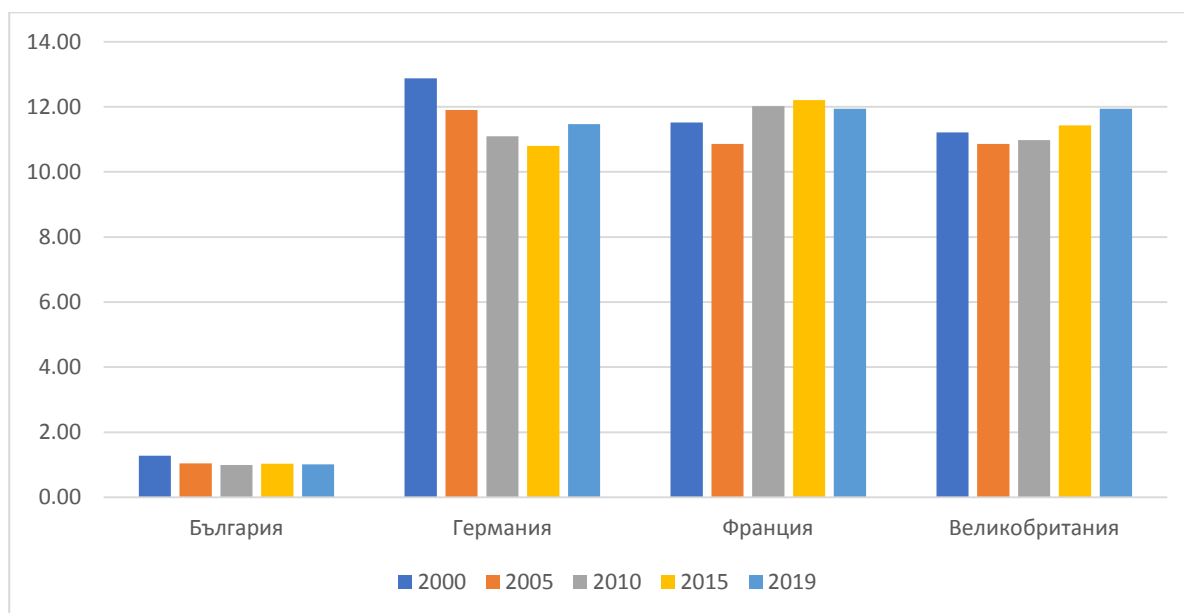
Децата все по-силно се свързват с марките, особено с международно известните, и те често се използват като средство за себеизява и себеизразяване. Поради тази причина голям брой големи компании залагат на тази връзка, за да си гарантират, че младите хора ще останат лоялни и през следващите години.

3. Децата като настоящи потребители

Децата като настоящи потребители са потребители със своите права, с увеличаващи доходи и с възможности да купуват определени продукти (McNeal, 1992).

Въпросът за децата като настоящи потребители изисква да се разгледат и анализират общият брой на децата, източниците на доходи, сумите, с които те разполагат и сумите, които харчат и за какво ги харчат.

По данни на Световната банка към 2019 г. броят на децата от 0 до 14 г. в света е 1,967 млрд.д.¹ Това възлиза на 25,4 % от общото население на света². Децата между 0 и 14 г. в Северна Америка, Европа и Централна Азия са 18 % от населението, в Близкия Изток и Северна Африка – 30 %, в Южна Америка и Карибския басейн – 24 %, Африка (страните на юг от Сахара) – 42 %³ и е налице тенденция на намаляване на техния брой в някои страни и нарастване им в света като цяло. Фигури 1, 2 и 3 показват как се променя броят на децата от 0 до 14 г. в САЩ, Китай, Япония, Великобритания, Германия, Франция и България от 2000 г. до 2019 г.



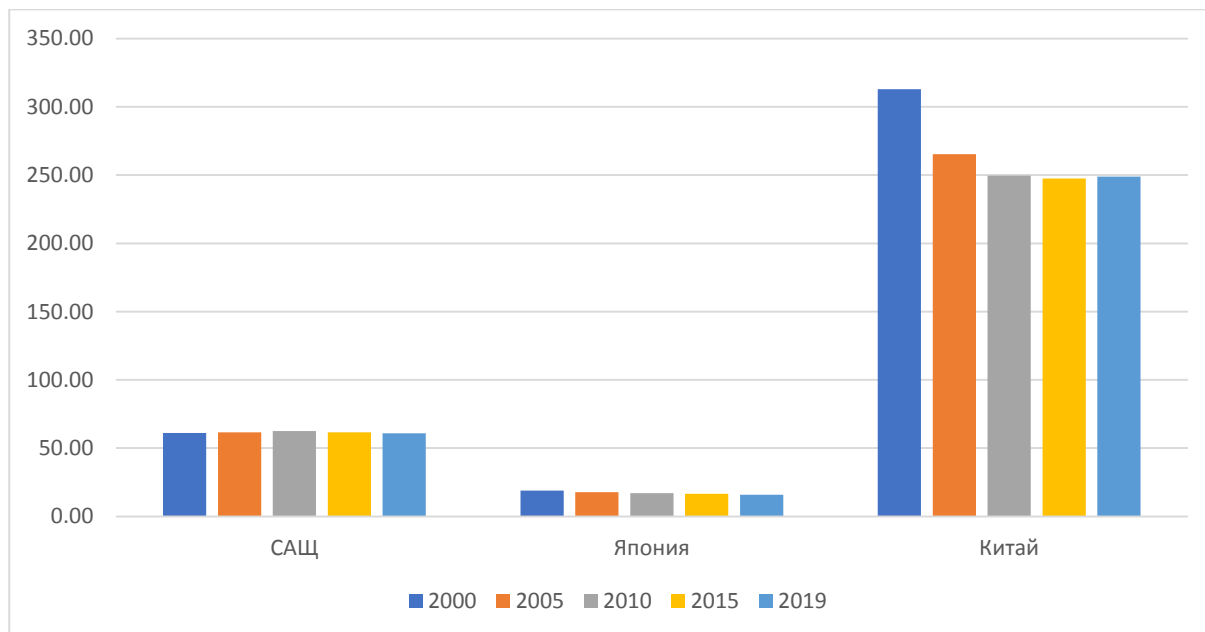
Източник: (Population ages 0-14, total | Data (worldbank.org))

Фигура 1. Брой на децата в България, Германия, Франция и Великобритания през 2000 г., 2005 г., 2010 г., 2019 г., млн. д.

¹ Population ages 0-14, total | Data (worldbank.org))

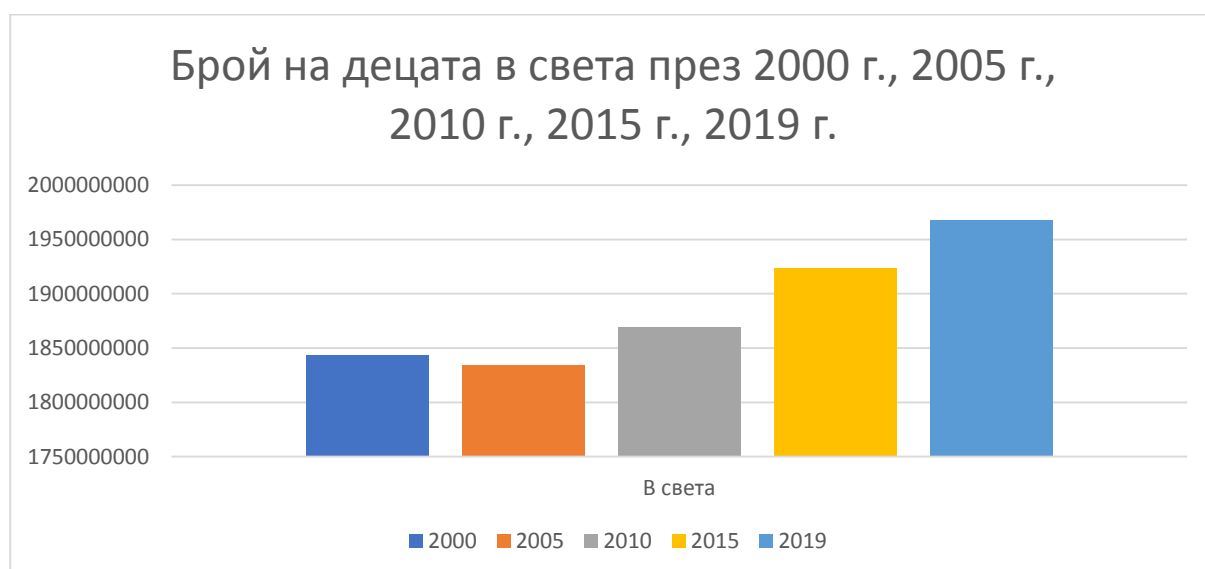
² <https://www.unfpa.org/data/world-population-dashboard>

³ Population ages 0-14, total | Data (worldbank.org))



Източник: (Population ages 0-14, total | Data (worldbank.org))

Фигура 2. Брой на децата в САЩ, Япония и Китай през 2000 г., 2005 г., 2010 г., 2015 г., 2019 г., млн. д.



Източник: (Population ages 0-14, total | Data (worldbank.org))
Population ages 0-14, total | Data (worldbank.org)

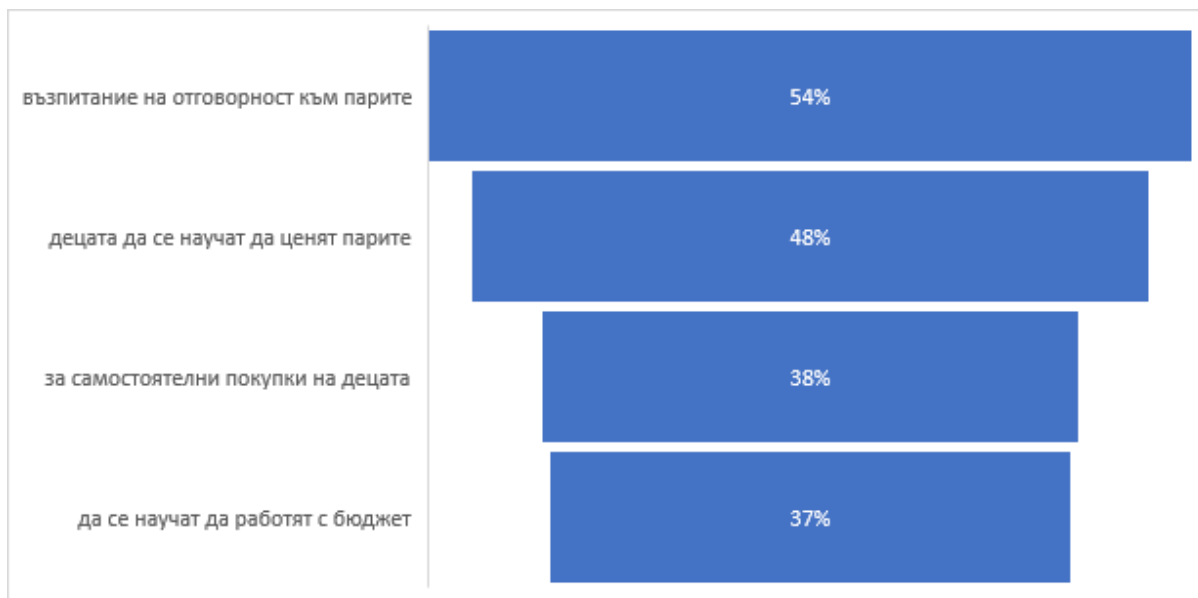
Фигура 3. Брой на децата в света през 2000 г., 2005 г., 2010 г., 2015 г., 2019 г.

Следващата стъпка при разглеждането на децата като настоящи потребител е анализът на източниците на доходи им и покупателната им сила.

Основният източник на доходи на децата са джобните пари, които те получават от родителите си, като това започва от 4-годишна възраст (McNeal, 1992). Практиката да се дават джобни пари е най-ефективна, когато е съчетана с дискусии по финансови въпроси в семейството (Lassarre, D., 1996). Със сумите, които децата получават, на практика им се предоставя свободата да правят каквото пожелаят (Bradford, 2014) – да харчат пари, да ги управляват, да спестяват или да ги използват за социални активности (Buccioli and Veronesi, 2014). Очакванията са, че чрез опита тази свобода ще формира финансови умения (Scott and Lewis, 2000).

През 2014 г., в 13 европейски страни, сред 12 403 участника, ИНГ ГРУП провежда проучване, свързано с джобните пари, които децата получават. Основните причини, посочени от родителите,

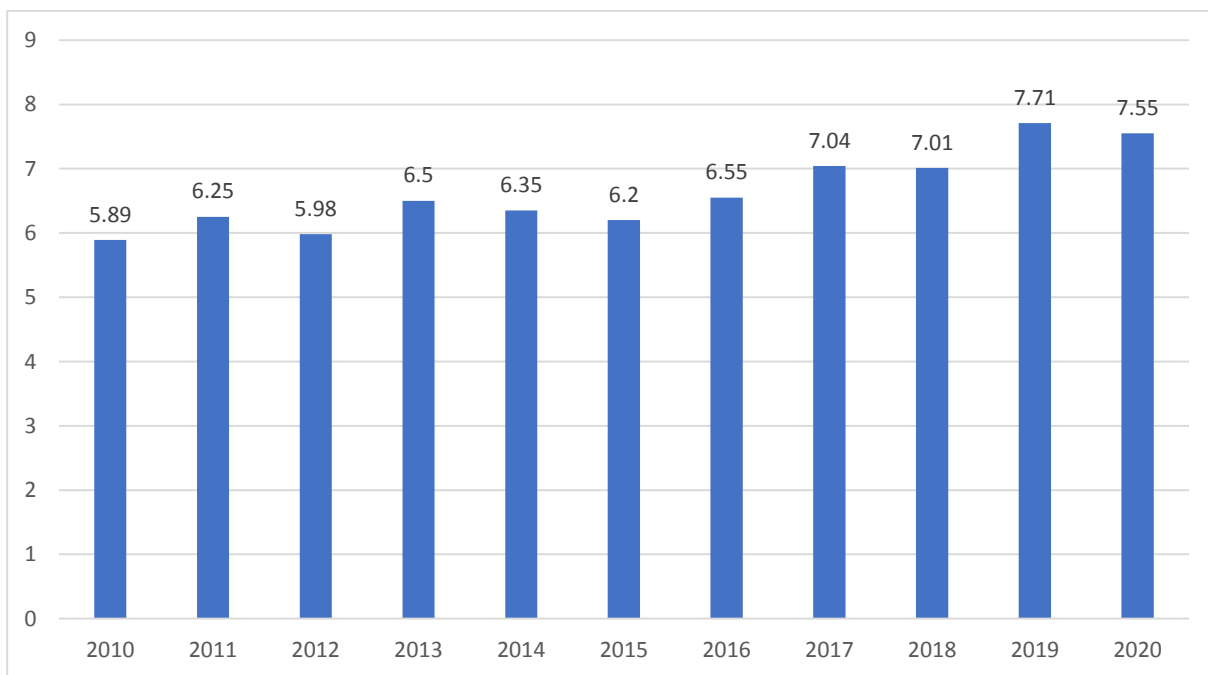
поради които те предоставят пари на децата си, са свързани с придобиване на умения и навици за работа с пари. Във фигура 4 са обобщени резултатите от изследването.



Източник: (ING, <https://think.ing.com/reports/special-report-pocket-money-2014/>)

Фигура 4. Причини, поради които родителите предоставят джобни пари на децата си

Във Великобритания от 2010 г. до 2019 г. има близо 24 %-но увеличение на сумите, които децата получават от родителите си (вж фигура 5).



Източник: (<https://www.statista.com/statistics/328772/average-amount-of-weekly-pocket-money-in-the-united-kingdom-uk/>)

Фигура 5. Седмични джобни пари, получавани от децата във Великобритания за периода 2010 – 2020 г.

Личните пари, с които децата в САЩ разполагат, имат различни източници. Най-голям е дялът на получаваните от родителите джобни пари – 58 %, следван от сумата, получена за свършена работа в дома – 15 %, 12 % – от почасова работа извън къщи, 5 % – получени като подарък за специални случаи от други хора, основно роднини (McNeal, 1992).

За период от 30 години, от 1969 г. до 1990 г., сумите, похарчени в САЩ от деца, са нараснали от 2 млрд.щ.д. на 6 млрд.щ.д, през 1994 г. са 17,1 млрд.щ.д., а през 1997 г. те възлизат на 23 млрд.щ.д. (McNeal, 1999).

При проучване, проведено през 2019 г. в САЩ за Международната асоциация на сертифицираните счетоводители¹, е установено, че децата харчат най-много от средствата си за социален живот – 45 %, след това за дигитални устройства и даунлоуд, – 37 %, 33 % – за играчки, 27 % – за дрехи/обувки, 24 % – за неща от първа необходимост. През 1989 г. най-висок е бил дялът на харчовете за сладки изделия – 34,6 %, след това за играчки и игри – 31,3 %, за дрехи – 11,5 % (McNeal, 1992).

Съвременните деца имат покупателна сила по-голяма от всякога, което ги превръща в привлекателен пазар за производителите. Децата започват да получават пари от ранна възраст. Сумите, с които те разполагат и тези, които харчат, показват, че от ранна възраст влизат в ролята на потребители. Новите технологии също имат отражение върху тяхното поведение като потребители. От една страна те променят облика на купуваните от децата продукти и услуги, а от друга – създават нови форми на комуникация между тях и компаниите.

4. Децата като инфлуенсъри

Децата, чрез въздействието, което оказват върху своите родители, имат важна роля на пазара на потребителските стоки. Влиянието на децата се оценява на 131 млрд.щ.д. (McNeal, 1992), а нарастването му се обяснява с:

- по-малкия брой деца в семейството, на нарастването броя на семейства с един родител, по-късното раждане на дете и въздействието на по-големия доход в семейството, акумулиран от доходите на двамата работещи родители (McNeal, 1992),
- липсата на време, поради заетостта на майката и бащата и въвличането на децата в процеса на вземане на решение за покупка (Foxman, Tansuhaj & Ekstrom, 1989b)
- увеличаващите се разводи (Lackman & Lanasa, 1993).

Микелсен определя влиянието на децата като „техните активни и пасивни опити да получат разрешение от родителите си да участват във вземането на семейни решения, като по този начин постигат конкретни резултати“, т.е. влиянието на децата може да бъде разделено на активно и пасивно. Активното влияние, наричано още пряко, се отнася до съвместно вземане на решения, с активното участие на членове на семейството при извършване на покупка или с предлагането на други членове от семейството да изберат продукт или продукти от определени марки (Blackwell, 2006, McNeal, 1992).

При пасивното влияние липсват реч или явни действия от страна на детето (Flurry, 2005). Родителите са наясно какво то иска и се опитват да се съобразят с това, без пряко взаимодействие с детето (Mikkelsen, 2006). Това влияние се проявява, когато родителите, без да са били помолени, купуват продукти, за които знаят, че са предпочитани от децата им (Blackwell, 2006).

МакНийл определя влиянието на децата върху покупките на родители като обширно, което включва основно:

- продукти за детето (закуски, играчки, дрехи, електронни устройства, екипировка за любимо занимание),
- продукти за дома (мебели, телевизори, стерео системи, храна и напитки),
- продукти, които не са за домакинството, но се ползват от цялото семейство (почивки, автомобили, продукти, които се използват при развлечения).

Влиянието не е еднакво при всички продукти. То варира и в зависимост от това за кого е продуктът и каква е цената му. Факторът на детското влияние е най-висок при продукти, предназначени за самите деца: 70 % при играчките, 70 % при аксесоари за разкрасяване, 60 % при детско облекло, 50 % при детски обувки, 60 % при видео игри и по-малък при по-скъпи продукти: автомобили – 0,4 %, компютри – 10 %, отсядане в хотел – 10 %, фотоапарати – 12 % (McNeal, 1992).

Роддер-Джон (1999) отбелязва, че децата упражняват голямо и различно по форми влияние върху семейните покупки – както и при регулярните, така и при тези, при които въздействието може да се определи като пасивно. Децата влияят и при покупките, които се извършват по-рядко – като автомобили, ваканции, компютърно и домашно обзавеждане. Те събират информация за различните предложения на търговските обекти и участват в процеса на вземане на окончателното решение.

¹ <https://www.aicpa.org/press/pressreleases/2019/childrens-allowance-pay-is-up-amount-saved-alarmingly-low.html>

Децата имат влияние през етапите на осъзнаване на проблема, търсене на информация и оценка на алтернативите (Moschis and Mitchel, 1986) Тяхното влияние е по-голямо през първия етап и намаляващо, когато се премине към оценка на алтернативите (Belch et al., 1985).

Влиянието на децата при вземане на решения за покупки в семейството зависи и от други фактори, като пол, възраст на детето, семейната среда – модерни/ консервативни разбирания, както и със самия продукт – марка, цвят, кой е действителният потребител на продукта (Foxman et al., (1989); Mangelburg, (1990),); семейната култура (Loudon & Della Bitta).

Момчетата имат и по-голямо влияние от момчетата в процеса на вземане на решения за семейни покупки. Те използват и различни стратегии в „преследването“ на родителите си (Atkin, 1978). Въздействието на децата се променя с възрастта им. То нараства с тяхното порастване (Laczniak and Palan, 2004). Порасналите деца се включват в различни роли. Безспорните им дигитални умения в сравнение с родители ги издигат до ниво експерти. Като такива те често стават инициатори за закупуването на определени продукти, а също така са основните, които извършват проучване на продуктовете характеристики и разнообразие от марки при много решения (Belch, Krentler and Willis Flurry 2005 чрез „Потребителско поведение“, УНСС)

С достигане на юношеска възраст децата влизат ролята на убеждаващи (Marquis, 2004; Ebster et al., 2009). Причината за това е, че развитието на медиите им позволява да научават много за продуктите и услугите (Othman, Boo and Rusni, 2013). Това е и възрастта, през която децата придобиват повече знания за пазара – за цени, марки (John, 1999).

Семейният доход е един от важните фактори за влиянието на децата върху потребителските решения на родителите. Деца от семейства с високи доходи имат лесен достъп до средства и по този начин те могат да купуват продуктите, които директно да потребяват, без участието на родителите в процеса (Beatty and Talpade (1994).

Децата разполагат и с богата палитра от възможности, за да убедят родителите си да им купят продукт. Lawlor and Prothero (2011) определят стратегиите за влияние като процес на договаряне, за да се стигне до вземане на решение за покупка. Според McNeal (1999) децата са силно мотивирани да изучат изкуството на отправяне на молба. Така те действително получават всичко, от което се нуждаят или искат. Молбите могат да бъдат най-различни, но McNeal ги категоризира на:

- образователни („Не искаш ли да науча това?“);
- здравни („Не искаш ли да съм здрав/а?“);
- свързани с времето („Това ще ти спести време.“);
- спестяващи („Това ще ти спести време.“);
- свързани с щастието („Искаш да съм щастлив/а, нали?“);
- свързани със сигурността („Не искаш да се нараня, нали?“).

Стилът, който използва детето, се учи основно от това как родителите отговарят на различните по стил молби. Според McNeal най-популярните стилове са:

- умоляващи
- упорстващи (с постоянно повтаряне на молбата);
- твърд (с използване на изрази като „Трябва да го имам“, „Нищо не може да ме спре да го имам“);
- демонстративни (често се използват и сълзи, за да се подсили ефектът);
- захаросани („Ще те обичам винаги, ако ми купиш това.“);
- заплашващ (обикновено се използва, когато изглежда, че няма да се стигне до покупка, „Ще те мразя винаги, ако не ми купиш това);
- свързани със съжаление („Ще съм най-зле изглеждащото дете в училище, ако не ми го купиш“, „Всеки го има, освен мен“, „Никога нищо не ми купуваш“).

Тези молби и стилове могат да се комбинират, но обикновено децата се придържат към един или два, които са доказано ефективни за определени продукти или за техните родители (McNeal, 1999).

Джон прави обобщение на влиянието, което децата оказват върху родителите си:

- въздействието на по-големите деца е по-голямо от това на от по-малките деца;
- децата имат най-голямо влияние върху покупките на стоки за или свързани с тях;
- имат умерена степен на влияние, когато става въпрос за активности за цялото семейство;

- най-малко е влиянието върху покупките на потребителски стоки за дълготрайна употреба и скъпи стоки, като при последните категории влиянието на детето е най-голямо в ранните етапи на вземане на решения и намалява с вземането на окончателните решения;

- децата са склонни да упражняват по-голямо влияние в семействата с по-високи доходи, както и в семейства, където авторитарният стил на общуване отстъпва място на стила, който залага на споделянето на идеи и концепции (John, 1990)

5. Когнитивно и социално развитие на децата и потребителската им социализация в процеса на придобиване на знания и умения като потребители

Потребителската социализация е процес, при който младите хора придобиват умения, знания и отношение, свързани с тяхното функциониране като потребители на пазара (Ward 1974, р. 2). Периодът от раждането до юношеството е свързан със сериозно развитие на когнитивното функциониране и социалното съзряване. Децата придобиват умения да обработват информацията по-лесно и организират и използват това, което научават за заобикалящата ги среда, развиват по-задълбочено разбиране на междуличностните ситуации, което им позволява да видят света от различни гледни точки. Свързаното с възрастта развитие на когнитивните способности допринасят за развитието на потребителските им знания и уменията им за вземане на решения (Roeder John, 1999)

Въпреки че различни теории – като тази на Жан Пиаже за когнитивното развитие, теорията за социалното развитие, не обясняват развитието на детето като потребител, те са намерили място в маркетинговата теория.

Теорията на Пиаже за когнитивното развитие е една от най-известните рамки, която се използва да се характеризират промените в когнитивното развитие на детето. Според нея процесите на развитие са пряко свързани с възрастта. Така детството може да се разглежда като ясно дефиниран модел на развитие, през който всички деца трябва да преминат (през едни и същи последователни етапи), преди да придобият способността да възприемат, разсъждават и разбират зряло и рационално (Smith, Cowie и Blades 1998). Пиаже разделя когнитивното развитие на следните четири хронологични етапа, като всеки от тях се отличава с предсказуем набор от характеристики:

- сензомоторният стадий (до 2-годишна възраст) – през него децата се учат чрез моторни и рефлексни активности

- Предоперационален (2-7 години) – през този стадий децата вече формират понятия, ограничени от техния личен и непосредствен опит, и използват символи, включително такива като езика. През този стадий представите за причина и следствие са много ограничени.

- Стадий на конкретните операции (7-12 години) – децата започват да мислят логически, да класифицират обектите по няколко признака и да оперират с математически понятия.

- Стадий на формалните операции (след 12-годишна възраст). Характерно за него е появата и развитието на абстрактното мислене, планирането и дедуктивното мислене. Децата не се опират вече само на опита си, но и съумяват да използват и по-абстрактни идеи, които са важни за решаването на проблеми и ученето.

Теорията за социалното развитие (Selman, 1980) се фокусира върху социалните активности на детето. Според нея процесът на детското развитие се проявява на две нива – социално и индивидуално и детето преминава през пет фази на социално развитие:

- Егоцентрична фаза (3-6-годишна възраст) – трудно възприема гледната точка на другите

- Фаза на приемане на ролята на социална информация (6-8-годишна възраст) – детето започва да разбира, че хората имат различно мнение, но все още не е развило уменията да разсъждава от чужда гледна точка.

- Саморефлектираща фаза (8-10-годишна възраст) – детето разбира, че другите хора имат различна гледна точка и е развило вече умения да отчита чуждото мнение, но това не може да се случи едновременно с неговото собствено мнение.

- Фаза на приемане на множество роли (10-12-годишна възраст) – детето има уменията и възможностите за едновременно отчитане на множество гледни точки

- Фаза на вземане на роли в социалната система – (12+ години) – детето е в състояние да свързва различни гледни точки в социалната група, към която принадлежи.

Когнитивното развитие се определя от биологични или вътрешни фактори. Като използва теорията на Пиаже, Роддер-Джон (1999) се стреми да идентифицира промените в разбирането на децата за основните икономически понятия. Тя прилага и теорията на Селман (1980), която интегри-

ра социалните измерения на детското развитие и отразява промените в начина на мислене на детето за социалния свят. Така например, за да се различи убеждаващото намерение на рекламата, се изисква човек да може да погледне рекламата от гл.т. на рекламодателя. Според теорията на Селман това обикновено не се случва преди децата да навършат 8-10 години. Роддер-Джон като прилага теориите за когнитивното и социалното развитие и анализира проучванията, провеждани в продължение на 25 години, върху децата и тяхната роля като потребители, създава концептуална рамка, която разглежда потребителската социализация като преминаване през следните три последователни етапа:

- Етап на възприемане (3-7-годишна възраст) – характеризира се с обща ориентация към непосредствените и лесно забележими характеристики на пазара. Потребителските познания на децата се характеризират с възприемане и разграничение, често базирани на един отличителен признак или свойство на основата на собствените им наблюдения. Решенията често се вземат на базата на ограничена информация, обикновено от гл. т. на личното възприемане.

- Аналитичен етап – (7-11-годишна възраст) – тук се наблюдават едни от най-важните промени по отношение на потребителските знания и умения. Понятия като продуктови категории или цени се разглеждат като функционални или базисни величини, продукти и марки се анализират и преценяват въз основа на повече от един признак. Формират се знания за абстрактни понятия като мотиви на рекламодателя. Децата показват по-голяма задълбоченост в избора си, по-голяма гъвкавост в подхода на вземане на решение, която им позволява да бъдат по-адаптивни и отзивчиви.

- Рефлексивният етап (11–16-годишна възраст) – знания за понятия като марка и ценообразуване стават още по-нюансирани и по-сложни с развитието на социалните умения и уменията за по-усъвършенствана обработка на информацията. Поради необходимостта децата да формират своя идентичност и да се приспособят към очакванията на групата, те се фокусират повече върху социалните аспекти на това човек да бъде потребител, да прави избор, да потребява продукти.

Потребителската социализация възниква в контекста на драматично когнитивно и социално развитие. Етапите, изведени от Роддер-Джон, включват „важните промени за това как децата мислят, какво знаят и как изразяват себе си като потребители“ и „преминаването между етапите е предимно функция на възрастта“ (John, 1999). Децата не растат изолирано, а в среда, която оказва влияние върху тях. Важните развития в процеса на потребителската социализация не възникват във вакуум, а в социален контекст, включващ семейството, връстниците, средствата за масово осведомяване и маркетинговите институции (John, 1999). Това са посредници на потребителската социализация, т.е. влиятелни източници, които предават норми, отношение, мотивация, поведение към този, който се учи (McLeod and O’Keefe, 1972). Според различни изследователи (Ward, 1974; Moschis, 1987; Dotson and Hyatt, 2005) родителите, приятелите, медиите, училището и брандовете са основните посредници.

Заклучение

Съвременните деца растат по-бързо, те са по-добре информирани, имат по-голямо влияние, разполагат с повече лични средства, в сравнение с предишните поколения. Причините за разликите с предшестващите им връстници са свързани със социално-икономическите промени и тези в семейната среда.

Изследването на потребителската социализация е важно по няколко причини. Първо от управленска гледна точка тя дава възможност за задълбочено разбиране на един важен потребителски сегмент. Децата на възраст 4-12 г. похарчват за преки покупки суми в размер на 24 млрд.щ.д. и оказват влияние върху семейни решения за покупки в размер на 131 млрд.щ.д. (McNeal 1992). На второ място – от обществена гл.т. темата за потребителската социализация на децата по отношение на консумацията на продукти като алкохол и цигари е една от най-чувствителните. Трето – социалните промени следва да бъдат отразени в разбирането за различните взаимосвързани фактори, формиращи процеса на потребителската социализация. Такива са „обществените промени, като увеличаване броя на семействата с един родител и промените в технологиите, които предполагат необходимостта от преразглеждане на съществуващите констатации относно социализацията“ (Roedder-John, 1999).

Използвана литература

1. Желев, С. и кол. „Потребителско поведение“, Издателски комплекс – УНСС, 2018.

2. Atkin, Charles K. „Observation of Parent-Child Interaction in Supermarket Decision-Making“, *Journal of Marketing*, 42 (October), 41-45, 1978.
3. Beatty, S. E., Talpade S. „*Adolescent influence in family decision making: a replication with extension*“, *Journal of Consumer Research*:12(2), 332-341, 1994.
4. Belch, G., M.A. Belch, and G. Ceresino. „*Parental and Teenage Influences in Family Decision-Making*“. *Journal of Business Research*, 13 (April), 163 – 176, 1985.
5. Bery, L. A., & Pollay, R. W. „*The influencing role of the child in family decision making*“. *Journal of Marketing Research*, 5(1), 70-72, 1968.
6. Blackwell, R. D., Miniard, P. W. and Engel, J. F., *Consumer behavior*. 10th edition. Mason, OH: Thomson Business and Economics, 2006.
7. Bradford T. W., „Earmarking Money and Consumption“, *Consum. Cult. Theory*, vol. 3, no. 3, pp. 167–183, 2014.
8. Buccioli A. and Veronesi M., „Teaching children to save: What is the best strategy for lifetime savings?“, *J. Econ. Psychol.*, vol. 45, pp. 1–17, 2014
9. Cateora, Phillip R. „*An Analysis of the Teenage Market*“, Austin: University of Texas Bureau of Business Research, 1963
10. Dotson, M. J., & Hyatt, E. M. „*Major influence factors in children's consumer socialization*“, *Journal of Consumer Marketing*, 22(1), 35-42, 2005
11. Ebster, C.; Wagner, U.; Neumueller, D. „Children's influence on in-store purchases“. *J. Retail. Consum. Serv.* 16, 145–154, 2009
12. Flurry, L.A. and Burns, A.C. „*Children's Influence in Purchase Decisions: A Social Power Theory Approach*“, *Journal of Business Research*, 58:593-601, 2005
13. Foxman, Ellen, Patriya S. Tansuhaj, and K. M. Ekstrom. „*Family Members' Perception of Adolescents Influence in Family Decision-Making*.“ *Journal of Consumer Research*, 15 (March), 482-91, 1989
14. Haynes, Janice, Diane C. Burts, Alice Dukes, and Rinn Cloud, „*Consumer Socialization of Preschoolers and Kindergartners as Related to Clothing Consumption*“, *Psychology and Marketing*, 10 (March/April), 151–166, 1993
15. John, D.R. „*Consumer socialization of children: a retrospective look at 25 years of research*“, *Journal of Consumer Research*, Vol. 26 No. 3, pp. 183-21, 1999
16. Kelly K., „Kid Power,“ *U.S. News and World Report* 137, no. 8, 2004.
17. Lackman, C., and Lanasa, J.M., „*Family Decision Making Theory: An Overview and Assessment*“, *Psychology & Marketing*, Vol. 10(2): 79- 80, March/April, John Wiley & Sons, Inc. New York, USA, 1993
18. Laczniak, Russell N. and Palan K. „*Under the Influence. Targeted Advertising Pinpoints How Kids Sway Parents' Buying Decisions*“. *Marketing Research* Vol. 16 (1), Pg 34-39, 2004
19. Lassarre, D. „Consumer education in French families and schools“. In P. Lunt & A. Furnham (Eds), *Economic socialisation*, pp. 130—148. Cheltenham: E. Elgar.), 1996
20. Lawlor M.A, Prothero A., „*Pester power – A battle of wills between children and their parents*“, *Journal of marketing management* MM Abingdon Routledge, Taylor & Francis Group, ISSN 0267-257X, ZDB-ID 645971-7. – Vol. 27.2011, 5/6, p. 561-581, 2011
21. Linn, Susan *Consuming Kids: Protecting our children from the onslaught of marketing and advertising*, New York, The New Press, 2005
22. Loudon, D. and Della-Bitta, A. *Consumer behaviour*. 4th edition. New York: McGrawHill, 1993
23. Mangelburg, T.F., D. Grewal, and T. Bristol „Family Type, Family Authority Relations and Adolescents' Purchase Influence.“ *Advances in Consumer Research*, 26, 379-384, 1999
24. Marquis M. „*Strategies for influencing parental decisions on food purchasing*“, *Journal Consumer Marketing*, 21 (2) (2004), pp. 134-143, 2004
25. McAlister, A. „Paper I Marketing to children: Foundation of Cradle-to-grave brand relationships“, in Keilor B (Ed), *Marketing in the 21st Century Integrated Marketing Communication*, Vol. 4, Praeger, Westport CT, USA, 2007
26. McLeod JM, Chaffee SH: „The Construction of Social Reality“. In *The Social Influence Process*. J.T. Tiedeschi (Ed.), Chicago: Aldine-Atherton, Pg. 50-99, 1972
27. McNeal, J.U. „*Kids as Customers. A Handbook of Marketing to Children*“. New York: Lexington Books, 1992
28. McNeal, James U. „*The Kids Market: Myths and Realities*“. Ithaca (N.Y.): Paramount market publishing, 1999

29. Mikkelsen MR, Norgaard „*Children's Influence on Family Decision-Making in Food Buying and Consumption*. Denmark: The National Institute of Public Health Denmark and MAPP-Centre for Research on Customer Relations in the Food Sector. Department of Marketing and Statistics. Aarhus School of Business Denmark (Eds.), 2006
30. Moschis, G.P. „*Consumer Socialization: A Life Style Perspective*“, Lexington Books, Lexington, MA., 1987
31. Moschis, G. P. and L.G. Mitchell „*Television Advertising and Interpersonal Influences on Teenagers Participation in Family Consumption Decisions*“, *Advances in Consumer Research* 13, 181-186, 1986
32. Othman, M., Boo, H. C. and Wan Rusni, W. I., „*Adolescent's strategies and reverse influence in family food decision making*“, *International Food Research Journal* 20(1): 131- 139, 2013
33. Philips, A. „*The growing power behind technology*“, *Admap*, January, 31-32, 2000
34. Pillot de Chenecey, S. „*The Cellular Family at the Millennium*“, *International Journal of Advertising and Marketing to Children*, 1, 4, 333-337, 1999
35. Roberts D., Foehr U., and Rideout V., *Generation M: Media in the Lives of 8-18 Year-Olds* (Menlo Park, Calif.: Henry J. Kaiser Family Foundation, 2005.
36. Rosenstiel, LV, Neumann P. „*Einführung in die Markt und Werbepsychology*“. 1. Auflage. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft Darmstadt, 1982
37. Scott, A. J. and Lewis, A. „*The economic awareness, knowledge, and pocket money practices of a sample of UK adolescents: A study of economic socialisation and economic psychology*“, *Citizenship, Soc. Econ. Educ.*, vol. 4, no. 1, p. 34, 2000
38. Schor J. B., *Born to Buy: The Commercialized Child and the New Consumer Culture*“, New York: Scribner, 2004
39. Selman, R. L. „*The Growth of Interpersonal Understanding*“, New York, Academic Press, 1980
40. Ward S. „*Consumer Socialization*“. *Journal of Consumer Research* Vol.1, Pg. 1-14 (1974): *Consumer Socialization. Journal of Consumer Research* Vol.1, Pg. 1-14, 1974
41. Association of International Certified Professional Accountants <https://www.aicpa.org/press/pressreleases/2019/childrens-allowance-pay-is-up-amount-saved-alarmingly-low.html>
42. ING Group <https://think.ing.com/reports/special-report-pocket-money-2014/>)
43. United Nation Population Fund, <https://www.unfpa.org/data/world-population-dashboard>
44. World Bank, Population ages 0-14, total | Data (worldbank.org)
45. Statista, <https://www.statista.com/statistics/328772/average-amount-of-weekly-pocket-money-in-the-united-kingdom-uk>

Рецензент: гл. ас. д-р Вилета Тончева-Златкова

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ДЕСТИНАЦИИ: ЛИТЕРАТУРЕН ОБЗОР

Христомир Куцаров
докторант в катедра „Маркетинг и стратегически планиране“ УНСС

h.kucarov@unwe.bg

Резюме: Туризмът е ключова индустрия за всяка икономика, а конкурентоспособността на туристическите дестинации е изследван проблем в много публикации. Настоящият доклад има за цел да представи литературен обзор на чуждестранни доклади и публикации, които изследват конкурентоспособността на туристически дестинации. Обект на проучване и анализ са публикации от следните бази данни: *Web of Science*, *Research Gate*, *Scopus* и *Science Direct*. Фокусът е поставен върху индекси за измерване на конкурентоспособността, сравнени са методи, модели и подходи, предложени от различни изследователи за периода 1987 – 2010г. Формулирани са обобщения и групирания на методи и са изведени насоки за бъдещи изследвания и в други аспекти на конкурентоспособността.

Ключови думи: туризъм, конкурентоспособност, туристически дестинации

JEL класификация: M310

COMPETITIVENESS IN TOURISM AND TOURIST DESTINATIONS: LITERATURE REVIEW

Hristomir Kutsarov

Abstract: Tourism is one of the main industries for each economy. This study reports on a review of the published literature used to reveal the current research investigating the competitiveness in tourism in the period of 1987-2010. The presented review identified relevant papers using *Web of Science*, *Research Gate*, *Scopus* and *Science Direct*. The included papers were classified concerning the following dimensions: the attractors and sources for competitiveness of destinations, indexes, and different approaches for measuring the competitiveness and methodology. The presented methods are formulated in summaries and groupings for future research in other aspects of competitiveness.

Keywords: competitiveness, tourism, destination

JEL Classification: M310

Въведение

Конкурентоспособността между икономически единици е широко обсъждана и изследвана в различни области. От друга страна – туризмът е ключов сектор за всяка една икономика и водещ отрасъл, генериращ постоянен, нарастващ приход и с основна роля в БВП на всяка страна.

Целта на настоящия доклад е да представи литературен обзор на основополагащи публикации на чуждестранни автори, които изследват конкурентоспособността на туристически дестинации и измерват влиянието на различни фактори.

Предмет на изследване е конкурентоспособността на две нива – на общо, съвкупно ниво, което касае националния туризъм, и на конкретно, специфично ниво, обхващащо конкретни туристически дестинации.

Настоящото изследване е проведено на принципа на кабинетно проучване, като са анализирани публикации по темата, за периода 1987 – 2010г., поместени в специализирани издания в база данните на онлайн библиотеките на *Web of Science*, *Research Gate*, *Scopus* и *Science Direct*. Избраният период е свързан с първите изследвания за конкурентоспособност в туризма, които да послужат като отправна точка.

Целта на изследването е да анализира разгледаните публикации по темите за конкурентоспособност в туризма и на туристическата дестинация, да изследва и сравни използваните методи и модели за определяне на конкурентните предимства, да групира и обобщи предложените методи и подходи за наличие и измерване на конкуренцията и да направи изводи за полезни подходи, които да послужат за по-нататъшното изследване на гореописаните проблеми и прилагане на нови модели за изследване на конкурентоспособността в туризма.

Предмет на изследването не са публикациите по темата от български автори, като това ще бъде обект на друго изследване, при работата по предстоящия дисертационен труд.

Изследване и анализ

Редица учени и изследователи формират и предлагат модели за изчисляване на конкретни индекси и показатели за измерване и установяване на наличие на конкурентоспособност. В някои случаи тя се явява като социална идеология, насочена към създаването на конкурентни предимства. Търсенето на решения за повишаването ѝ започва още от края на миналия век и не спира и до днес.

I. Първи класификации и фактори за определяне на конкурентоспособността

1. Ценова конкурентоспособност на дестинацията

Първите ясни интерпретации на концепцията за конкурентоспособност на дестинацията и нейното прилагане са разгледани по отношение на цената. Ценовите разлики в предлаганите услуги са били от съществено значение при избора на дестинация за почивка или за пътуване с цел туризъм.

Статията на Дуайър, Форсайт и Рао (2000) представя сравнително проучване по тази тема на 19 дестинации. Малко са изследванията, проучени от авторите, които обхващат толкова голям брой дестинации. В научния труд „Ценова конкурентоспособност на пътуванията и туризма“¹ от 2000г. е предложен индексът на ценова конкурентоспособност, основаващ се на покупателната способност на единиците, коригиран спрямо обменния валутен курс. Подобна променлива присъства и в други изследвания, но под различни наименования. Вместо обаче да класифицират дестинациите по ценова конкурентоспособност, икономистите правят по-задълбочени изследвания, целяйки да проучат действителното влияние на комплексната цена върху обема на търсенето. Разбирането и общата концепция е, че конкурентоспособността обхваща ценови диференциали, съчетани с движението на обменните курсове, нивата на производителност на различни компоненти на туристическата индустрия и качествените фактори, влияещи на привлекателността или по друг начин на дадена дестинация. Тук авторите разграничават няколко детерминанти на търсенето на туристическа услуга:

- Социално-икономически и демографски – численост на населението, доходи, свободно време, професии и др.;
- Качествени фактори – включва променливи като туристическа привлекателност, имидж на дестинацията, качество на туристическите услуги, маркетинг на дестинацията, културни връзки. Силата на тези фактори отразява променящите се трендове и вкусове на пътуващите;
- Ценови фактори – включва разходите за транспортни услуги до и от дестинацията и разходи за наземни услуги (настаняване, храна и напитки, допълнителни услуги, развлечения и др.).

Промяната на разходите в определени дестинации спрямо други, коригирани с вариациите на обменните курсове, авторите считат за най-важното икономическо влияние върху дела на дестинациите от общия брой пътувания в чужбина. Според проучването на Едуардс (1995)² за конкурентоспособност на избрани страни от Азиатско-тихоокеанския регион, както в средносрочен, така и в дългосрочен план може да се докаже, че увеличението на относителните разходи е свързано със спада на пазарния дял в пътуванията от всяка страна на произход. Намалването на относителните разходи е свързано с нарастване на пазарния дял.

Сравнителното проучване на Дуайър, Форсайт и Рао обхваща 19 известни *туристически дестинации, разделени по пазари*:

- Азия – Япония, Хонконг, Тайван, Индонезия, Малайзия, Южна Корея, Тайланд, Китай;
- Европа – Франция, Великобритания, Германия, Швейцария, Испания, Турция, Италия;
- Северна Америка: САЩ и Канада;
- Тихия океан – Нова Зеландия.

Изследователите са определили Австралия като отправна дестинация.

Авторите на изследването разграничават няколко ограничения и дефиниции, като:

- Идентифицирани са навиците за харчене на туристите от различните пазари – за да изчислят индексите на ценовата конкурентоспособност изследователите измерват статистическите стойности на различни стоки и услуги, консумирани от туристите, за да отразят моделите и навиците на

¹ Dwyer, L., P. Forsyth, and P. Rao (2000). „The Price Competitiveness of Travel and Tourism: A Comparison of 19 Destinations.“ *Tourism Management*, 21 (1): 9–22.

² Edwards, A. (1995). *Asia Pacific travel forecasts to 2005*. Research Report, Economist Intelligence Unit, London.

закупуване (тук се включват разходите за храна, напитки, настаняване, пазаруване, забавление, такси, транспортни наземни разходи, организирани турове и услуги и др.);

- Обобщават се данните и цените във всички дестинации по определени критерий;

- Изчислява се покупателната способност за разходите за туризъм. Установяването на съответствие между навиците за харчене на туристите и данните за цените в дестинациите позволява извличането на данни за покупателната способност за всяка категория туристически услуги. Тя посочва нивата на разходите, необходими за закупуване на стоки и услуги от туристическата кошница в различните дестинации. Покупателната способност се коригира според обменните курсове, за да се получат индексите на ценова конкурентоспособност, по следната формула:

$$\text{Индекс на ценова конкурентоспособност} = \frac{\text{валутен курс}}{\text{покупателна способност}} \times \frac{100}{1}$$

Основната идея на индекса, представен от авторите тук е да се измери нивото на цените на туристическите стоки и услуги в конкурентната дестинация спрямо цените в отправната дестинация (Австралия), след което да се коригира с валутните курсове в различните държави.

След интерпретиране на индекса за ценова конкурентоспособност изследователите разглеждат именно конкурентоспособността на дестинацията Австралия например, в сравнение с дестинацията Франция, от гледна точка на японския турист.

Като резултат от изследването и след калкулация на индекса авторите открояват факта, че туристите от различни страни на произход следват разнообразни модели и имат различни навици на потребление в определените дестинации.

2. Фактори за конкурентоспособност

Най-изчерпателните трудове по темата конкурентоспособност на туристическата дестинация са написани от Ричи и Крауч за период от 10 години (от 1994 до 2001 г.). Сред най-значимите от тях са „Туризмът, конкурентоспособност и обществен просперитет“ и „Разработване на оперативни мерки за компонентите на дестинацията“. Тяхната амбиция е да включат всички важни фактори, които могат да характеризират туристическата конкурентоспособност на дадена дестинация. Авторите *характеризират и разделят сравнителните конкурентни предимства в пет различни групи:*

- Определящи и увеличаващи се детерминанти;
- Политика по планиране и развитие на съответната дестинация;
- Управление на самата дестинация;
- Основни ресурси и дадености;
- Съпътстващи и допълнителни ресурси и фактори.

В публикацията си, озаглавена „Туризмът, конкурентоспособност и обществен просперитет“¹ (1999 г.), акцентират върху тезата, че дълги години именно туризмът е бил пренебрегван като сфера от икономиката на държавите и се подценявало социалното му значение за просперитета на обществата. Именно затова те свързват и показват ролята на туризма за глобалния растеж и качеството на живот. АВТОРИТЕ Открояват *позитивните и негативните прояви на въздействие*, в следствие от стимулираните програми за развитие на туризма.

Таблица 1

Примерни ефекти от успешно развитие на туризма върху дадена туристическа дестинация

Въздействие	Прояви	
	<i>Позитивни</i>	<i>Негативни</i>
1	2	3
Икономическо	Увеличаване на приходите Създаване на работни места	Инфлация Спекула с пазари на недвижими имоти
Материално	Създаване на нови съоръжения Подобряване на инфраструктурата	Вреди за околната среда Пренаселеност

¹ Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. Journal of Business Research, 137-152.

Продължение

1	2	3
Социално	Укрепване на обществото Подсилване на интереса на местните към живота в града/дестинацията	Спекулации Прекалена урбанизация
Психологическо	„Повдигане на духа“ Повишаване на самочувствието	Тенденция за недопускане Възникване на недоразумения и враждебност
Културно	Нови начини за представяне на местната култура Популяризиране на местните традиции и обичаи	Прекалена комерсиализация Изменение на традициите и обичаите
Политическо	Получаване на международно признание Пропаганда с политически цели	Икономическа експлоатация на местното население с политически цели

Източник: Ричи, (1987), „Маркетинг в туризма и качеството на живот“¹

Фокусът в цялото изследване на Ричи и Крауч е безспорно връзката между туризма и качеството на живота и по-специално важността на концепцията за конкурентоспособност на самата дестинация. Най-ценният резултат от тяхната работа намира отражение в т.н. **концептуален модел на конкурентоспособност на дестинацията**. За да достигнат до него обаче, авторите правят качествено изследване, включващо дълбочинни интервюта с набор от въпроси относно факторите, които определят успеха и конкурентоспособността, критериите които се използват, конкурентната сила на дестинацията, основните фактори определящи цената и до колко е важна продуктивността при определяне на туристическите услуги в краткосрочен план и дългосрочен план?²

Концептуалният модел, предложен от Ричи и Крауч, е изобразен на фиг. 1:



Фигура 1. Концептуален модел на конкурентоспособност на дестинацията³

¹ Ritchie, J. R. Brent (1987). Tourism Marketing and the Quality of Life, in Marketing and the Quality of Life Interface, A. Coskun Samli, ed., Quorum Books, New York.

² Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. Journal of Business Research, 137-152.

³ Пак там, р. 147

Като най-значима част на модела стоят **основните ресурси**, и именно те са главните елементи, заради които една дестинация става желана за посещения. Те са и основните мотивиращи фактори, които са от съществено значение за разпознаваемостта и могат да окажат влияние в предпочитането на дадена дестинация пред друга. Тук влизат всички културно-исторически елементи, пазарните връзки с другите субекти в дестинацията и с другите бизнес обекти, самата организация протичаща на място, информацията и всички видове услуги, които се предлагат там.

Докато основните ресурси на дадена дестинация представляват общата мотивация за входящия туризъм, **подпомагащите фактори и ресурси** оказват по-вторичен ефект, като осигуряват стабилна основа, върху която може да се изгради успешна туристическа индустрия. Едни от най-важните от тях е обхватът и състоянието на общата инфраструктура на дестинацията, достъпността до нея, нивото на съоръженията и състоянието на обектите.

Компонентът „**Управление на дестинацията**“ се фокусира върху онези дейности, които могат да подобрят привлекателността на основните ресурси, да засилят качеството и ефективността на подпомагащите фактори и ресурси и най-добре да се адаптират към ограниченията, наложени от детерминантите.

На последно място се намират група **детерминанти**, които могат да бъдат обяснени като ситуационни условия, чието въздействие върху конкурентоспособността на дестинацията е да определи нейния мащаб, граница или потенциал. Те увеличават, модифицират или намаляват конкурентоспособността на дестинациите, като „филтрират“ влиянието на останалите три групи фактори. До голяма степен обаче тези детерминанти са извън контрола и влиянието на туристическия сектор.

Освен основните фактори и детерминанти и тук, както във всяка бизнес организация, влияят **външната конкурираща среда и глобалната (макро) обкръжаваща среда**.

Като заключителен прочит и извод от посоченото проучване на Ричи и Крауч могат се изведат концептуалната рамка, която очертава систематичния подход за укрепване на способността на дестинацията да се конкурира ефективно на пазара, теоретичните приноси за детерминантите, факторите и ресурсите на конкурентоспособност, както и практическите насоки за управлението на дестинацията, извлечени от дълбочинните интервюта.

Докато в публикацията за конкурентоспособността и социалния просперитет авторите описват ефектите, които въздействат над успеха на дестинациите, то в тяхната публикация от 2001г. разработват оперативни мерки от компоненти, обхващащи конкурентоспособността. Основните разлики между тях са в концептуалния и устойчивия модел и на потребителските спрямо управленските перспективи.

В статията ‘Developing Operational Measures for the Components of a Destination Competitiveness’ Ричи, Крауч, заедно с преподавателя от университета в Южна Каролина Саймън Хъдсън, разработват изчерпателен списък от показатели, съчетаващи субективни и обективни отраслови мерки за всеки от *32-та компонента на конкурентоспособност на дестинациите*¹. Именно това обобщаване се счита за първа стъпка към съставянето на индекс на конкурентоспособността на дестинацията и последващ инструмент за симулиране на ефективността на същата дестинация.

Първите публикации се фокусират върху основните проблеми на конкурентоспособността, свързани с определящите фактори и влиянието на цената при търсенето на туристическа дестинация. В разсъжденията на разгледаните публикации са засегнати икономическите, политическите, културно-историческите и социалните аспекти.

II. Нови подходи и модели за определяне на конкурентоспособността

1. Интегриран модел и детерминанти на конкурентоспособност

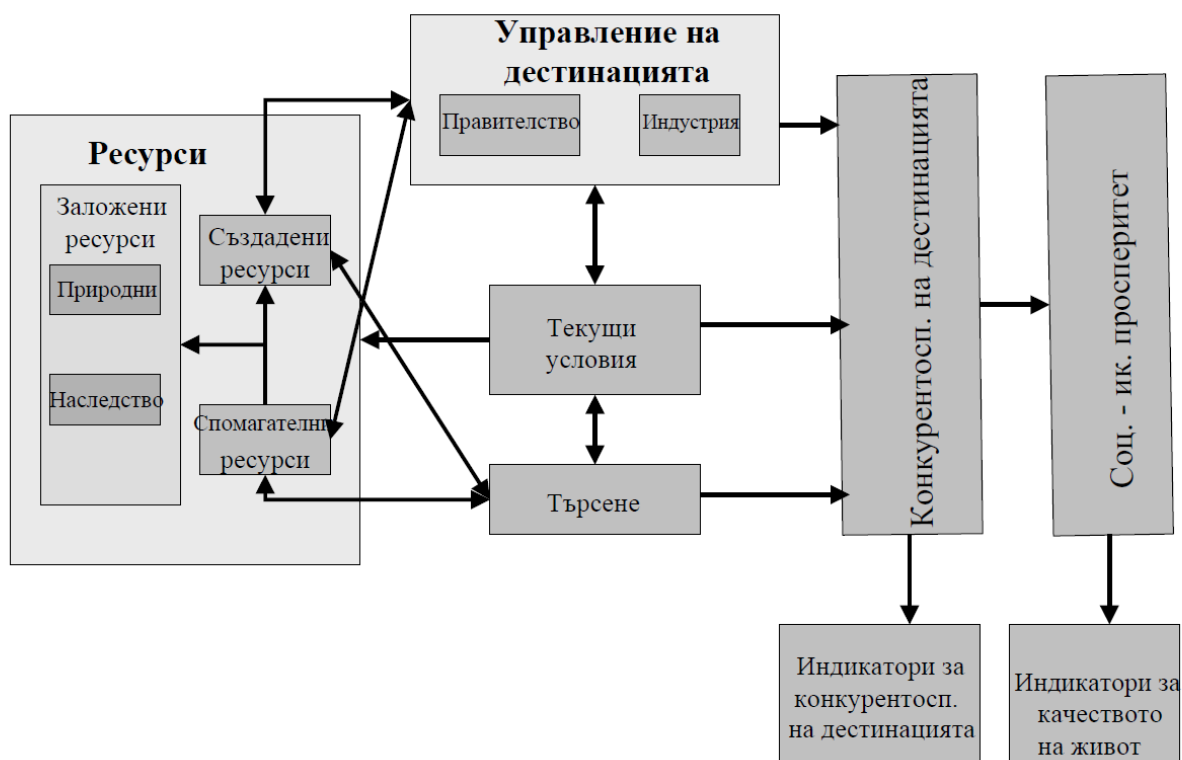
Подобно на Ричи и Крауч, Дуайър и Ким през 2003г. въвеждат друг подход на детерминанти и показатели, които определят конкурентоспособността на дестинациите. След провеждане на задълбочени семинари със заинтересовани страни от туристическата индустрия в Австралия и Корея, те разделят индикаторите за конкурентоспособност и ги категоризират в други подгрупи като:

- Заложени/заварени ресурси и природни дадености;

¹ Ritchie, J. R. B., G. I. Crouch, and S. Hudson (2001). Developing Operational Measures for the Components of a Destination Competitiveness/ Sustainability Model: Consumer versus Managerial Perspectives. In Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure, edited by J. A. Mazanec, G. I. Crouch, J. R. B. Ritchie, and A. G. Woodside. Wallingford, UK: CABI Publishing, pp. 1–17.

- Обкръжаващи фактори;
- Управление на дестинацията;
- Условия на работа;
- Фактори за търсене;
- Показатели за ефективност на пазара.

Авторите обаче се въздържат от констатация дали тяхната система от индикатори е предназначена да отразява нивото на конкурентоспособност на дестинацията или да предлага формиращи фактори, предшестващи такава. Заключение, до което се достига, е че би могло да се каже, че „има безброй показатели, които могат да бъдат използвани по всяко време“¹. През следващата година, в нов факторен анализ Дуайър предлага интегриран модел на конкурентоспособност на дестинацията (фиг. 2).



Фигура 2. Интегриран модел на конкурентоспособност на дестинацията²

Моделът включва главни елементи от публикациите и трудовете на Муун и Пери, Нарашима, Портър, Вахеедузън и Райънс за националната и фирмена конкурентоспособност, както и елементи от дестинацията, предложени от изследователи в сферата на туризма.

Моделът класифицира детерминантите на конкурентоспособност на дестинацията по осем основни точки:

¹ Dwyer, L., and C. Kim (2003). „Destination Competitiveness. Determinants and Indicators.“ *Current Issues in Tourism*, 6 (5): 369–414.

² Dwyer, L., R. Mellor, Z. Livaic, D. Edwards, and C. Kim (2004). „Attributes of Destination Competitiveness: A Factor Analysis.“ *Tourism Analysis*, 9 (1): p. 92.

Таблица 2

Детерминанти на конкурентоспособност на дестинацията – видове и описания

Детерминанти	Видове и описания	
Основни ресурси атрибути на дестинацията, които привличат посетители и съставляват основите на устойчивата туристическа индустрия	заложен - Природни (планини, езера, плажове, реки, климат и др.); - Културно наследство (кухня, занаяти, език).	създадени туристическа инфраструктура, специални събития, дейности, забавления и др. спомагателни обща инфраструктура, качество на услугата
Фактори за управление на дестинацията могат да подобрят привлекателността на основните ресурси, да засилят качеството и ефективността на поддържащите фактори и ресурси и най-добре да се адаптират към ограниченията наложени от различни ситуационни условия	публичен сектор разработване на национални туристически стратегии, маркетинг на национална туристическа организация, национални и регионални програми, законодателството и други държавни регулации	частния сектор асоциации на туристическите обекти, хотелиерството, участие на индустрията в програми за финансиране, програми за обучение и индивидуални маркетингови дейности
Търсене	осведоменост възприятие предпочитания	
Текущи условия	оперативна среда - Структура на индустрията; - Фирмено поведение; - Ефективност.	отдалечена среда - Валутни курсове; - Правителствена фискална политика - Световни икономически условия.

Източник: собствено обобщение по данни от научна публикация¹

На фигура 2 основните **ресурси** и **спомагателните ресурси** са групирани заедно, което показва важността на ресурсната база за конкурентоспособността на дестинацията. Както подчертават теоретиците на мениджмънта, ресурсите могат да бъдат заложен или създадени. Всяка бизнес организация изпълняваща туристическа дейност, се разглежда като съвкупност от специфични умения, които не могат лесно да бъдат подражавани от конкурентите и следователно източник на устойчиво конкурентно предимство.

Еднопосочните стрелки от **спомагателните фактори** към **заложените** и вече **създадените ресурси** показват, че самото им съществуване е недостатъчно за предизвикване на интерес и посещение на дестинацията при липса на туристическа инфраструктура (настаняване, транспорт, ресторанти, организирани дейности, развлечения, пазаруване, и др.). Такива фактори представляват „добавена стойност“ за икономическите обекти в дестинацията и към цялостния туристически продукт.

Както се вижда от фиг. 2 двупосочните стрелки, свързващи едновременно както **създадените ресурси**, така и **спомагателните фактори с търсенето** и с **управлението на дестинацията**, показват двупосочна причинно-следствена връзка. По този начин, специфични характеристики на създадените и спомагателните ресурси влияят върху търсенето, докато естеството на условията за търсене (по-специално туристическите предпочитания и мотиви за пътуване) влияе върху видовете продукти и услуги, разработени в рамките на една дестинация. По подобен начин специфичните характеристики на създадените и подпомагащите ресурси влияят и върху управлението на дестинацията за постигане и поддържане на устойчивост, докато дейностите на туристическите организации от публичния и частния сектор влияят върху видовете разработени продукти и услуги.

Забелязва се и връзката между **текущите условия** едновременно с всички **ресурси**, с **управлението на дестинацията** и с **търсенето**, което показва влиянието на политическите, икономическите, социокултурните и технологичните променливи за всеки от ключовите елементи в модела. По този начин икономическите условия могат да повлияят на количеството и видовете създадени ре-

¹ Dwyer, L., R. Mellor, Z. Livaic, D. Edwards, and C. Kim (2004). „Attributes of Destination Competitiveness: A Factor Analysis.“ *Tourism Analysis*, 9 (1): p. 92

сурси; политическите променливи като т.н. „сигурни“ туристически райони могат да повлияят на аспекти на маркетинга на дестинацията, а социокултурни променливи като демографски промени могат да повлияят на търсенето на туризма за определени видове пътувания. Така тези условия могат да имат директно влияние върху сравнителната сила на дестинацията.

Конкурентоспособността ѝ е свързана с различните детерминанти от една страна, и от друга – със социално-икономическия просперитет или качеството на живот. Което показва, че конкурентоспособността на дестинацията сама по себе си е междинна и фундаментална цел. Всяка от тези цели е свързана с набор от показатели.¹

За да извлече 12-те основни категории, Дуайър групира 81 елемента на конкурентоспособност. По този начин проучването разкрива как тези критерии са обвързани по между си и как са групирани по смисъл, но могат да се направят много малко изводи за приложението на показателите, за да обяснят напълно конкурентоспособността на дестинацията. Дуайър прави своето проучване сред 294 респонденти под формата на въпросник, по време на различни семинари, проведени в Корея и Австралия през 2001г. На таблица 3 са групирани индикаторите за конкурентоспособност на дестинацията в 12-факторен модел:

Таблица 3

12-факторно предложение за групиране на индикаторите за конкурентоспособност на дестинацията

Фактори	Включват някои от следните индикатори:
Фактор 1: Управление на дестинацията	Нива на кооперация между фирмите в дестинацията; Достъп до рисков капитал; Наличие на туристически фирми; Връзки на дестинацията с други пазари; Наличие на мениджърски персонал; ...
Фактор 2: Природни ресурси	Водоеми; Атрактивен климат; Национални паркове; Наличие на добра здравна грижа; Достъпна туристическа информация; Околна среда; ...
Фактор 3: Исторически и наследствени ресурси	Традиционни изкуства; Архитектурни забележителности; Исторически градове; Културни ценности
Фактор 4: Качествено обслужване	Телекомуникации; Качество на услугите; Качество на туристическите услуги
Фактор 5: Обществени услуги	Бърз митнически контрол; Отношение на административния персонал; Качество на самолетните услуги
Фактор 6: Пазаруване/Шопинг	Съотношение цена-качество; Разнообразие в предлагането
Фактор 7: Намеса на правителството	Намеса на правителството в управлението на дестинацията; Улеснен публичен сектор
Фактор 8: Локация и достъпност	Наличие на директни полети; Разстояние между дестинациите; Публичен транспорт
Фактор 9: Електронни услуги	Използването на информационни технологии в туристическите фирми
Фактор 10: Ношен живот	-
Фактор 11: Визови изисквания	Като пречка за посещения
Фактор 12: Увеселителни/Тематични паркове	-

Източник: собствена интерпретация по данни от проведеното проучване²

2. Анализ на бизнес факторите за определяне на конкурентоспособността при туристическите дестинации

В следващите години се публикуват редица анализи и доклади, посветени на изследването на конкурентоспособността на туризма. Майкъл Енрайт и Джеймс Нютън в две свои публикации от 2003г. и 2004г. си поставят за цел да определят важността на туристическите фактори и бизнес характеристиките за конкурентоспособността на дестинацията. Авторите провеждат анализ на ефективността на показателите за конкурентоспособност, изразяващи силата на тяхното влияние върху икономическите последици за Хонконг, като туристическа дестинация. Енрайт и Нютън

¹ Dwyer, L., R. Mellor, Z. Livaic, D. Edwards, and C. Kim (2004). „Attributes of Destination Competitiveness: A Factor Analysis.“ *Tourism Analysis*, 9 (1): p. 94

² Пак там, p. 95

изследват значението на 15 основни ресурса и 37 бизнес фактора, определящи относителната конкурентоспособност на дестинации като Хонконг, Сингапур и Банкок. Тяхната извадка включва допитване на специалисти от туристическата индустрия.

В същността на проучването са предложени основни характеристики, с които дестинацията се припознава, като качество на услугите, климат, нощен живот, интересна архитектура, специални фестивали или събития, както и бизнес фактори, като политическа стабилност в региона, местни политики, географска локация, такси и данъци, инфраструктура и др.

Характеристиките (ресурсите) на дестинацията, както и бизнес факторите са ранкирани по две скали – по важност и по относителна конкурентоспособност. Резултатите показват интересни зависимости между тях:

1а. По отношение на характеристиките според степента на важност (низходящ ред):

- Нивото на безопасност в съответната дестинация;
- Качеството на съответната кухня;
- Туристическите атракции в курорта;
- Други показатели от същата категория.

1б. По отношение на характеристиките според относителна конкурентоспособност (низходящ ред):

- Качеството на съответната кухня;
- Нивото на безопасност в съответната дестинация;
- Нощният живот
- Други показатели от същата категория.

2а. По отношение на бизнес факторите според степента на важност (низходящ ред):

- Политическа стабилност;
- Международен достъп;
- Транспортна достъпност;
- Други показатели от същата категория.

2б. По отношение на бизнес факторите според относителна конкурентоспособност (низходящ ред):

- Потенциал на пазара да расте;
- Международен достъп;
- Банкова и финансова система
- Други показатели от същата категория.¹

От резултатите става ясно, че колкото и да са близки като оценка и подредба характеристиките (ресурсите) на дестинацията и бизнес факторите в тях, има съществена разлика в това, което допитаните специалисти от туристическата индустрия са оценили с висока степен на важност, и това до колко същите са определящ фактор за да бъде изследваната дестинация конкурентоспособна.

В заключение може да бъде обобщено, че в публикацията на Енрайт и Нютън е разработена методология, въвела по-широк подход към конкурентоспособността на туризма. Предоставеният количествен и теоретично емпиричен анализ предлага основа за разработване на стратегии и формулиране на политики в туристическата индустрия по отношение на конкуренцията между дестинациите.

3. Нови модели за изследване

През 2005г. един от броевете на списанието „Tourism Economics“ е посветен специално на темата за конкурентоспособността в туризма. Сред седем статии в този брой две от тях са допринесли най-много за основните изследвания на конкурентоспособността на дестинациите: тази на Мангиън, Дърбари и Синклер, озаглавена „Конкурентоспособност в туризма: Цена и качество“ и „Индикатори за конкурентоспособност в туристическата индустрия“ на д-р Гоорочурн и Сигюарто.

Характерното за този период от време е зараждането на пакетните почивки и груповите пътувания. Именно те са и обектът на изследването на Мангиън, Дърбари и Синклер, които използват модела „почти идеалната система на търсене“² и хедоничната теория на ценообразуването за оцен-

¹ Enright, M. J., and J. Newton (2004). „Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach.“ *Tourism Management*, 25 (6): 777–788.

² Mangion, M.-L., R. Durbarry, and M. T. Sinclair (2005). „Tourism Competitiveness: Price and Quality.“ *Tourism Economics*, 11 (1): 45–68

ка на конкурентоспособността на три дестинации (Малта, Испания, Кипър), предлагащи именно пакетни почивки. Моделът им осигурява еластичност на цените, което характеризира относителната ценова конкурентоспособност за всяка двойка изследвани дестинации. След което с помощта на хедоничната теория се проучват потенциалните причини за ниска или висока ценова конкурентоспособност. Атрибутите на туристическите пакети се анализират по отношение на техния принос към изчисляването на общата цена, предлагана от туроператорите. Подходът на Мангиън, Дърбари и Синклер включва принципни разсъждения и връзки между причина и следствие. Липсва само връзката на преките ефекти на атрибутите на дестинацията (или пакета) върху самото реално търсене (т.е. независимо от цената). Включването и на такова изследване би послужило за разкриване на механизмите на неценовата конкуренция.

В другата публикация от това издаване д-р Гоорочурн и Сигуарто разглеждат 23 критерия в обобщени индекси за всеки от осемте основни показателя за конкурентоспособност (цена, икономическо и социално въздействие, човешки ресурси, инфраструктура, околна среда, технологии, достъпност и социално развитие). Те изграждат съвкупни индекси за всеки от осемте основни показателя. След това определят основните показатели в извадка от 93 държави. Изчислявайки и осреднявайки тези данни, авторите поставят първи стъпки към дефиниране на съвкупен индекс за обща конкурентоспособност. В последващия си анализ те използват целия набор от осемте основни показателя за изграждане на клъстери на страни с подобна конкурентна сила. Появява се обаче един фундаментален проблем, тъй като причините и последиците от конкурентоспособността се смесват в процеса на изследване и изчисляване на индексите. Например „сумата от туристически посещения и заминавания като съотношение към населението на страната“ е включена в „индикатора за човешки туризъм“.¹ Следователно полученият индекс на конкурентоспособност не може да се използва за да се обяснят и предскажат добрите резултати или неуспехите на дадена дестинация.

При новите подходи и методи за определяне на конкурентоспособността в туризма и на туристическите дестинации се забелязва по-задълбочено изследване на **бизнес климата** и **факторите**, които влияят и определят силата на конкуренцията. Включват се новите технологии, спецификата при ценообразуването и пакетното предлагане на туристическите услуги, което е предпоставка за по-обширни анализи.

През 2010г. авторите Пол Фарис, Нийл Бъндъл, Филип Пфайфер и Дейвид Райбщайн публикуват второто издание на труда „Метрики в маркетинга: ръководство за измерване на маркетинговите резултати“.² Едно от най-трудните неща в маркетинга е неговото измерване и по какъв начин вложените средства биват превърнати в реални продажби и печалба. Друг основен проблем пред съвременните мениджъри и маркетинголози е да оценят обхвата на показателите, чрез което да могат да определят успеха на маркетинговите стратегии.

От друга страна авторите описват конкретни показатели и индикатори, чрез които може да се калкулира конкурентното предимство, да се измери и определи тенденция, да се обяснят явления, да се диагностицират причините, да се споделят констатации и да се проектират резултати от бъдещи събития.

Метриката в маркетинга се използва главно за три цели: възприемането на продукта от клиентите; изчисляването на пазарния дял и анализ на конкуренцията.³ Именно изясняването и описването на индикаторите от третата част са обект на изследване в този литературен обзор:

1. Пазарен дял;
2. Относителен пазарен дял;
3. Индекс на развитие на бранда;
4. Индекс на развитие на категорията;
5. Проникване;
6. Дял от портфейла;
7. Индекс на средно потребление;

С описанието на тези индикатори и показатели авторите показват по какъв начин може да се калкулират конкурентните предимства на дадено предприятие, къде то се намира на пазара, до

¹ Gooroochurn, N., and G. Sugiyarto (2005). „Competitiveness Indicators in the Travel and Tourism Industry.“ *Tourism Economics*, 11 (1): 25–43.

² Paul W. Farris, Neil Bendle, Phillip E. Pfeifer, David Reibstein (2010). „Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance“ Pearson Education.

³ Paul W. Farris, Neil Bendle, Phillip E. Pfeifer, David Reibstein (2010). „Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance“ Pearson Education. p. 27

колко неговите стоки и услуги се успешни и в каква степен е конкурентоспособно спрямо другите фирми в категорията или отрасъла. С помощта на абсолютните стойности и получените резултати могат да се направят изводи за конкурентното предимство във всяка една сфера на икономиката, включително и в конкурентоспособността в туризма.

Обобщение

След разглеждане и анализ на литературните публикации по темата за конкурентоспособността в туризма се вижда, че има редица трудове, които засягат методологията на изследването на различни фактори и показатели за наличие и измерване на конкуренцията между дестинациите.

След анализиране на публикациите бяха предложени групирания и обобщения по вида на използваните фактори за конкурентоспособност и по използваните методи и модели за определяне на конкурентните предимства.

В изследваните чуждестранни публикации бяха разгледани индекси и модели на конкурентоспособност, и бяха изведени следните изводи:

- Посетителите от различните страни следват разнообразни модели и имат различни навици на потребление в определени дестинации;

- С помощта на концептуалния модел на конкурентоспособност на Ричи и Крауч е доказана връзката между туризма и качеството на живот и по-специално важноста на концепцията за конкурентоспособност на самата дестинация;

- Чрез факторния анализ на Дуайър и предложеният интегриран модел на конкурентоспособност на дестинацията са изведени показатели и фактори, които могат да бъдат използвани за измерване на конкурентните възможности;

- Конкурентоспособността на дестинацията е резултатът от целия процес на взаимодействие на ресурси, управление и политики, при наличие на определени условия и фактори.

Няма единичен или уникален набор от показатели за конкурентоспособност, които да се прилагат по всяко време, за всички дестинации. Всеки елемент от конкурентоспособността на дестинацията може да се използва като показател за наличие на такава.

Използвана литература

1. Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 137-152.
2. Dwyer, L., and C. Kim (2003). „Destination Competitiveness. Determinants and Indicators.“ *Current Issues in Tourism*, 6 (5): 369–414.
3. Dwyer, L., P. Forsyth, and P. Rao (2000). „The Price Competitiveness of Travel and Tourism: A Comparison of 19 Destinations.“ *Tourism Management*, 21 (1): 9–22.
4. Dwyer, L., R. Mellor, Z. Livaic, D. Edwards, and C. Kim (2004). „Attributes of Destination Competitiveness: A Factor Analysis.“ *Tourism Analysis*, 9 (1): p. 92
5. Edwards, A. (1995). *Asian-Pacific travel forecasts to 2005*. Research Report, Economist Intelligence Unit, London.
6. Enright, M. J., and J. Newton (2004). „Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach.“ *Tourism Management*, 25 (6): 777–788.
7. Gooroochurn, N., and G. Sugiyarto (2005). „Competitiveness Indicators in the Travel and Tourism Industry.“ *Tourism Economics*, 11 (1): 25–43.
8. Mangion, M.-L., R. Durbarry, and M. T. Sinclair (2005). „Tourism Competitiveness: Price and Quality.“ *Tourism Economics*, 11 (1): 45–68.
9. Paul W. Farris, Neil Bendle, Phillip E. Pfeifer, David Reibstein (2010). „Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance“ Pearson Education.
10. Ritchie, J. R. B., G. I. Crouch, and S. Hudson (2001). Developing Operational Measures for the Components of a Destination Competitiveness/ Sustainability Model: Consumer versus Managerial Perspectives. In *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, edited by J. A. Mazanec, G. I. Crouch, J. R. B. Ritchie, and A. G. Woodside. Wallingford, UK: CABI Publishing, pp. 1–17.
11. Ritchie, J. R. Brent (1987). *Tourism Marketing and the Quality of Life*, in *Marketing and the Quality of Life Interface*, A. Coskun Samli, ed., Quorum Books, New York.

Рецензент: гл. ас. д-р Даниела Кръстева

ОЦЕНКИТЕ НА СОЦИАЛНОТО ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА ПУБЛИЧНИТЕ ИНДУСТРИАЛНИ ПОЛИТИКИ В БЪЛГАРИЯ – СПЕЦИФИКИ И ПРОБЛЕМИ

Андрей Лалов
докторант в катедра „Икономическа социология“, УНСС

a.lalov@yahoo.com

Резюме: Оценката на социалните въздействия ОСВ е процес на анализ, прогнозиране, оценка, отразяване и управление на предвидени и нежелани последици за човешката среда на планирани интервенции (политики, програми, планове, проекти) и всяка социална промяна процеси, предизвикана от тези интервенции, за постигане на по-устойчиво и справедлива биофизична и човешка среда. В основата на ОСВ стои идеята, че човешката дейност винаги генерира последици (позитивни или негативни), които могат да бъдат изучавани, предвиждани и оценявани. ОСВ са важен инструмент в управленската практика при разработването и реализацията на публични политики, програми и мерки. Важността на ОСВ се определя от необходимостта да се оптимизират мащабни публични политики, програми и проекти от гледна точка на техните въздействия върху множество аспекти на живота общността. Идентификацията на социалните въздействия на публичните политики за развитие, прави възможно да се моделират по-ефективни и ефикасни интервенции, да се предприемат корективни действия по време на изпълнението им, както и да се подготвят концепции за бъдещи такива. Добрите практики при програмирането и изпълнението на политики за развитие изискват ОСВ да се прилагат систематично при всички фази на проектния цикъл, както и при законодателните актове с цел да се установят техните вероятни и реални икономически, екологични и социални последици.

Измерване на социалните последици от прилагането на публични политики в сферата на конкурентоспособността и иновациите в България, все още не стои като приоритет. Основните причини за това са липсата на нормативно задължение за провеждането им, както и кадрови, методологически и финансови дефицити. Това повишава риска от неадекватни интервенции, непостигане на целите, а понякога и до негативни ефекти от прилагането на политиките върху общността. Преодоляването на този риск изисква систематични усилия в посока на усъвършенстване на правно – административната рамка, разработване на относително стабилен инструментариум в т.ч. система от индикатори за измерване на най-важните социални въздействия. Една задълбочена оценка на социалните ефекти от изпълнението на една от публичните политики в сферата на конкурентоспособността и иновациите, а именно Оперативната програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007-2013“ ще позволи да се видят по-ясно ползите от ОСВ и ще стимулира процеса на по-активното и прилагане.

Ключови думи: оценка на социалното въздействие, публични политики за развитие, индустриални политики, малки и средни предприятия

SOCIAL IMPACT ASSESSMENTS OF PUBLIC INDUSTRIAL POLICIES IN BULGARIA – SPECIFICS AND PROBLEMS

Andrey Emilov Lalov

Summary: Social impact assessment (SIA) is the process of analyzing (predicting, evaluating and reflecting) and managing the intended and unintended consequences on the human environment of planned interventions (policies, programs, plans, projects) and any social change processes invoked by those interventions to bring about a more sustainable and equitable biophysical and human environment. The basic idea of SIA is that human activity will always generate effects (positive or negative) which is possible to be studied, predicted and assessed. SIA is an important management tool for the development and implementation of public policies, programs and measures. The importance of SIA is determined by the need to optimize large-scale public policies, programs and projects in order to be in line with many aspects of community life. The identification of the social impact of the public policies will help to build more effective and efficient interventions, to take corrective actions during their implementation and to prepare the concept for future ones. Good practices in policy programming and implementation require systematic application of SIA to all phases of the project cycle, in order to identify their possible and real economic, environmental and social effects.

Measurement of social impacts of the implementation of public policies in the field of competitiveness and innovation in Bulgaria is not a priority. The main reasons are the lack of a legal obligation to implement, low level of administrative capacity, methodological and financial deficits. This increases the risk of inadequate interventions, failure to achieve the objectives, and even negative effects on the community. Mitigation of this risk requires systematic efforts in the field of better regulation; development of relatively stable methodological tools, incl. a system of indicators for measurement of the most important social impacts. An in-depth SIA of one of the Bulgarian

public policies in the field of competitiveness and innovation, namely the Operational Program „Development of the Competitiveness of the Bulgarian Economy 2007-2013“ will show more clearly the benefits of SIA and will stimulate the more active implementation of this instrument.

Keywords: *social impact assessment, public development policies, industrial policies, small and medium-sized enterprises*

Използвани съкращения

ОСВ – Оценка на социалното въздействие

ОПРКБИ – Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007-2013“

МСП – Малки и средни предприятия

ОВОС – Оценка на въздействието върху околната среда

ЕС – Европейски съюз

МС – Министерски съвет

ЗМСП – Закон за малките и средни предприятия

ИСУН – Информационна система за управление и наблюдение на средствата от ЕС в България

НИРД – Научно изследователска и развойна дейност

1. Оценка на социалното въздействие – основни постановки

Същност и дефиниция на оценките на социалното въздействие

Концепцията за оценките на социалните въздействия (ОСВ) е свързана с идеята, че човешката дейност винаги генерира последици (позитивни или негативни), които могат да бъдат изучавани, предвиждани и оценявани. Значимостта на тези въздействия, нараства с мащаба на дейностите, като в основата на развитието на ОСВ стои необходимостта да се оптимизират крупни публични политики, програми и проекти от гледна точка на техните въздействия върху множество аспекти на живота общността. Идентификацията на социалните въздействия на публичните политики за развитие, прави възможно да се моделират по-ефективни и ефикасни интервенции, да се предприемат корективни действия по време на изпълнението им, както и да се подготвят концепции за бъдещи такива. На теоретично ниво, еволюцията на дефинициите на ОСВ се движи паралелно на тенденциите за постигане на относителна универсална приложимост на оценките в различна нормативна среда, при различни видове въздействия, различни цели на оценката. Първоначално ОСВ се възприема единствено като инструмент за идентификация на бъдещи негативни социални ефекти от прилагането на дадена политика, което сериозно ограничава приложното ѝ поле само в рамките на т. нар. предварителна (ex-ante) оценка. Съвременното приложение на ОСВ, дава и едни по-широки граници, определящи адекватно ролята ѝ в процеса на създаване, реализация и отчитане на резултатите от политиките за развитие. ОСВ вече се възприема като технология и процес на оценяване на социалните въздействия от планирани, в процес на изпълнение и вече извършени публични интервенции.

Някои от основните характеристики на ОСВ, (Нончев, Манчева, Тагаров, 2014: 12 с.) произтичащи от съвременната ѝ интерпретация, могат да се резюмират в следните няколко пункта:

- ОСВ може да се прилага при множество различни интервенции (стратегии, политики, мерки, конкретни проекти, нормативни актове и др..)
- ОСВ има проактивен характер, насочен към целите на развитието и не се ограничава в просто регистриране на въздействия.
- ОСВ се отнасят към важни обществени потребности и подпомагат вземането на информирани решения при разработването и управлението на политики, отчитайки потребностите на целевите групи на интервенциите.
- ОСВ подпомагат изграждането на социален капитал, стимулирайки развитието на капацитета и овластяването на засегнатите от политиките общности.
- ОСВ отчитат връзката между различните типове въздействия (икономически, социални, екологични)
- ОСВ може да се прилага на всеки от етапите на проектния цикъл на интервенцията и не се ограничава само до предварителна оценка. ОСВ може да се използва както за анализ и оценка на планирани, така и на непланирани събития и ефектите от тях.

- Модерното разбиране за ОСВ има отношение и към принципите на добро управление, развитието на гражданското общество и демокрацията. Това разбиране за ОСВ, намира отражение в следната дефиниция:

ОСВ е процес на анализ, прогнозиране, оценка, отразяване и управление на предвидени и нежелани последици за човешката среда на планирани интервенции (политики, програми, планове, проекти) и всяка социална промяна процеси, предизвикана от тези интервенции, за постигане на устойчиво и справедлива биофизична и човешка среда. (Becker, Vankley, 2003:25)

Оценките на социално въздействие в контекста на европейските и националните политики за икономическо развитие

Европейският Съюз провежда политика за икономическо и социално сближаване, известна още като кохезионна политика, чиято цел е да се намалят различията в икономическото и социалното развитие на отделните страни и региони. Тази обща за страните – членки на ЕС цел се материализира и операционализира в поредица от логически, тематично и йерархично свързана система от европейски и национални политики, формулирани в съответни документи, които от своя страна са подчинени като форма и съдържание на обща правна регламентация. През 2002 г. Европейската комисия въведе нов подход за оценка на въздействия на политиките за развитие с цел да се развива по-ефективна и ефикасна регулаторна среда и да осигури по-съгласувано прилагане на Стратегията за устойчиво развитие¹. Новият подход обединява всички до момента отделни секторно ориентирани оценки – екология, бизнес, равенство между половете и др.. Амбицията е оценките на въздействието да се прилагат систематично при всички фази на политиките за развитие и законодателни актове за да се установят техните вероятни и реални икономически, екологични и социални последици. Тези оценки са предназначени както за подпомагане на администрацията за вземане на информирани политически решения и подобряване на качеството на политиките, така и за осигуряване на правото на участие на гражданите в създаването и реализацията на политики.

Европейската практика в интервенциите със секторна и тематична ориентация в икономиката и в частност в индустрията, чрез публичен финансов ресурс се появява в България на сравнително късен етап на прехода във връзка с необходимостта от формулиране на конкретни активни политики, годни за финансиране от предприєдинителните и структурни фондове на ЕС. Тази годност се определя от наличието на няколко задължителни структурни елемента на публичните политики: ясно формулирани, постижими и измерими цели, ясна приоритизация на проблемите, мултиплициращ ефект на финансирането, държавни помощи, ясна йерархична обвързаност с политиките на национално и европейско ниво, административен капацитет за изпълнение. Доколкото ОСВ са сравнително нов за науката и съответно за практиката инструмент и предполагат стратегически подход към създаването и изпълнението на политики за развитие, е обяснимо тяхното ограничено приложение в българската икономическа, политическа и социална реалност. Проблематиката, свързана с тази тема, задължително трябва да се разглежда и във връзка с характера и особеностите на държавното планиране, както и с немалко аспекти на социално-икономическата ситуация в страната.

Вече повече от 10 години България инвестира активно публични европейски фондове в избрани приоритетни сектори, като целта на тези инвестиции е да се преодолеят в максимална степен социално-икономическите различия с по-развитите европейски региони. Общият обем на публичните инвестиции за периода на членството на страната, чрез фондовете на ЕС, в различни сектори на индустрията, тематично насочени към модернизация, иновации, енергийна и ресурсна ефективност, надхвърлят 3 млрд. евро. Докато за старите страни-членки средствата, които получават по Структурните фондове са само един от източниците за финансиране на икономическите политики и в доста случаи националните програми многократно надхвърлят по бюджет оперативните програми на общността, то в новите страни-членки, включително България, средствата от оперативните програми са доминиращ, а в много сектори, какъвто е секторът на производствените малките и средни предприятия (МСП), единствен източник за финансиране на политиките за развитие.

За съжаление, въпросът за измерване на социалните последици от прилагането на тези политики в България, все още не стои като приоритет по редица причини, като основните са липсата на административно задължение за провеждането им, извън Оценката на въздействието върху окол-

¹ COMMISSION STAFF WORKING PAPER – Impact Assessment: Next Steps In support of competitiveness and sustainable development (2002)

ната среда (ОВОС), както и кадрови, методологически и финансови дефицити. Стандартните, задължителни оценки – предварителна, междинна и окончателна, до момента не включват в себе си ОСВ, което повишава риска от неадекватни интервенции, непостигане на целите, а понякога и до негативни ефекти от прилагането на политиките върху общността.

Няколко са ключовите дефицити при прилагането на ОСВ при българските индустриални политики.

На първо място е липсата на традиции и съответно опит, както в стратегическото планиране така и в ОСВ, като неразделна част от него. Държавното стратегическо планиране в България в сферата на конкурентоспособността и иновациите има сравнително кратка история. Като повратен момент в практиката на модерното стратегическо планиране може да се приеме членството на страната в ЕС и конкретно, възможността да се финансират политики за повишаване на конкурентоспособността на българската икономика, чрез фондовете на съюза. Тези политики изискват ясно формулиране на цели, приоритети, мерки, методология за мониторинг и оценка. Тази система от свързани йерархично и хронологично етапи на програмиране на политики, продължава да бъде предизвикателство за администрацията и партньорските структури.

На второ място, съществуват редица дефицити в националната административно-правна рамка за прилагане на ОСВ. По оценка на МС, има повече от 30 нормативни акта, задължаващи страната да разработва и изпълнява стратегически документи. Същевременно няма разработена систематична регламентация на процеса на стратегическо планиране и съответно на ОСВ. Не по-малко критични са и проблемите на експертно ниво. Трудно се покриват експертно от администрацията, области като държавни помощи, програмиране, наблюдение и оценка.

На трето място, реално и ефективно прилагане на принципа на партньорство. Едно от фундаменталните достижения на модерния подход при създаването и реализацията на политики за развитие е възможността на гражданите да участват активно при вземането на решения, при формулирането и прилагането на политиките, както и да бъдат информирани за резултатите и въздействията им върху техния живот. Основната част от тази информация дават резултатите от ОСВ. Ограниченото ѝ приложение в голяма степен не позволява пълната реализация на принципа на партньорство. Този принцип навлиза сравнително трудно в практиката, поради множество фактори, сред които липса на традиции в комуникацията между администрацията и структурите на гражданското общество, все още слаб експертен капацитет, най-вече при външни за администрацията структури, ниска степен на доверие между заинтересованите страни, ниско ниво на публичност на резултатите и социалните ефекти от провежданите политики.

Така формулираните проблемни моменти при прилагането на ОСВ, до голяма степен влияят негативно на качеството на българските политики за развитие на конкурентоспособността и иновациите. Преодоляването им изисква систематични усилия в посока на усъвършенстване на правно – административната рамка за разработване и прилагане на публични политики за развитие, разработване на относително стабилен инструментариум и капацитет за ОСВ, в т.ч. система от индикатори за измерване на най-важните социални въздействия в следствие на изпълнението на политиките за развитие на индустрията в България. Една задълбочена оценка на социалните ефекти от изпълнението на публичните политики за развитие на конкурентоспособността ще позволи да се видят по-ясно ползите от ОСВ и ще стимулира процеса на по-активното и прилагане. За да се изгради ясна технология и инструментариум за ОСВ е важно да се опишат и анализират принципите и съдържанието на изследваната политика, което ще осигури адекватно разбиране както на контекста, така и на спецификите на обекта на изследване.

2. Принципи и съдържание на публичните политики за насърчаване на конкурентоспособността и иновациите на европейско ниво и в България

Принципи

Създаването, реализацията и оценката на европейските политики за развитие се базират четири ключови принципа:

- Принцип на концентрация на ресурси, според който основната част от структурните фондове на ЕС трябва да се насочат към най-бедните страни и региони. Вторият аспект на концентрацията е помощта да се насочи към малко на брой основни приоритети.

- Принцип на програмиране, който постановява ясна йерархия на програмните документи и изключва директно финансиране на отделни проекти. Финансират се многогодишни програми, създадени съгласно правилата на стратегическото планиране.
- Принципът на допълняемост гласи, че европейското финансиране не може да замества изцяло националното финансиране на политиките за развитие.
- Принципът на партньорство е фундаментален за всяка публично финансирана политика. Чрез него се осигурява пряка връзка със заинтересованите страни и се гарантира гражданско участие и контрол върху процеса.

Партньорството – ключов принцип и фундаментална ценност на социалното оценяване

Принципът на партньорство пряко кореспондира с ценностите на социалното оценяване (Нончев, Манчева, Тагаров, 2014) и по-конкретно с правото на хората да участват при вземането на решения по политики, които имат пряко въздействие върху качеството на техния, а и на бъдещите поколения живот и респективно поставянето на акцент върху него е оправдано и необходимо.

Европейският модел за създаване и реализация на политики за развитие, задължително отчита правото на хората да участват при вземането на решения за съдържанието, целите, инструментите за тяхното постигане, ефективността и ефикасността на вложените публични ресурси, както и да бъдат информирани за ефектите от прилагането на политиките. В този контекст, принципът на партньорство е задължителен елемент на политиките на Европейския съюз, както и на националните политики за развитие. Този принцип се прилага на всички нива на стратегическо планиране и програмиране, изпълнение, мониторинг и оценка на публичните политики и програми, в т.ч. и в сферата на конкурентоспособността и иновациите. Същевременно, принципът на партньорство намира своята реализация и при осъществяването на ОСВ, осигурявайки прозрачност на процеса на програмиране, реализация и постигане на целите на политиките.

Работата в партньорство предполага тясно сътрудничество, както между публичните органи на национално, регионално и местно ниво, така и сътрудничество между администрацията, бизнес сектора и гражданския сектор (НПО). Принципът на партньорството за целите на политиките за развитие може да се дефинира като *„възможно най-широки консултации сред всички съответни институции – регионалните и местни власти, други компетентни органи, включително и тези, отговорни за опазване на околната среда и насърчване на равенството между половете, икономически и социални партньори.“*¹

Чрез партньорството, в сферата на политиките за конкурентоспособност и иновации се търси реализацията на три главни цели:

Адекватно на нуждите и интересите на заинтересованите страни формулиране на политики и програми; Тази цел предполага разработването и прилагането на адекватни аналитични инструменти при идентифицирането на заинтересованите страни, техния капацитет и нагласи по отношение както на процеса на програмиране, така и при формулирането на проблемите и инструментариума за тяхното решение.

Постигане на максимална ефективност при изпълнение на политиките, чрез съгласуване и обединение на усилията на всички участници в процеса; Тази цел адресира необходимостта от осигуряване на подкрепа от заинтересованите страни и обществеността за реализацията на политиките за развитие. Целта реферира също и към публичността на процеса, като се осигурява необходимата прозрачност – важен фактор за реализация на правото на участие на гражданите при вземането на решения за интервенции, които пряко въздействат върху живота им.

Повишаване на капацитета за участие в процеса на програмиране, изпълнение и отчитане на всички участници в процеса. Реализацията на тази дългосрочна цел осигурява условия за повишаване на качеството на взаимодействието между администрацията и партньорите, а от там и на качеството на политиките за развитие.

В основата на принципа на партньорство при формулирането и изпълнението на политиките в областта на конкурентоспособността и иновациите, лежат няколко основни опорни пункта:

Съвременните възможности и подходи за реализация на политики в областта на развитието на конкурентоспособността и иновациите са твърде многопластови и сложни и предполагат наличието на многостранна експертиза за тяхната реализация. Мултидисциплинарната същност на процеса

¹ Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007-2013“.

предполага участието на организации, имащи тясна експертиза по теми като европейско и национално законодателство, обществени поръчки, публични финанси, държавни помощи, микро и макро икономика, мониторинг и оценка, секторни политики и др.. Информационното, аналитичното и методологично осигуряване на процеса не може да бъде в достатъчна степен гарантирано без участието на външни за администрацията, същевременно заинтересовани от политиките, актьори.

Създаването и реализацията на политики в областта на развитието на конкурентоспособността и иновациите, често се сблъсква с диаметралните интереси на важни участници в икономическия живот. Най-ярко очертани конфликтни зони могат да се идентифицират, например при реализацията на интересите на организациите на работодателите и тези на синдикатите. Преодоляването на тези конфликти изисква наличието на механизъм за партньорство, който да осигури консенсусна среда за дискусия по политиките за развитие а в последствие подкрепя за тяхната реализация.

Формалните и неформални връзки и взаимодействия между социално икономическите актьори са важен фактор за икономическото развитие и способността за справяне с икономическата и социална промяна. Тези връзки представляват социална мрежа, която позволява обмен на информация и становища, осигуряващи адекватни политики и мерки, както и тяхното припознаване от страна на максимално широк кръг заинтересовани страни.

Принципът на партньорство се прилага в две форми в зависимост от начина на участие на заинтересованите страни в процеса на създаване и реализация на политики:

- Пряко участие – форма, при която чрез институционални механизми се осигурява възможността за вземане на решения от заинтересованите страни при всеки един от етапите на проектния цикъл.
- Непряко участие – форма, при която се осигурява възможност на широк кръг организации и на отделни граждани да бъдат подробно информирани, както и да предлагат становища по вече създадени стратегически, оперативни и отчетни документи и анализи.

И при двете форми на участие на гражданското общество в процеса, ОСВ имат своето важно място, тъй като чрез тях се осигурява възможно най-адекватна информация за въздействието на политиките върху живота на хората, както и за ефективността и ефикасността на инвестирания публичен финансов ресурс.

Досегашният опит показва, че степента на участие на заинтересованите страни извън администрацията в подготовката (програмирането) в т.ч. при програмирането на конкретните грантови схеми, както и решаването на въпросите по изпълнението на проектите, е твърде ниска и не съответства на ключовата им роля в процеса. Основните причини за това са две. На първо място, въпреки принципа на партньорство, основната целева група, тази на бенефициентите, както и техните консултанти, неправилно се възприемат като „консуматори на финансиране“, а не като равноправни партньори на администрацията в реализирането на публичните политики, каквито те в действителност са. Този неправилен подход дава основание на държавната администрация самостоятелно и без реално отчитане на мнението на бенефициентите и консултантите да решава всички по-важни въпроси, свързани с програмирането и изпълнението на политиките. На второ място, самите бенефициенти и консултанти рядко заявяват обща консолидирана позиция по въпросите на усвояването на средствата. Когато такива позиции все пак се изразяват, по правило те се отнасят до конкретни, по-скоро частни проблеми на изпълнението, а не до качеството на програмиране, от което те обикновено произтичат.

От слабото участие на бенефициентите (потенциални и реални) в процеса на вземане на решения, в голяма степен произтичат редица негативни последици: политики, респ. инструменти, които не са адекватни на реалните потребности; неадекватни и неясни критерии за подбор на проектите; излишно усложнени и силно бюрократизирани процедури по кандидатстване, изпълнение и отчитане на проектите; липса на контрол върху действията на държавната администрация в процеса, и в крайна сметка липса на положителен социален ефект от интервенциите.

3. Съдържание на българските политики за насърчаване на конкурентоспособността и иновациите в периода 2007-2013

Практически цялата активна българска политика за насърчаване на конкурентоспособността и иновациите за периода 2007-2013 се съдържа и се реализира чрез Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007-2013“. Програмата е с общ бюджет от 1 162 215 551 евро, като 85% е съфинансирането от Европейския фонд за регионално развитие

(987 883 219 евро) и 15% са предоставени от националния бюджет (174 332 333). Програмата е приложима на територията на цялата страна, като в зависимост от насочеността на отделните си приоритети и процедури, е възможно да налага различни секторни ограничения.

Приоритетна област 1: „Развитие на икономика, базирана на знанието и иновационни дейности“ е насочена към развитието на основните елементи от системата за създаване, разпространение и приложение на резултатите от научноизследователската и развойна дейност и иновации в икономиката. За този приоритет са отделени 246 млн. евро за целия седемгодишен период. Подкрепата е насочена към развитие на приложни иновации, които да намерят пазарна реализация. Основните операции по Приоритетна ос 1 обхващат:

- Подкрепа за създаване и развитие на стартиращи иновативни предприятия

Дейностите по тази операция са насочени към преодоляване на изоставането в областта на създаването на предприятия с иновативни идеи, както и на подобряване на връзката бизнес-наука. Иновативните фирми в начален стадий на развитие по принцип се считат за високорискова инвестиция, което е силно ограничаващо за получаване на банково финансиране. Самите те не разполагат нито със свободни средства за инвестиции, нито с необходимото обезпечение за банков кредит. Тази операция цели предоставяне на подкрепа за такива предприятия, чрез подходящ и отговарящ на техните нужди вид помощ, включително консултантски услуги, напътстване, първоначални инвестиции и маркетинг.

- Подкрепа за разработване на иновации от предприятия и внедряването им в икономиката

Тази операция е предназначена за компании, които имат необходимия потенциал и за осъществяване на НИРД и идеи за конкретни разработки за нови продукти, процеси или услуги. Предприятията ще бъдат стимулирани да разработват нови технологии и да подобряват иновационната си дейност.

- Създаване на нова и укрепване на съществуваща проиновативна инфраструктура

За подобряване на цялостната иновационна дейност в предприятията, каквато е насочеността на интервенциите по ОПРКБИ, е необходимо да се стимулира развитието на приложни изследвания и да се насърчи сътрудничеството между изследователски организации, университети и предприятия.

Първата целева група за подкрепа по Приоритетна ос 1 са стартиращите предприятия с висок иновативен потенциал, но с ограничени възможности за навлизане във фаза на растеж поради недостиг на опит, знания, неправилно планиране и липса на финансиране.

Втората целева група са съществуващи предприятия, чиято дейност и конкурентоспособност ще се подобрят съществено от въвеждането на иновативен продукт, процес или услуга.

Третата целева група са т.нар. „иновативни посредници“ – високотехнологични бизнес инкубатори, технологични паркове, офиси за трансфер на технологии и др.

Приоритетна област 2: „Повишаване ефективността на предприятията и развитие на благоприятна бизнес средата“ е насочена към подкрепа за предприятия с потенциал за развитие. Средствата по тази ос са предназначени за подпомагане на технологичното обновление, намаляване на енергоемкостта и коопериране с цел повишаване на конкурентоспособността на предприятията, както и подобряване на консултантските и информационни услуги, предоставяни на бизнеса от организации, подкрепящи бизнеса. Приоритетна ос 2 е с най-голям бюджет общо 586 млн. евро и предвижда почти изцяло директна инвестиционна подкрепа за предприятията.

Основните операции по Приоритетна ос 2 обхващат:

- Технологично обновление в предприятията

Цели се стимулиране на инвестиционната активност на предприятията, подобряване на качеството и увеличаване обема на продукцията. Подкрепата за МСП е 80% от ресурса по за технологично обновление. Това е мярката, по която има най-голям интерес от страна на предприятията.

- Покриване на международно признати стандарти

Мярката цели да се подпомогнат българските МСП при въвеждането на широк спектър стандарти, липсата на които е пречка пред излизане на външни пазари.

- Въвеждане на енергоспестяващи технологии

Мярката подкрепя инвестиции за използване на екологични, безотпадни, енергийно спестяващи производствени технологии, с цел намаляване на енергоемкостта и неблагоприятния екологичен ефект и постигане на устойчивото развитие.

По отношение на целеви групи фокусирането е върху МСП с добри икономически показатели, които имат потенциал за растеж и възможност за осъществяване на износ.

Политиките за развитие, заложи в стратегическата част на програмата, са насочени приоритетно към сектора на МСП по смисъла на Закона за малките и средни предприятия (ЗМСП). Това е така, поради доминиращата им роля в икономиката на страната, техните сравнително ограничени възможности за интензивно развитие и иновации, затрудненият им достъп до финансиране, както и поради изискванията на общата европейска стратегическа рамка, която налага концентрацията на политиките именно в този сектор. Програмата допуска финансиране и на големи предприятия¹, но по-скоро като изключение и с ограничен бюджет, който не може да надхвърля 20% от бюджетната алокация на приоритет.

4. Специфики и проблеми при избор на методология при оценката на социалното въздействие на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика“ 2007-2013

Избор на обект и предмет на изследването

За обект на изследването са избрани политиките за развитие на българската индустрия, предметизирани чрез ОПРКБИ, в частност в два нейни ключови приоритета, тематично насочени към подпомагане на иновации и модернизация на производствени МСП. Анализът има за предмет социалното въздействие от прилагането на ОПРКБИ. Формулирани са няколко изследователски въпроса, чиято цел е да бъдат разкрити реалните въздействия (негативни и позитивни) от прилагането на ОПРКБИ:

Какви са целите и приоритетите на българските индустриални политики в изследвания период?

Кои са основните заинтересовани страни и какво е тяхното участие в програмния процес?

Какви видове социални ефекти се пораждат в следствие на изпълнението на индустриалните политики?

Кои са основните показатели за тяхното измерване?

Вземат ли се предвид социалните въздействия при формулирането на бъдещи индустриални политики?

Специфичен момент при ОСВ, прилагани като последваща (ex-post) оценка на вече реализирана, конкретна политика е изискването тя да бъде с напълно завършен проектен цикъл, както и да е минал сравнително дълъг период от време, след приключването и за да се проявят социалните ефекти от нейното прилагане. В този смисъл, подходящи за анализ са политиките за развитие, в частност тези за насърчаване на конкурентоспособността на икономиката, изпълнявани в рамките на програмен период 2007-2013. Изборът на ОПРКБИ е базиран на следната аргументация:

- ОПРКБИ е първата мащабна програма с публично финансиране, насочена към финансово стимулиране на конкурентоспособността на производствени предприятия в България.

- ОПРКБИ е създадена в резултат от систематичен процес на програмиране, извършен съгласно ясна правна рамка и осигурено финансиране.

- ОПРКБИ е доминиращ, финансово осигурен, стратегически инструмент за реализация на публични политики в българската индустрия за периода.

- ОПРКБИ е програма с напълно завършен проектен цикъл и е преминал сравнително дълъг период време за проявяване на социалните ефекти от интервенциите.

- В рамките на ОПРКБИ интересни за анализ са приоритетни оси 1 и 2, съответно Приоритетна ос 1 „Развитие на икономика базирана на знанието и иновационни дейности“ и 2 „Повишаване ефективността на предприятията и развитие на благоприятна бизнес среда“. Това са осите със сравнително най-голям брой бенефициенти, съответно с най-голям брой индивидуални проекти, както и с най-голям потенциал за генериране на социални ефекти.

Проблеми и методологически въпроси на изследването

Характерът на ОСВ от гл. т. на позиционирането ѝ по отношение на проектния цикъл, е последваща (ex post). Фокусът ще бъде върху постигнатите резултати и ефекти върху целевите групи и общността. Изходните позиции за анализ се съдържат в насоките за кандидатстване, както и в методологията за оценяване на проектни предложения. Въпреки, че по своята същност те са оперативни документи, които операционализират политиката, заложи в оперативната програма, насо-

¹ Не попадащи в рамките на критериите за МСП по смисъла на чл.3 и чл. 4 от ЗМСП.

ките и методологията за оценка са подходящ материал за анализ, поради своята относителна конкретност и неопосредствено влияние върху кандидат бенефициентите, а оттам и на социално икономическата среда.

Изборът на операциите по приоритетни оси 1 и 2 на ОПРКБИ, като интересни от гл. т. на ОСВ се аргументира на първо място с тяхната популярност и регистрираното от изпълнената последваща оценка пълно финансово изпълнение на заложените бюджети. От друга страна, покритата от мерките проблематика, а именно технологичното изоставане, високата енергийна интензивност на производството, слабата иновационна активност, са сред ключовите бариери пред развитието на конкурентоспособността на МСП в България. Налага се изводът, че тези операции са правилно формулирани от гл.т. на нуждите на потенциалните кандидати, което се доказва с данни за тяхната популярност. По данни от информационната система за управление и наблюдение на структурните инструменти ¹(ИСУН), за периода 2007-2013 по приоритетни оси 1 и 2 са сключени съответно 666 и 2453 договора за безвъзмездна помощ на стойност 1,4 млрд.лв.. Спецификата на избраните за оценка операции в рамките на приоритетни оси 1 и 2 и тяхната насоченост към решаване на достатъчно широк спектър от проблеми, позволява да се направят интересни анализи и изводи за ефективността и въздействието на политиките за развитие на МСП в сферата на индустриалното производство. Въздействието, конкретно на тази програма и в частност на избраните операции от нея, има изследователска стойност най-вече поради факта, че тя се явява първи опит за практическа реализация на подобен тип политика в България в условията на пазарна икономика.

Наличието и възможността за събиране на информация за целите на ОСВ е ключов момент при формулирането на ограниченията на анализа. Основен източник на вторична информация е системата за оценка и мониторинг на ОПРКБИ. Типологията на индикаторите на ОПРКБИ има три нива, следващи вътрешната йерархия на програмата: индикатори на макро ниво(програма), мезо ниво (приоритетна ос) и микро ниво (операция). Същевременно, в ОПРКБИ е заложен и друг йерархичен модел на системата от индикатори, който кореспондира с насоките на ЕК за оценка на оперативните програми². Този модел определя следните нива:

- Контекстни индикатори – осигуряват количествена информация на макро ниво за социално-икономическата ситуация и състоянието на средата. В това ниво се включват индикатори като: БВП на глава от населението; разходи за НИРД към БВП; износ към БВП; ПЧИ към БВП.

- Индикатори за продукт (базови индикатори, outputs) – продуктите индикатори кореспондират с оперативните цели на ОПРКБИ и са формулирани на ниво операции. Основните индикатори в тази категория са: За приоритет 1 – брой създадени работни места, брой проекти свързани с НИРД, брой подкрепени стартиращи предприятия; брой въведени иновации и др.. За приоритет 2 – Брой на подкрепени МСП, Брой въведени енергийно ефективни технологии и др.

- Индикатори за резултат (outcomes) – За приоритет 1 – дял на оцелели стартиращи иновативни предприятия; брой регистрирани патенти, дизайн, търговска марка; брой предприятия ползвали услуги на центрове за трансфер на технологиите; брой НИРД проекти изпълнени в подкрепени изследователски организации. За приоритет 2 – Нарастване на производствения капацитет в подкрепените предприятия; Намаляване на средната възраст на технологичното оборудване в подкрепените предприятия; Брой стандарти въведени в подкрепените предприятия;

- Индикатори за въздействие (impact) – Кореспондират с общите цели на ОПРКБИ и съответно се разглеждат на ниво програма – производителност на труда, принос на МСП в БВП, Дял на предприятията, които използват общи и специализирани консултантски услуги.

Така описаната система от индикатори в ОПРКБИ, не позволява на нейна база да се извърши пълноценна ОСВ. Обхватът на ОСВ трябва да включва анализ на степента на постигане на общите и специфичните цели, докато постигането на оперативните цели по принцип се изключва от ОСВ, тъй като те се отнасят до конкретни продукти или услуги, предоставени по програмата. В тази връзка, едно от главните ограничения на изследването, същевременно негово основно предизвикателство, е създаването на система от индикатори за ОСВ, които от една страна да бъдат съобразени с правилото SMART³ – да бъдат конкретни, измерими, достъпни, реалистични и времево обвързани. Публичните информационни системи и наличните оценки на програмата работят с натрупани

¹ Информационна система за управление и наблюдение на структурните инструменти – <http://umispublic.government.bg/opPriorityLines.aspx?op=5>

² INDICATIVE GUIDELINES ON EVALUATION METHODS: MONITORING AND EVALUATION INDICATORS: https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/2007/working/wd2indic_082006_en.pdf

³ Акроним – Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Time bound

данни, генерирани от системата за мониторинг на ОПРКБИ и трудно могат да бъдат използвани за анализ на социални въздействия. Тези данни могат да бъдат използвани само за количествени оценки, докато изследване от типа на ОСВ, предполага приоритетно използване на качествени методи за набиране на първична информация.

В резултат на активно наблюдение на процесите, свързани с оценката на ОПРКБИ и нейното прилагане при формулиране на политиките за периода 2014-2020г., се откроява ясно негативната тенденция да не се отчитат пропуските от стратегическо и техническо естество при програмирането на оперативната програма. Оценката на програмата се ограничава върху измерване на степента на постигане на целеви стойности на заложените в програмата индикатори, свързани с мониторинга на ниво микро проекти, чрез просто агрегиране на количествени индикатори. Оценка по време на изпълнението на ниво отделни процедури (ongoing evaluation) не се прави, въпреки наличието на такива оценки в одобрения план за оценка на програмата. Не се анализират систематично критериите за избор на проекти и профила на бенефициентите по всяка отделна процедура за финансиране. В резултат, не се отчитат и коригират, важни пропуски на стратегическо и оперативно ниво – приоритети, бюджет, техническата документация (насоки за кандидатстване в т. ч. критерии за оценка на проекти). Оттук, продължава да се наблюдава липсата на политическа и финансова аргументация на предлаганите от Управляващия орган (УО) процедури, което ги прави в голяма степен неефективни. Важно е да се отбележи, че тези дефицити водят и до неотчитане на съществени промени в икономическата и социалната среда по време на седемгодишния период на изпълнение на програмата.

Изборът и разработването на конкретната методология на ОСВ е в зависимост от няколко основни опорни пункта:

Доколкото съществуват източници на вторична количествена информация, теренната част на ОСВ е с подчертано качествен характер, включващо анализ както на степента на покритие на очакванията на целевите групи, така и експертни оценки.

Дейностите и плащанията по ОПРКБИ приключиха в края на 2016г., което определя настоящата оценка на социалното въздействие като последваща. Основно изискване при „масовите“ процедури за безвъзмездна помощ по програмата, да се изисква от кандидатите да представят реалистичен бизнес план за период между 3 и 5 години. Това прави моментът за оценка изключително подходящ, тъй като ще има възможност да се оцени реализацията на плановете и съответно ефектите за конкретните фирми.

На следващо място, трябва да се направи обективна преценка на достъпността на респондентите, както и готовността им да споделят информация. Темата за „усвояването“ на европейските фондове, нерядко е негативно натоварена, предвид наличието на съмнения за непрозрачност, неравно третиране и корупционни практики. Не бива да се подценява и обстоятелството, че голяма част от целевите групи на изследването, а именно предприемачите, работят в силно конкурентна среда, което е възможно да окаже влияние върху обективността на получената от тях информация.

В рамките на теоретичния модел на изследването ще бъде разработена система от понятийни и емпирични индикатори за измерване на въздействието от прилагането на индустриалните политики. На тази основа, ще бъде избран, разработен и верифициран теренен инструментариум и модел за обработка и анализ на събраните данни.

Един от основните методи, които ще бъдат прилагани, са Кабинетните изследвания. Ще бъдат анализирани няколко основни източника на административни данни: стратегически и програмни документи, административна статистика, публични данни от системата за електронно управление ИСУН, данни от НСИ, официални публикации и анализи на ЕК, Министерство на финансите, Министерство на икономиката, доклади за напредъка на изпълнението, доклади от оценки, нормативна база, проектни документи и др. Чрез този метод ще бъде набрана и анализирана информация за основните финансови параметри на изпълнението на програмата, броят и характеристиките на участниците, тип и размер на съфинансирането, информация за дейностите по проектите, ограничителните условия, описание на административната процедура и др.

За да се обхване в необходимата степен групата на бенефициентите на финансова помощ (предприемачи), предвид относително големият им брой и разнородност, ще бъдат планирани и проведени определен брой стандартизирани и дълбочинни интервюта. Чрез този метод ще бъде получена и анализирана информация за аспекти на изследването като: оценката на тази група по отношение на дизайна, адекватността и навременността на конкретните схеми за безвъзмездна помощ, ефекта за предприятието, влиянието на политиките върху бизнес средата, различните фактори на производството, конкуренцията, очакванията им за съдържанието на бъдещи политики, тежестта на административните процедури и др.

5. Изводи

ОСВ е модерен и ефективен инструмент за идентификацията на социалните въздействия от прилагането на публични политики за развитие и прави възможно да се моделират по-ефективни и ефикасни интервенции, да се предприемат корективни действия по време на изпълнението им, както и да се подготвят концепции за бъдещи такива.

Модерното разбиране за ОСВ има отношение към принципите на добро управление, развитието на гражданското общество, демокрацията и правото на хората да участват при вземането на решения по политики, които имат пряко въздействие върху качеството на техния, а и на бъдещите поколения живот.

Европейската практика в интервенциите със секторна и тематична ориентация в икономиката и в частност в индустрията, чрез публичен финансов ресурс се появява в България на сравнително късен етап на прехода във връзка с необходимостта от формулиране на конкретни активни политики, годни за финансиране от предприсъединителните и структурни фондове на ЕС.

В България измерването на социалните последици от прилагането на публичните политики не е приоритет, поради липсата на ясна регламентация, утвърдена методология, експертно-кадрови и финансови дефицити. Поради това, ОСВ не се използва в достатъчна степен за подобряване на качеството на интервенциите и респективно на засилване на техния положителен социален ефект.

Политиките за насърчаване на конкурентоспособността и иновациите се съдържат и се финансират доминиращо от структурните фондове на ЕС, чрез оперативните програми на Министерство на икономиката.

Има потенциал за подобряване на качеството, засилване на положителното въздействие и формулиране на алтернативни решения по политиките за насърчаване на конкурентоспособността и иновациите, чрез активно използване на ОСВ при програмирането на макро и мезо ниво.

Използвана литература

1. Анализ на настоящото състояние, проучване на добри практики и иновативни решения и формулиране на препоръки за подобряване на гражданското участие в процесите на формулиране, изпълнение и мониторинг на политиките в сферата на конкурентоспособността и иновациите. 2019г. София. Професионална асоциация „Европейски и национални програми за развитие“. Проект BG05SFOP001-2.009-0118 „Повишаване на гражданското участие в процеса на формулиране, изпълнение и мониторинг на политиките в сферата на конкурентоспособността и иновациите“

2. Наръчник за прилагане, мониторинг и оценка на политики и законодателство в България. Консорциум „Sema-Agrer-ENA“ и администрация на Министерския съвет на Република България; проект ФАР BG-0103.01 „Стратегическо планиране и координация“.

3. Нончев А., 2009. Мониторинг и оценка на публични политики и програми. Център за изследване на демокрацията, София

4. Нончев А., Манчева М., Тагаров Н., 2014. Оценка на социалното въздействие. Издателство на УНСС, София

5. Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007-2013г.“ София Септември 2007. Министерство на икономиката и енергетиката.

6. Последваща оценка на изпълнението, резултатите и въздействието на Оперативна програма „Развитие на конкурентоспособността на българската икономика 2007-2013г.“ София. Април 2017 г. БИМ Консултинг ООД

7. Becker, H. and Vanklay, F. 2003. The International Handbook of Social Impact Assessment – Conceptual and Methodological Advances, Edward Elgar Publishing Limited, UK. ISBN 1 84064 935 6

8. Commission staff working document. Strasbourg, 19.5.2015. SWD (2015) 111 final. Better Regulation Guidelines {COM (2015) 215 final} {SWD (2015) 110 final}

9. Communication from the commission. Brussels. 2006 Cohesion Policy in Support of Growth and Jobs: Community Strategic Guidelines, 2007-2013

10. Indicative guidelines on evaluation methods: monitoring and evaluation indicators: Brussels.2006 European Commission

11. Project cycle management guidelines Vol. 1, European Commission Europe Aid Cooperation Office, 2004

Рецензент: гл. ас. д-р Владимир Вълков

СЪВРЕМЕННАТА ТЕХНИКА – ПОЛЗИ И ОПАСНОСТИ

Габриела Марангозова
редовен докторант в катедра „Икономическа социология“, УНСС

g.marangozova@abv.bg

Резюме: Основната цел на доклада е да се разкрие отношението на хората към съвременната техника през призмата на ползите и опасностите, които тя крие при нейното използване. Анализът е направен по данни от авторско ЕСИ, проведено през м. октомври 2020 г., свързано с темата на дисертационния труд.

Ключови думи: нова техника¹, ползи² и опасности³, последици, предизвикателства.

MODERN TECHNIQUE – BENEFITS AND DANGERS

Gabriela Hristova Marangozova

Summary: The main purpose of the report is to reveal the attitude of people toward the modern technology through the prism of the benefits and dangers it brings, while using it. The analysis is based on data from the author's ESR, conducted in October 2020, related to the topic of the dissertation.

Key words: new technique, benefits and dangers, consequences, challenges.

Увод

Настоящият сборник „Докторантски четения“ е възможност да представя част от моите изследователски интереси, ориентирани към изучаване на взаимодействието **човек техника в социален контекст**. От началото на 21 век наблюдаваме процеси на рязко навлизане на **новите цифрови технически и технологични продукти** в трудово-професионалната и битова сфери на живота. Тласък на този процес генерира Четвъртата индустриална революция (Стиглиц, 2014, Калецки 2013, Григориев 2016, Шваб 2016) и „Третата платформа“ (SMAC). Революционното развитие на иновациите днес създават едновременно ползи и рискове за хората от тяхното прилагане в ежедневието – на работа и у дома.

Основната цел на доклада е: да се разкрие отношението на хората към съвременната техника през призмата на ползите и опасностите, които тя крие при нейното използване.

За постигане на целта следва да бъдат решени следните **задачи**:

1. Да се разкрият ползите от използването на новата техника
2. Да се установят опасностите, които тя крие при нейното използване.

Тезата, която защитавам е: *Използването на съвременна техника носи едновременно, както ползи, така и опасности за човека.*

За защита на тезата е направен анализ на данни от авторско емпирично социологическо изследване на тема „Отношение към съвременната нова техника“, проведено от авторката през м. октом-

¹ В доклада понятието съвременна техника и нова техника са използвани като синоними. В съдържанието на тези термини се включва съвкупността от нови технически средства (продукти), които ежедневно се използват у дома и на работното място – компютри, мобилни смартфони, банкомати, 3D принтери, софтуерни платформи, кухненска роботизирана техника, техника за отдих и забавление, настолна техника с 4K висока резолюция и „син лъч“ технология (за запис с висока резолюция на клипове и информация), роботизирана производствена техника и др.

² Под полза в настоящия доклад се разбира нещо (събитие, действие или материален предмет), което води до добри или благоприятни резултати и ефекти. За подробности вж.: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/benefits>; <https://www.dictionary.com/browse/benefit>.

Синоними на полза: преимущество, предимство, изгода.

³ Под опасност се разбира излагане или отговорност за причиняване на вреда, загуба или нараняване. За подробности вж.: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/danger>; <http://rechnik.info/%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82>.

В българския синонимен речник се посочват следните синоними на опасност: заплаха, угроза, риск, премеждие, изпитание.

ври 2020 г.¹ Изследването е непредставително. Изводите са валидни само за изследваната съвкупност лица и не могат да се генерализират.

Прегледът на научните публикации разкрива, че изследването на взаимодействието „човек-нова техника“ е актуален и предизвиква вниманието на научната общност, институциите и медиите.

През 2015 г. нововъзникващите технологии са център на вниманието в доклада на годишния Световен икономически форум. В него наред с всички рискове и заплахи за хората се акцентира и върху етичните дилеми, които се зараждат в области, като изкуствен интелект и биотехнологии. През 2017 г. е направено проучване за глобалните рискове (GRPS) от нововъзникващи технологии и средният резултат за отношението на изследваните към ползите от иновациите е много по-висок, отколкото към отрицателните последици и вреди от нововъзникващите технологии. През 2021 г. в 15-то издание на Доклада за глобалните рискове са включени четири глобални риска от технологичното развитие (кибератаките, кражбата или измамите с лични данни, разбиването на информационната инфраструктура и вредните последици от технологичните нововъведения), но съществени промени в нивата на оптимистичните и песимистичните нагласи спрямо технологичните нововъведения през последните години не се наблюдават.

Подобна тенденция се наблюдава и в България. Анализът на данните от авторското ЕСИ, потвърждават заложената теза, че у нас отношението към внедряването на съвременна техника и технологии е позитивно и негативно. Позитивно, защото нагласите са чрез използването ѝ да се извлекат ползи, а негативно, защото за някои новата техника крие известни опасности, рискове, които предизвикват страх, дори паника.

В настоящия доклад са представени три индикатора, които разкриват **отношението към ползите и опасностите от използването на нова техника за отделния индивид, за семейството, за колегите в работата.**

Ползи от внедряване на новата техника

За разкриване отношението на изследваните лица към очакваните ползи от внедряването на съвременната техника е зададен въпроса „Според Вас, кои са най-важните ползи от използване на новата техника“. Над 74% от респондентите декларират, че новите дигитални технологии спестяват време, чрез различните платформи за онлайн услуги. Всеки десети открива ползата в пестенето на усилия и енергия. Всеки двадесети посочва осигуряването на бърза информация, също толкова посочват, че основната полза от новата техника е осигуреният достъп до социалните мрежи са (4,9%). От данните се вижда изразеното предимство на отговора „спестява време“ (вж. фигура 1). Това позволява да се направи извода, че възможността да се пести време в ежедневието е основна полза. Като се имат предвид множеството ангажименти и отговорности, които имат хората в ежедневието си, новата техника им помага да се справят успешно с тях и да осъществяват друг тип дейности – онлайн обучение, внимание на децата, спорт и др.



Фигура 1. Ползи за човека от използване на нова техника

¹ В проведеното изследване са анкетирани 203 респонденти, от които 92 мъже и 109 жени на възраст 20-90 години. Използван е принципа на достъпност и на отзвалите се.

Данните, посочени във фигура 2 разкриват значимите различия в отговорите на мъжете и жените за полезността от новата техника. Ползите вследствие пестенето на време е декларирана от 41% от жените и 33% от мъжете. Може да се предположи, че по-високият дял сред жените се дължи на множеството им социални роли и ангажименти в дома и професията, съчетанието и справянето, с които изисква време. Още два варианта на отговори: „спестява усилия и енергия“ и „осигурява достъп до социалните мрежи“ са подкрепени от повече жени, отколкото мъже – вероятно поради същия мотив за успешно справяне с различните задължения на жените. Два пъти повече мъже в сравнение с жените избират вариант за отговор „осигурява бърза информация“ като основна полза от новата техника. Резултатите от проучването позволяват да се предположи, че посочените различията се дължат на когнитивното мислене на мъжете и жените. Жените търсят повече информация и по-дълго време я осмислят и възпроизвеждат, отколкото мъжете. По-бавното възприемане и прилагане на новата техника е предпоставка за поява на конфликти между мъжете и жените, особено в семейството¹, напр. използването на смартфоните, компютрите, домакинска техника и пр.

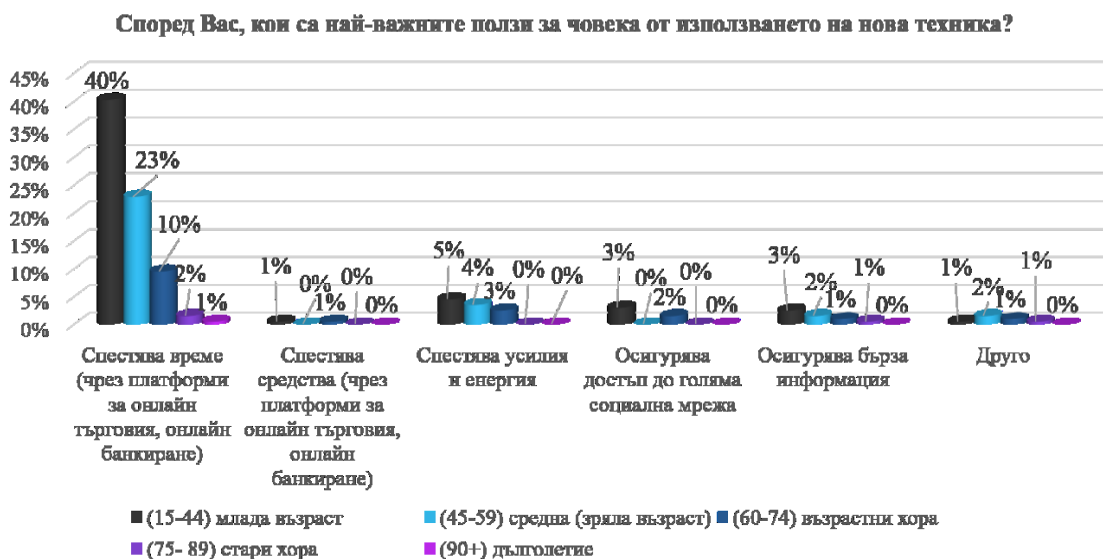


Фигура 2. Ползи за човека от използване на нова техника (профил по пол)

Във фигура 3 е представени отговорите на въпроса „Според Вас, кои са най-важните ползи от използване на новата техника“ спрямо възрастта на изследваните лица. Оказва се, респондентите на млада възраст два пъти по-често в сравнение с тези на зряла възраст и четири пъти по-често в сравнение с респондентите от групата на възрастните хора, посочват икономията на време като най-голяма полза. Като цяло обаче тази полза се посочва от всички възрастови групи. Различията сред респондентите в зависимост от възрастта им при другите възможни отговори са значително по-малки, в сравнение с тези, определящи пестенето на време като водеща полза в резултат на използването на нова техника. Като втора по значение полза е спестяването на усилие и енергия. Този отговор е приоритетен за респондентите от групата на възрастните хора (60-74 г.). Това е разбираемо с оглед на физическото състояние и психическата нагласа на представителите от тази група, за която икономията на усилия и енергия е важно по значение предимство. Респондентите от зрялото поколение не откриват полза в достъпа до социалните мрежи. Докато 2% от изследваните представители на възрастното поколение приема като полза достъпа до голяма социална мрежа. Вероятно тези резултати се дължат на стереотипа за общуване „лице в лице“, характерен за представителите на зрялото поколение и повечето свободно време при възрастните хора, което те използват за социални контакти, ограничени от възможността за мобилност. Данните, като цяло се припокриват с прогнозните очаквания, защото влиянието на младото поколение нараства, както и покупателната им способност също. Те притежават активност подкрепена от новата техника, с която са израснали и привикнали. За тях виртуалното е нормално. Докато зрялото поколение и особено

¹ За подробности виж: Кинева, Т. Ролевите конфликти на съвременната българска жена: между семейството и кариерата. Издателски комплекс – УНСС, София, 2020; 26. Кинева, Т. Съвременната българка и колизията „семейство-работа“. В: Научни трудове на УНСС – Том 2-3/2015, част втора. Издателски комплекс – УНСС, София, с. 213-248.

възрастното поколение приемат виртуалното, като допълнителна сфера, която изисква знания, умения и усилия от тях за използването и.



Фигура 3. Ползи за човека от използване на нова техника (профил по възраст¹)

Опасности, които крие внедряването на новата техника

На въпроса „Според Вас, кои са най-важните опасности от използване на новата техника?“ над половината от респондентите определят като най-значима опасност зависимостта от техниката. Според 39,4% е посочена загубата на работното място. Всеки десети от отговорилите е на мнение, че голяма опасност е цялостният контрол, който техниката упражнява върху хората. Данните показват, че масовото внедряване и използване на нова техника води до повишаване на зависимостта от нея, което тревожи респондентите. Вероятно анкетираният не смята, че новата техника ще навлезе в труда им бързо и драстично. Поради тази причина, те поставят загубата на работно място, като втори риск по значимост от навлизането на нова техника. Вероятно анкетираният разграничават състоянието на зависимост и цялостен контрол от новата техника. Това се потвърждава от разликата в отговори (51,7% „зависимостта от техниката“ и 7,4% „цялостен контрол от новата техника“) и се дължи най-вече на все още началните етапи на навлизане на техниката за контрол, основно засега в автомобилния транспорт и обществения ред. (вж. фигура 4.) Докато зависимостта от техниката се развива, като тенденция вследствие на масовото навлизане на съвременна техника в бита и труда.



Фигура 4. Опасности за човека от използване на нова техника

¹ Определянето на възрастовите групи е съобразено с „Класификация на възрастовите групи според Световната Здравна Организация“. Достъпен на: anapest.org/damaskin/?byId=71, Посетен на: 10.11.2020 г.

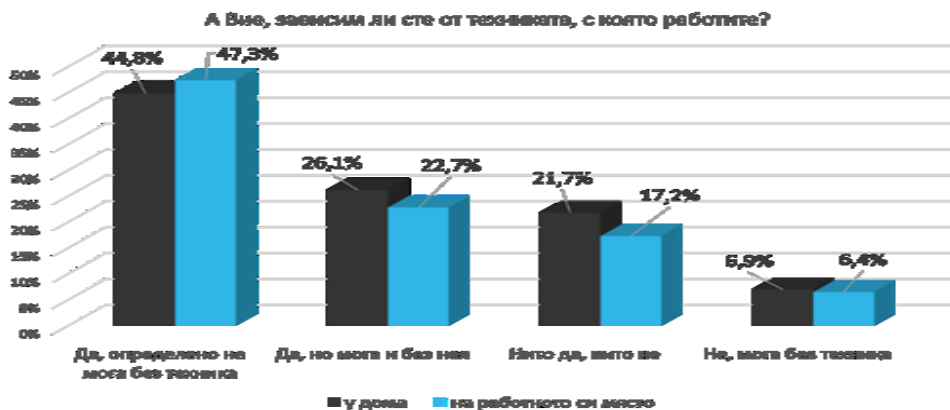
На фигура 5 са представени отговорите по отношение на **опасностите от новата техника спрямо полова принадлежност на изследваните.**

Разпределението показва, че **при жените песимистичните нагласи са по-изразени.** Разликата между респондентите от двата пола по отношение на опасността, свързана със загубата на работното място е 4,5% (21,9% от жените и 17,4% от мъжете). Докато разликата между жените и мъжете, даващи отговор за зависимост от техниката е 3%. Тези данни, показват, че жените приемат загубата на работното място като по-голяма опасност от мъжете. Като цяло зависимостта от техниката се очертава като най-голямата заплаха и сред двата пола. При третия вариант за отговор „цялостен контрол от новата техника“, разликата между двата пола е най-малка. Това показва, че мъжете и жените в еднаква степен приемат заплахата от цялостен контрол на техниката.



Фигура 5. Опасности за човека от използване на нова техника (профил по пол)

По отношение на **зависимостта от новата техника, възприемана от респондентите като най-голяма опасност,** е редно да се установи до каква степен изследваните се самоопределят като зависими от нея. В тази връзка на фиг. 6 е представено разпределението на отговорите на въпроса „*Зависим ли сте от техниката, с която работите у дома и на работното място?*“ Анализът на данните разкрива, че 47,3% от отговорилите **определено не могат без техника** на работното си място. По-нисък е процента на респондентите, дали този отговор що се отнася до зависимостта от техника в дома – 44,8%. Приблизително два пъти по-малко от анкетираните посочват, че **могат да се справят със задълженията си без техника** (22,7% на работното място и 26,1% у дома). Малко по-ниски са дяловете при респондентите, затрудняващи се да преценят доколко са зависими от нова техника и отговарят с „**двойственото**“ **нито да, нито не.** Независими от използване на нова техника са 6,4% на работното място и 6,9% у дома си.



Фигура 6. Зависимост от техниката, с която се работи

Данните от авторското изследване показват, че респондентите определено са зависими от новата техника при справянето със служебните и домашните си задължения. Този факт показва, че новите технологии все повече навлизат в трудовата и битова дейност на хората, вследствие на обек-

тивния процес на технически напредък и възприемането на иновациите. Тази зависимост от новата техника се приема от респондентите като заплаха, независимо от нейните ползи.

На изследваните лица е зададен и въпроса „Според Вас, кои са трите най-големи предизвикателства пред човечеството, свързани с развитието на техниката?“. Резултатите разкриват, че основни предизвикателства според преобладаващата част от респондентите са загуба на работни места, лична сигурност, роботизация, изкуствен интелект, замърсяване на околната среда и войни (ядрени). Изследваните лица осъзнават, че в съвременния глобализиран свят опасностите не могат да се ограничат до един регион или едно общество, а засягат като вълна цялата планета. Според резултатите от изследването става ясно, че изследваните лица са информирани и запознати, и осъзнават ползите и опасностите от новата техника, но те могат да я използват само според техните цели, възможности, образователно и професионално равнище.

Вместо заключение

От анализа на данните от авторското ЕСИ става ясно, че според изследваните лица използването на съвременната техника носи едновременно ползи и опасности. В нашето съвремие ползите за отделния човек и обществото са свързани с прилагането на нови продукти и услуги, които повишават качеството на живота на хората – пестят усилия, време и осигуряват бърза информация. Опасностите не са за пренебрегване, защото техниката може да предизвика голяма безработица, заради това, че измества човека. От друга страна, техниката може да превърне човека в крайно зависим от нея, без която той не може да се справи в ежедневието си. Както ползите, така и опасностите изискват контрол от страна на обществото. Това налага повишаване на ангажираността, информираността и социалната активност на хората за постигане на баланс между ползностите и вредностите, които новата техника предизвиква.

Използвана литература

1. Гейтс, Б., Дорога будущее, „Рус. ред.“ ТОО „Channel Trading Ltd.“, М., 1996, с.15.
2. Стоянова, М. (2017) Човекът в икономиката–социологически поглед. В: Икономическа социология, С., Издателски комплекс – УНСС, с.337.
3. Кинева, Т. Ролевите конфликти на съвременната българска жена: между семейството и кариерата. Издателски комплекс – УНСС, София, 2020.
4. Кинева, Т. Съвременната българка и колизията „семейство-работа“. В: Научни трудове на УНСС – Том 2-3/2015, част втора. Издателски комплекс – УНСС, София, с. 213-248.
5. Gens, F., IDC: „Световната икономика ще бъде почти дигитализирана до 2025 г. а глобалната икономика и икономиката на DX (цифровата) ще бъдат по същество едно и също нещо“. Достъпен на: IDC says get on board with the DX economy or be left behind (techtarget.com). Посетен на: 06.01.2021
- Под промяна в социалната парадигма се има предвид влиянието на цифровите технологии за промяна в начина, по който дадено общество възприема организирането и разбирането на реалността.
6. Kotzé, T., Anderson O. and Summerfield K., Technophobia: Gender differences in the adoption of high-technology consumer products, S.Afr J.Bus.Manage.2016,47(1),
7. Parry,E, Batista, V., The impact of emerging technologies on work: a review of the evidence and implications for the human resource function [version 1; peer review: 2 approved, 1 approved with reservations], Достъпен на: <https://emeraldopenresearch.com/articles/1-5>, Посетен на: 06.01.2021
8. Rotolo, D., Hicks, D., Martin, B., What is an emerging technology?, Science Direct, 2015.
Достъпен на: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0048733315001031?via%3Dihub>. Посетен на: 10.01.2021
9. Rouse, M., Концепция от началото на XXI век за сближаване на четири технологии: социални медийни платформи (социални мрежи), мобилни устройства, анализи на големи масиви от данни и облачното пространство на мрежата. В момента генератор на дигиталната трансформация на световната икономика. IDS нарича през 2007г. SMAC –“третата платформа“. Достъпен на: What is SMAC (social, mobile, analytics and cloud)? – Definition from WhatIs.com (techtarget.com). Посетен на: 07.01.2021
10. Vogels E., Rainie L. and Anderson J., Експертите прогнозираят повече цифрови иновации до 2030г., насочени към подобряване на демокрацията, Pew Research Center 2020, Достъпен на:

<https://pewresearch.org/internet/2020/06/30/tech-causes-more-problems-that-it-solves/pdf>. Посетен на: 10.01.2021

11. В случая под нестабилност се разбира, възможността техниката и технологичните системи да преминават през неочаквани и нарушаващи равновесието промени. Например- „Дотком балонът“ е криза, засягаща ИТ сектора в САЩ, разразила се в периода между 1995 и 2002 г

12. Проучване извършено от екипи на SCOPUS и FACTIVE показва, че от 1980 до 2013 г. средногодишните темпове на растеж на броя на публикациите, засягащи нововъзникващите технологии във всички дисциплини и в социалните науки, са 12,5% и 23,8%, съответно. Общият брой публикации в SCOPUS нараства средно годишно с 4,9%. Достъпен на: <https://www.researchgate.net/publication/272164853>

[_What_Is_an_Emerging_Technology.pdf](#). Посетен на: 07.01.2021

13. Световен икономически форум, Доклад за глобалните рискове за 2017г., част 3: Възникващи технологии: 3D печат, усъвършенствани материали с наноструктура, изкуствен интелект и роботика, биотехнологии, създаване и предаване на енергия, блокчейн, геоинженеринг, интернет на нещата, невротехнологии, нови изчислителни технологии, космически технологии, виртуални и добавени реалности. Достъпен на: <https://reports.weforum.org/global-risk-2017/part-3-emerging-technologies/3-1/understanding-the-risk-landscape/>. Посетен на: 06.01.2021.

Рецензент: гл. ас. д-р Калин Боянов

НЯКОИ СОЦИАЛНО-ТРУДОВИ АСПЕКТИ НА ПРОФЕСИОНАЛНОТО ИЗТОЩЕНИЕ

Марина Банчева
докторант в катедра „Икономическа социология“, УНСС

marinabancheva@gmail.com

Резюме: Нарастващият ръст на проблемите с психичното здраве на работното място е тясно свързан с трансформацията на социално-трудовете отношения в пост-тейлористкия им модел на управление и съвременното предефиниране на работата като благоприятен индивидуален опит, водещ до самореализация. Настоящият текст търси разбиране на би-полярната парадигма за труда като мобилизатор и мотиватор на хората да работят в името на експресивните ползи от него (признание, лични постижения и т.н.) и в паралел с това – основен фактор и среда за развиване на психични здравни проблеми, явяващи се функция от упражняването на трудовата дейност („професионално прегаряне“, депресия и т.н.). Направен е преглед на някои социално-трудовете фактори, които допринасят за развиването на усещане за професионално обезкуражаване и изтощение.

Ключови думи: пост-тейлористки модел на труд, професионално изтощение, субективна мобилизация

SOME SOCIAL-LABOR ASPECTS OF PROFESSIONAL EXHAUSTION

Marina Hristova Bancheva

Abstract: Increasing level of psychological health issues on workplace is in direct function with social-labor relations' transformation in their Post-Taylorian management model and the modern job redefinition as positive individual experience, leading to self-realization. Here-presented text works on understanding of bi-polar paradigm for labor. Job is viewed as people' mobilizer and motivator for people to work on its expressive benefits (recognition, personal achievements, etc...) and at the same time – main factor and context of psycho-health problems, as function of job performance and work („professional burnout“, „depression“ etc.). The text propose a review of some social-labor factors, developing feeling of professional discouragement and exhaustion.

Keywords: Post-Taylorian work model, professional exhaustion, subjective mobilisation

Въведение

„Имам чувството, че за по-голямата част от хората, минаващи през офиса ми, в живота няма нищо друго освен фирмата. Те имат само работата си. Впечатляващо!“¹

От началото на новото хилядолетие различни статистически проучвания показват значителен ръст на неработоспособността, причинена от проблеми на психологическото здраве на работещите (стрес, депресии, професионално изтощение, професионално прегаряне и т.н.²). „Служителите по целия свят са подложени на по-голям натиск от всякога да отговорят на изискванията на съвременния трудов живот. Технологичният напредък, появата на Интернет и дигитализацията на комуникациите доведоха до много промени и иновации в работните процеси. С работния ритъм, продиктуван от незабавните комуникации и високите нива на глобална конкуренция, границите между работата и личния живот стават все по-трудни за дефиниране³„. Все повече се налагат разбирането и прилагането на модели на лична организация сред работещите, подчинени на убедеността, че постоянната свързаност и способността за мигновена реакция е знак за добро представяне. Тази нагласа се изявява в кумулиране на свръхнатоварване у сътрудниците, принуждавайки ги на практика да работят от дома си и извън работното време. Пряк резултат от така представените условия, е проявата на конфликтност между работните и семейните роли, изявяваща се в поведенчески, базирани на времето и емоционално-психологически напрегнати ситуации на работното място или в

¹ Банчева, М. (2020) Интервю с HR директор на международна компания.

² Въпреки разбирането на конутационните им нюанси, в този текст понятията „професионално изтощение“ и „професионално прегаряне“ (burn-out) ще бъдат употребявани като синоними.

³ Forastieri, V. (2016) Prevention of psychosocial risks and work-related stress. Published in „International Journal of labour research: Psychosocial risks, stress and violence in the world of work“, ILO, Geneva.

дома, поставящи реални предизвикателства пред личността за удовлетворяването на професионалните и семейни отговорности.

Прави впечатление, че трудово-психологическите проблеми не са явление, запазено за конкретна икономическа дейност или група професии. Те се проявяват във всички сфери на дейност и засягат служители от всякакви длъжностни нива. Поради прогресивността на този феномен, както и неговото силно въздействие върху изпълнението и резултатите на бизнеса, национални и международни здравни организации, бизнес-асоциации, както и професионални и консултантски кабинети и сдружения се ангажират да изследват естеството му, факторите, които го пораждат, както и да предлагат мерки и програми за третирането и управлението му¹. От 80-те години на миналия век, все повече изследователи в областта на социалните науки насочват вниманието си към проблематиката на менталното здраве. Някои от тях търсят основанията му в социално-битовите ситуации и събития, които според тях оказват силно влияние върху състоянието и стабилността на личността. През последните години обаче, нараства броят на изследванията, които признават ключовото значение на работната среда върху този тип проблеми². Голям брой публикации поставят ясен паралел между нарастващия брой случаи на ментални проблеми, от една страна, и от друга –промените, настъпващи в работната среда през последните две десетилетия. В този период, се заражда явлението, наричано „ново управление“, „пост-тейлористки мениджмънт“ или „нов индустриален модел“, което в развитието си дълбоко преформулира предприятието като работно място и средата за изпълнение на труда. Една от характерните особености на този „нов мениджмънт“ е позитивното отношение към въвеждането на субективността в работата. Той поставя нови аспекти в изпълнението на труда и повече от всякога изисква от служителя да влага в дейността си както професионалните си компетенции, така и личния си субективен капацитет (Аз-а). В отговор на тази по-ангажирана самоинвестиция, новият мениджмънт предлага да възнагради работника не само материално и социално-икономически (заплата, социални осигуровки и т.н.), но и с пост-материални морално-стойностни придобивки (признание, оценяване, личностно развитие и т.н.). Наред с този факт обаче, значим брой съвременни социологически трудове отказват да приемат психо-социалния позитивизъм на „пост-тейлористкото“ управление, в чийто „общ прочит“ отвъд по-голямото признание и личностно израстване *в и чрез* труда, те откриват нови разнообразни форми на страдание и психически дискомфорт, които очакват работниците, инвестирани се персонално в предприятието и дейността си. Актуалният феномен на нарастване сектора на менталните здравни проблеми на работното място, тепърва ще осветли доказателствата. Богатият и съществен принос на тези трудове е несъмнен, но той загърбва констатациите на други изследователи, които твърдят, че работниците не просто отричат дезангажираност, неудовлетвореност или страдание в условията на пост-тейлористко управление на бизнеса, а дори потвърждават, че приемат изискването за по-силна личностна мобилизация като възможност да вложат своя талант, креативност и компетентност, да се самооценяват по-високо, да се чувстват признати и да постигнат самореализация^{3, 4}. Тези морално-личностни позитиви, получавани в процеса на работа, придобиват такава значимост днес, че дори се превръщат в решаващи детерминанти за психологическото здраве на служителите⁵. Въпреки актуалността си, тази бинарна проблематика, все още се изплъзва или остава в известна степен в периферията на голяма част от съвременните социологически трудове.

Тази „мъртва зона“ в изследванията на социално-трудовете отношения е отправна точка на настоящия текст. По презумпция, считан за символ на човешката експлоатация, осъществявана в неблагоприятна среда, заплатеният труд, в разбирането на съвременните заети, добива характер на личен опит, носещ удовлетворение и задоволство, но също така и средство за себе-изтощаване. Разработката търси отправни точки за разбиране по какъв начин съвременната заетост успява както

¹ <https://www.euro.who.int/en/health-topics/noncommunicable-diseases/mental-health/areas-of-work/mental-health-in-the-workplace>
<https://www.euro.who.int/en/health-topics/noncommunicable-diseases/mental-health/areas-of-work/mental-health-in-the-workplace>

² Vézina, M. et al (2011) Enquête québécoise sur des conditions de travail, d'emploi et de SST. Sommaire RR-691. Montréal : IRSST.

³ D'Amours, M., Kirouac, L. (2011) Les travailleurs indépendants et leur rapport au travail à l'épreuve de l'impératif de l'activité : occasions de subjectivation ou de contrainte? Revue multidisciplinaire sur l'emploi, le syndicalisme et le travail, Volume 6, Numéro 1, 2011. <https://doi.org/10.7202/1000449ar>

⁴ Mercure, D., Vultur, M. (2010) La signification du travail – Nouveau modèle productif et ethos du travail au Québec. Québec : Press de l'Université Laval.

⁵ Morin, E. (2008) Sens du travail, santé mentale et engagement organisationnelle. Etudes et Recherches, rapport R-543: <http://www.irsst.qc.ca/media/documents/pubirsst/r-543.pdf>

да мобилизира личностния и професионален капацитет на служителите, така и да генерира и конкретизира експресивни очаквания (признание, оценка, личностно израстване и др.), и в същото време да изправя все по-нарастващ брой съвременници пред опита с ментални и психологически разстройства (професионално изтощение, депресия и др.).

В търсене разбирането на новата хуманистична парадигма за осмисляне на социално-трудовия процес като „преживяване“, основано на амбивалентни субективни и експресивни фактори (работата като „изтощение“ вместо като „страдание“), текстът разглежда еволюцията на позицията, заемана от работата в живота на индивидите, от периода на фордизма до наши дни. Постулира се схващането, че исторически работата и заетостта играят критична роля в живота на индивида, съгласно границите – както социални, политически и културни, така и икономически – поставени от обществото. „Така както социологията винаги е разпознавала неоспоримо централната роля, която трудът играе в съвремението¹, не може да пренебрегне и факта, че той винаги е налагал на обществото да [...] приеме моралната му тежест като практика в другите сфери на социалния живот. Във всяка епоха, обществото е трябвало да прилага механизми, насочени към регулиране моралната стойност на труда и практическото място, което той заема в живота на хората: което означава контрол на обективното влияние (сума на работното време, работна натовареност и т.н.) и на субективното влияние (очаквания; желаниа и стремежи, повишени от работата; прилагането на личните качества и възможности в работата и т.н.)“² Канадската социоложка Laurie Kirouac – професор в университета Laval, описва тези механизми в законите за намаляване на работното време, въвеждане на правила за ограничаване на максималната възраст за заетост, резултат от борбите на трудещите се в края на 19в.

1. Социо-генезис на професионалната преумора и професионалното изтощение

„За добро или лошо работата е същината на човешкия живот. Тя е източник на доходи, изтощение, социализация, достойнство, понякога удовлетворение и дори щастие. Понякога тя е източник на най-тежка експлоатация и всеобхватно неравенство, различни начини за физическо включване и психическа мъка“³.

Съвременните социално трудови отношения еволюират импулсирани от промените в обществото – технологични, икономически, социални, демографски, здравни, на околната среда и на самоличността. Обществото често изглежда безпомощно пред тази еволюция, неспособно да осъзнае в пълнота проблемите, които тя продуцира, и още по-малко – да ги разреши.

1.1. Умора и производителност

Нарастването на значимостта на проблематиката на менталното здраве не е нова за социологията на труда. От зараждането на втората Индустриалната революция до първата половина на 20в, европейските социолози обследват мускулната отпадналост и „модерната умора“ като основни пречки пред производителността. Но основният проблем, предизвикващ безпокойството на управляващата класа, загрижена за икономическото развитие на обществото в този период, е феноменът на безделието. Епохата на 18 и 19 век е среда на възникване на множество религиозни и светски трактати за греха на безделието, както и поредица от нови закони срещу „безнравственото и разпуснатост“ поведение⁴. Тези политически и религиозни текстове официално са насочени предимно към масовата популация от просяци и скитници в европейските страни през този период. Но те не са единственият целеви контингент на публикациите и мерките срещу социално-икономическата неангажираност. В търсенето на възможност за справяне с бедствието на безделничеството, усилията имат двойна цел: от една страна, те се стремят да се борят с бича на песимизма и, от друга страна, да повишат моралната стойност на труда в очите на онези, които остават скептични към него⁵ – най-привилегированите слоеве на обществото – аристокрацията, която не желае да работи. Охул-

¹ Достатъчно е да се вземе предвид приносът на Маркс, Дюркхайм и Вебер.

² Kirouac, L. (2015) L'individu face au travail-sans-fin : Sociologie de l'épuisement professionnel. Collection „Sociologie contemporaine“, Presses de l'Université Laval.

³ Jalette, P. (2021) Les relations industrielles en question. Les Press de l'Université de Montreal.

⁴ Rabinbach, A. (2004) The Human Motor. Energy, Fatigue, and the Origins of Modernity. University of California Press.

⁵ Пак там.

ването на заможните и отказът им да работят тревожат управляващите, но предизвикват значително по-малко презрение и осъждане, отколкото скитниците и просящите. До 19-ти век това „очерняне“ на труда от аристократите нерядко се тълкува като „доказателство за постоянното противоборство на тялото срещу модерността“¹. Но независимо от относителната толерантност към аристократското презрение към труда през този период, управляващата класа в страни като Франция, Англия и Германия, възприема безделието като пречка за съвременното си развитие. Властите в тях полагат много усилия, за да убедят хората в стойността на труда и да санкционират съпротивляващите се. Те са водени от идеята на Огюст Кант относно необходимостта да „[...] придадат на материалната работа философското значение, което изисква нейната социална стойност“²

В началото на втората половина на 19в фокусът се насочва към умората, като основен фактор за забавяне развитието на капитализма. В този период тя се превръща в масово явление, свързва се с физическото и психическо разстройство, водещо до изтощаване капацитета на тялото, подложено на натиска и усилието да постигне производствените норми. Умората се различава се от модерните тогава емоционални състояния като меланхолия и скука. Широкото разпространение на явлението „умора“ сред работещите постепенно измества безделието от статута на основен индивидуален мотив за съпротивата да се полага труд и първостепенна социална пречка пред продуктивистичните амбиции на зараждащата се буржоазия. Промяна, която Rabinbach интерпретира като момент, в който се извършва преминаване от „морализма и старата религиозна забрана на безделието“ към „новата социална етика на съхраняването на енергията“³.

Осъзнаването и признаването на умората като фактор, въздействащ на социално-икономическите отношения, дава основание на множество научни дисциплини (физиология, естествени науки, медицина, психология и др.) да я превърнат в обект на изследвания и да предлагат свой собствен дискурс за изучаването ѝ. Повечето от тези дисциплини интерпретират умората от една страна като следствие на „модерността“, а от друга – като средство за противопоставянето ѝ – родена от (понякога твърде) тежките условия на социално-икономическата реалност – тя е форма на съпротива на тялото по отношение факторите на работната среда. Считана за психологически и социален проблем, тя е разглеждана от някои изследователи като първопричина за развиването на серия осъдителни социални феномени като алкохолизъм, дрога, необразованост, деградация на индустриалните конфликти и т.н.

1.2. Професионалното изтощение/прегаряне (burn-out): новата професионална патология

От 70-те години на миналия век нова форма на патологична умора е обект на „изумителен клиничен успех“: професионалното изтощение. Независимо един от друг Ginsberg⁴ и Freudenberg⁵, въвеждат термина, за да обозначат психологическите и поведенчески реакции на хората от бизнеса, борещи се с проблемите на хроничен стрес, и да опишат явлението, срещу което се полагат непрекъснати усилия в (прекомерно) преследване на икономически и социален напредък и пазарна конкурентоспособност⁶.

„По време на ежедневните си упражнения осъзнах, че хората, подложени на напрежението на комплексния ни свят, понякога стават жертви на пожари – също както и сградите – техните вътрешни ресурси се изчерпват под въздействието на пламъците, оставяйки само огромна празнина вътре, дори ако външната обвивка повече или по-малко изглежда незасегната“⁷. Наблюденията на Freudenberg се обобщават в заключението, че патологията настъпва „когато изтощаваме физичес-

¹ Пак там.

² Comte, A. (1974) *Positivism and the Essential Writings*. New York: Gertrude Lenzer.

³ Rabinbach, A. (2004) *The Human Motor. Energy, Fatigue, and the Origins of Modernity*. University of California Press.

⁴ Ginsberg, S. G. (1974) *The problem of the burned out executive*. *Personnel Journal*, цитиран в Kirouac, L. (2015) *L'individu face au travail-sans-fin : Sociologie de l'épuisement professionnel*. Collection „Sociologie contemporaine“, Presses de l'Université Laval.

⁵ Freudenberg, H. J. (1975) *The staff burn-out syndrome in alternative institutions*. *Psychotherapy: Theory Research and Practice*, vol 12, цитиран в Kirouac, L. (2015) *L'individu face au travail-sans-fin : Sociologie de l'épuisement professionnel*. Collection „Sociologie contemporaine“, Presses de l'Université Laval.

⁶ Bibeau, G. (1985) *Le burnout : 10 ans après*. *Santé mentale au Québec*, vol 10, No 2.

⁷ Freudenberg, цитиран в Bourgault, D., Meloche, M. (1981) *Le burn-out ou mourir d'épuisement comme un caméléon sur une jupe Ecosaise*. *Intervention*, No 6.

ките си и ментални ресурси“¹, най-често „в старанието и усилието да се постигне нереализуема цел, върху която сме фокусирани, или която ни налагат ценностите на обществото“¹. След Freudenbergер други изследователи добавят своя принос в дефинирането и развитието на теоретичното знание за явлението. Edelwich и Brodsky го определят като процес на „дез-илизиране“ – прогресивна загуба на идеализма, енергията и мотивацията, тясно свързани с условията на труд, при които се развива индивида². Други го описват като дълбоко разстройство, предизвикано от обща деморализация, чувство за безсилие и обезнадежденост, резултиращи в загуба на интерес към работата³. Интерпретацията на професионалното прегаряне кристализира като „проява на чувство за страдание, неудовлетвореност и личен провал в търсенето на идеали“⁴, или още: „...емоционално състояние, при което работникът губи усещането си за позитивност, симпатия и уважение спрямо клиентите. Това морално изтощение често е съпроводено от физическо изчерпване, заболявания и проблеми, еволюиращи до психо-соматичен аспект“⁵.

Въпреки специфичния клиничен речник на тези дефиниции, всички те в една или друга степен описват явлението на професионалното прегаряне като цялостно изтощение, засягащо работника както физически и ментално, така неговата субективност. Подобно на професионалната преумора, изтощението изчерпва психофизиологичния капацитет и ресурси на служителя. От друга страна, и вероятно тук паралелът между понятията прекъсва, професионалното изтощение се разграничава от професионалната преумора по разтърсващото въздействие върху субективността на работника, тоест онова, върху което се конструира неговата личност и уникална индивидуалност. Колкото до терминът „burn-out“, той също не е нов за социалната и психологическа научна мисъл. Дълго време е запазен приоритетно за психиатрията, обозначаващ крайно състояние на апатия и деморализация (вид социална смърт)⁶. Едва през 70-те години на миналия век, започва да се използва, за да квалифицира донякъде подобни признаци на хронична умора, изтощение и демотивация при служители. С възраждането на термина, той много бързо заема място в понятийния апарат на всички дисциплини, изучаващи социално-трудовите отношения и техните фактори. Първоначално въведен за описване състоянието на здравни и социални служители, днес нито една дейност или професия не остава незасегната и предпазена от явлението на професионалното прегаряне: то се наблюдава при ветеринарни лекари⁷, медицински сестри⁸, търговци⁹, фермери¹⁰, ръководители^{11,12}, медици^{13,14,15}, социални служители¹⁶, преподаватели¹, полицаи и служители на реда² и т.н.

¹ Freudenbergер, H. J. (1980) *Burn-out: The High Cost Of High Achievement*. New York: Anchor Press.

² Edelwich, J., Brodsky, A. (1980) *Burn-out: Stages of Disillusionment in the Helping Professions*. New York: Human Sciences Press.

³ Pines, A. M., Aronson, E., Kafry, D. (1982) „Burnout „: se vider dans la vie et au travail. Montréal: Le Jour (1 Janvier 1982).

⁴ Пак там.

⁵ Maslach, C. (1978) *The Client Role in Staff Burnout*. *Journal of Social Issues*, vol. 34., цитирана в Kirouac, L. (2015) *L'individu face au travail-sans-fin : Sociologie de l'épuisement professionnel*. Collection „Sociologie contemporaine“, Presses de l'Université Laval.

⁶ Bibeau, G. (1985) *Le burnout : 10 ans après*. *Santé mentale au Québec*, vol 10, No 2.

⁷ Stockner, P., K. (1981) *Burnout: yes it also happens to veterinarians*. *Mod Vet Pract*. 1981 Oct, цитирана в Kirouac, L. (2015) *L'individu face au travail-sans-fin : Sociologie de l'épuisement professionnel*. Collection „Sociologie contemporaine“, Presses de l'Université Laval.

⁸ Dall'Ora, C., Ball, J., Reinius, M., Griffiths, P. (2020) *Burnout in nursing: a theoretical review*. *Himan Resources for Health*: <https://doi.org/10.1186/s12960-020-00469-9>

⁹ Suffrance & Travail (2015 Jan) *Les commerciaux, une population sensible au surengagement au travail*. <https://www.souffrance-et-travail.com>

¹⁰ Kallioniemi, M. At al (2016) *Stress and burnout among Finnish dairy farmers*. *Journal of Agromedicine* 21 (3)

¹¹ Levinson H. (1996) *When Executives Burn Out*. *Harvard Business Review*, July-August 1996.

¹² Bagi, S. (2013) *When leaders burn out: The causes, costs and prevention of burnout among leaders*. *When leaders burn out: The causes, costs and prevention of burnout among leaders*. DOI: 10.1108/S1479-3660(2013)0000020015

¹³ Hu, Z et all (2021) *Burnout in ICU doctors and nurses in mainland China—A national cross-sectional study*. *Journal of Critical Care*, vol 62. <https://doi.org/10.1016/j.jcrc.2020.12.029>

¹⁴ Levasseur, G. (2003) *Les médecins bretons et leur santé*. Rapport présenté à l'URML Bretagne.

¹⁵ Maranda, M.-Fet all (2006) *La détresse des médecins: un appel au changement*. Québec: Presses de l'Université Laval.

¹⁶ Ravon, B. (2009) *Repenser l'usure professionnelle des travailleurs sociaux*. *Information sociale*, vol. 2, no 152.

2. Субективност и труд

От края на 70-те години социално-трудовете отношения са подложени на същностни изменения, които в хода на времето се ускоряват и които рефлектират в установяване на нова форма на капитализъм. В отговор на безпрецедентните днес конфигурации на критичните фактори, процеси и дейности в областта на управлението на производството, организацията на дейността, както и трудовите отношения, се появяват нови форми на изпълнение на работата, разделящи се с фордиските принципи на 20в за осигуряване и стимулиране на масовото производство. В същността си новата капиталистическа динамика се основава на система от иновативни управленски практики, които преразглеждат разделението и противопоставянето между дейността на работната сила и субективната индивидуалност на заетите. По силата на наложените множество икономически, структурни и социо-културни промени навсякъде в западните организации, се формулират и въвеждат нови организационни стратегии, свързани с управлението на Човешкия Капитал. Преформулират се очакванията към служителите за налагане на нов тип отношение, ангажираност и въвлеченост в работата, както и адаптиране към завишените изисквания за гъвкавост, изпълнение и продуктивност.

През последните две десетилетия, трансформацията на управленските принципи и практики навлиза в нова фаза, основана на нуждата от увеличаване на производителността и изразена в стремежите за хуманизиране на труда. Новата стратегия е подкрепена от навлизането в практиката и на нова управленска парадигма, оценяваща човешкия капитал като основен организационен ресурс. Този дискурс намира изява както под формата на нови мениджърски подходи и практики, така и в усилията за ангажиране на заетите с организацията, лично въвлечане в работата, отговорна автономност и самоуправление. Тези нови форми на организация на труда, както и иновативните мениджърски практики, основани на мобилизацията на субективността в работата се развиват в контекста на икономическите и културни трансформации, белязали обществото ни през последните две десетилетия. Икономическият контекст е предположен от разцвета на нова капиталистическа икономика, силно глобализирана, част от мащабната тенденция за либерализация на пазара и на засилващо се влияние на финансовите индикатори. Икономическата трансформация, на която сме свидетели е пряко свързана с експанзията на високо технологичните сектори, обвързани със значими технически и технологични промени, което я прави все по-когнитивна и акционерна и в чийто контекст влиянието на секторите за обслужване на компаниите и клиентите нараства.

Настъпващите промени са в широки граници: през последните години наблюдаваме дълбока трансформация не само в структурата на заетостта и естеството на работата, но също така и на управленските стратегии. Последните все повече се ориентират към индивидуализацията, а на следващ етап и към персонализацията на работните отношения. Този феномен намира първоначалното си проявление в провокацията и опозиционирането на съществуващите колективни процеси, съпътствано от навлизането на различни форми на гъвкавост, чиито ефект се проявява в автоматизиране на работата и работните отношения, засилване на несигурността на работните места и преразглежда изискванията за поливалентост на задачите. Наред с това, влиянието му е засилено от новите управленски практики, подпомагани от дейността по управление и развитие на човешкия капитал, чиято значимост в организацията от 80-те години на 20в постоянно нараства.

В търсене на културни промени, новите практики поставят все по-отчетлив акцент върху персонализацията на трудовите отношения, което се изразява в мобилизиране на работна сила, основано на оценка и признание, но също така и „инструментализация“ на индивидуалността на служителя. Такъв подход позволява прогресивно ангажиране на личностната уникалност и идентифициране приноса на самоосъзнатостта. В този смисъл, не съществува препоръчан от мениджърите модел на работа, който да не е свързан с особени форми на сътрудничество или активно въвлечане на субективността на работното място. Явлението води началото си от механичните модели на класическия тейлоризъм, при който индивидът е постоянно застрашаван от непостижимостта на резултатите, през стахановизма – поставящ в култ образа на образцовия герой на труда, и до наши дни във формите на инструментализиране на нуждата от изява на Аз-а, чрез многобройните очаквания за признание и автономия, както и на желанието за самоутвърждаване на съвременния субект.

¹ Ansley, B. M. et al (2021) The impact of an online stress intervention on burnout and teacher efficacy. *Teaching and Teacher Education*, vol 98. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2020.103251>

² Habersaat, S., Abdellaoui, S. H., Wolf, J., M. (2021) Social desirability, stress and health in police officers: preliminary results. *Policing: An International Journal*, vol. 44.

Наличното множество работни модели, които изискват влагане на субективност в изпълнението, не предполага унифициране. Те значително се различават по своята същност и интензивност в зависимост от историческия период, характеристиките на производствения модел, икономическия сектор и националния пазар на заетостта; в зависимост и от различната социо-културна динамика, която формира очакванията и претенциите на работната сила, която мениджмънтът трябва да обхване и инструментализира.

Субективността може да се възприема по различни начини в зависимост от научната област, която я обсъжда. Въпреки че всяка дисциплина се фокусира върху различни аспекти на субективността, могат да се намерят някои общи точки на представените теории. Във философията човек е субект по своята същност и субективността е фундаментална, иманентна човешка черта, противоположна на търсенето на човек като обект. В теологията човек, създаден като *Imago Dei*, е елемент от реда, заявен от Бог. Психолозите възприемат субективността като характеристика на индивид, който осъзнава, че е субект. Тя също се разглежда като категория, която се отнася до детерминанти на поведението на индивида или израз на самоконтрол. От гледна точка на социологията, субективността се разглежда като активно влияние на човешките действия върху формата на социалната структура¹. Тя подчертава дуализма във връзката между елементите „действие“ и „структура“ и дава предимство на първия от тях. В развитие на тази теза, социолозите пишат също за субективността като характеристика на социалната система, което означава, че тази система се състои от индивиди, които са субекти на социалните отношения.

Само човекът е в състояние да предприеме действия, ориентирани към определена цел, извън собствената си воля. Ето защо от социологията на труда, той се възприема като актьор в трудовите отношения, който съзнателно и преднамерено взема решение за конкретен акт. „Когато човешката личност преживява себе си като ефективна причина за своите действия, може да се каже, че има истински човешки акт, *actus personae*“². Нещо повече, „човекът не само действа съзнателно, но и е наясно, че действа, както и факта, че той е този, който действа“³. Това съзнание за активна позиция и участие („актьорство“) неизбежно е свързано със субективността на човек, която открива своето отражение в трудовата му дейност.

Субективността, разглеждана през призмата на работните отношения, несъмнено е полисемично понятие. То отразява многообразните аспекти на труда – от една страна, белязани от отпечатъка на формите на подчинение и съответният реактивно-поведенчески отговор на личността под формата на търсене на автономност и само-значение; от друга страна – белязани от степента на дистанциране между индивидуалните качества и способности и обективната реалност на работата, която трябва да се извърши; от трета – белязани от желанието на съвременния индивид да бъде активна страна (актьор) на своята лична и професионална история, описана във времето, но време различно от социалното – а в този случай – от организационно време⁴. „Толкова много разбириания, които се сблъскват през дългия живот на нашите общества и които свидетелстват за историческата пропускливост на такова понятие, свързано с възраждането на модерността и съвременния капитализъм“⁵.

В аспекта на трудовата дейност, са дефинирани много подходи за ангажиране субективността на служителите за постигане на производствените цели. От своя страна, този факт свидетелства за различни модели на управление на работната сила (и формиране на усещане за самоуправление), чрез динамиката на биномите принос – възнаграждение, отношение към себе си – отношение към работата⁶. Те се композират в многопосочни дименсии: от формиране на диптиха автономия – контрол, през често противоречивите изисквания за инициативност и спазване на инструкциите, през степента на важност, придавана от организациите на външни или вътрешни фактори за изпълнение на задачата, до формите за ориентация в работата.

¹ Marek, A. (2016) Employee Subjectivity as a Key Value in Management. *Annales. Ethics in Economic Life* 2016 Vol. 19, No. 4. doi: <http://dx.doi.org/10.18778/1899-2226.19.4.09>

² Savage, D. (2008) *The Subjective Dimension of Human Work*. Peter Lang, New York.

³ Пак там.

⁴ Mercure, D. (2017) *Travail et subjectivité : Perspectives critiques*. Presses de l'Université Laval.

⁵ Пак там.

⁶ Aballea, F., Demailly, L. (2005) *Les nouveaux régimes de mobilisation des salariés*. Публикуван в: Duarn, J.-P., Linhart, D. *Les ressorts de la mobilisation*. Toulouse. Octares.

3. Пост-тейлоризъм и субективност

Анализите на професионалното изтощение разкриват, че то е неразривно свързано със социалния феномен на субективното инвестиране на личността в работния процес, и заема значимо място в социологическите проучвания на трудовите отношения. Две са основните трансформации, наблюдавани в характера и същността на работното място и дейността: 1) прост-тейлористкият производствен модел, основан на мобилизирането на Аз-а; 2) нова визия за акта на труда като привилегировано пространство за подпомагане развитието и изявата на Аз-а.

„Вече не се занимаваме със старите дисциплини, посветени насила да дресират телата и формиране на умовете, за да ги направим по-послушни... Въпросът е да се управлява същество, чиято цялостна субективност трябва да бъде включена в дейността, която извършва“¹.

Работническите движения от края на 60-те години на 20в, насочени срещу капиталистическата диктатура и фордисткия социален ред, подпомагат реализирането на идеалите за справедливост и социално равенство² и изискват институционални трансформации в съответствие с ускоряващия процес на индивидуализация³. Този призив за повече автономност, творчество и свобода е използван няколко години по-късно от икономическите мислители и идеолози, търсещи отправни парадигми да съживят капиталистическата идеология и система, дълбоко отслабени и дестабилизиращи в този бурен период на социалната история. Осъзнавайки сериозността на кризата, теоретиците на „новия капиталистически дух“ формулират нова икономическа реторика, чиято цел е да възвърне доверието в икономическия строй и система и да валоризира труда, чиито резултанти в явления като отчуждението и разпокъсаните, монотонни и повтарящи се задачи са все по-открито изобличавани. В отговор на упреците за статичност, консервативност, бюрократизъм и еднообразност, те предлагат популяризиране на ценности като мобилност, гъвкавост, адаптивност, гъвкавост, автономност и личностно развитие. Наред с организационно-административния ефект, въвеждането на новите ценности има и социален такъв, тъй като новите ценности ще заменят тези на стабилността, вкоренеността, статута, сигурността и солидарността, върху които е изградено обществото на фордистката работна сила.

Основавайки се на тази трансформация, неолибералният пост-тейлористки производствен модел, роден от „новия дух на капитализма“, днес е ориентиран към насърчаване на индивидуалните резултати и производителната гъвкавост, предпочитане за мрежово конфигуриране и структуриране, търсене на непрекъснати иновации и предоставяне приоритет на изискванията за работа модулирани върху уменията, а не върху квалификацията и т.н. В този смисъл, той скъсва връзката с типичната за тейлоризма система от ценности подходи: „пост тейлоризмът не е продължение или софистициране на предишния модел, точно обратното, той се конструира първо и преди всичко чрез дисквалифицирането на всичко съществуващо [в индустриалните модели и „фордистката социална държава“]⁴. Тази промяна се крие в комбинацията от нарастваща рационализация и разширяване обхвата на значимост на трудовата автономия⁵. Тя заема формата на производствени процеси, които оценяват по-„индивидуализираното“ и „осезаемо“ участие на работниците; изисква увеличаване на индивидуалния капацитет и продуктивност чрез насърчаване на трайна лична ангажираност в процеса на изпълнение, при който границите между личния и служебния живот стават все по-размити.

Новият подход на работа рефлектира и в преустановяване на тейлористките управленски практики, фаворизиращи хомогенността между работниците. Тейлористкият мениджмънт е основан на концепцията за взаимозаменяемост на работниците, следователно като общо правило – личностните специфики и характерологични индивидуалности са умишлено изгладени и отхвърлени от работния процес. През призмата на управленската практика, това е начинът да се редуцира влиянието на компонента „човешко поведение“, който факт е считан за съществен фактор за доброто управление на работната сила и постигане на максимална продуктивност⁶. Принципът на хомогенност

¹ Dardot, P., Laval, C. (2009) *La nouvelle raison du monde. Essai sur la société néolibérale*. Paris. La Découverte.

² Boltanski, L., Chiapello, E. (2005). *The New Spirit of Capitalism*. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 18(3/4), 161-188. Retrieved February 20, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/20059681>

³ Castel, R. (1999) *Les Métamorphoses de la Question Sociale : Une chronique du salariat*. Paris. Fayard

⁴ Cousin, O. (2007) *Quelle place accordée au travail ?*. *L'Homme et la Société*. No 162.

⁵ Osty, F. (2003) *Le désir de métier*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes.

⁶ Budd, J. W. (2004) *Employment With a Human Face: Balancing Efficiency, Equity and Voice*. Ithaca: Cornell University Press.

резонира в останалите системи и процеси на организацията на работата с хора – възнаграждението и целеполагането, които и до днес в много държави остават обект на колективно договаряне с презумпцията за равенство.

В контрапункт на тейлористкия образец на желаня работник – „пасивен“¹, хомогенен и заменяем – пост-тейлористкият модел съзнателно включва и „експлоатира“ в процеса на изпълнение както техническите и професионални компетенции и капацитет, така и личностните характеристики и субективността на служителите в нейната цялост. И едните и другите са умишлено търсени и оценявани по отношение приложимостта им спрямо продуктивността и рентабилността. „Засиленото разделение на труда е последвано от опити за разширяване на съдържанието му и усилия за максимално използване уменията на работниците. Фокусът върху обучението и повишаването нивото на квалификациите, обективизират преосмислянето на перспективите и фундаментално трансформиране естеството на дейността в рационализиране, импулсирано от техническите иновации: „живият труд“ не е елиминиран от автоматизацията, а реинтегриран като фактор за ефективност“².

„Тесните връзки и контакти, считани за емблематични, когато анализираме свободните професии, придобиват особено значение в работните модели на заетите в тяхната целокупност, обясняваща преживяването и идентифицирането им с работата. Прибавят се също и пространствени елементи, които оказват влияние върху професионалните избори за уседналост и мобилност. Това са характеристиките, които работодателите в продължение на дълъг период от време се стараеха да отричат и заличават с помощта на т. нар. „научна“ организация на труда, насочена към „пречистване“ работния процес от всякакво лично участие от страна на служителите. И от всякакво въздействие от личния им живот. Тези, същите характеристики, днес работодателите внезапно откриват и търсят начин да мобилизират, за да адаптират предприятията си спрямо новите дадености – от една страна – съставлящи модернизацията на работата и правилата на конкурентността, а от друга – еволюцията на гражданското общество“³.

За да имат достъп до „живия труд“⁴, т.е. до онзи изцяло персонален и субективен компонент на работната сила, организациите прибегват до различни механизми за призоваване на Аз-а и интегрирането му в процесите и системите им. Те обличат този акт в различни форми спрямо конкретната ситуация, но всички постигат един и същ резултат – подчиняване на Аз-а на труда. Понякога тази подчиненост се проявява в перспективата на необходимо приемане и съгласие с ценностите, споделяни от компанията. От управленска гледна точка подобна симетрия на ценностите се счита за критичен фактор, тъй като подсилва усещането за принадлежност на служителите към фирмите им. Този тип чувство за съставност днес вече не е ограничено само до обхвата на работната група, отдел или екип, а се стреми, напротив, да включва всички нива на участие – подчинени служители и управленски екип⁵. „От производствения цех до бюрото във фронт-офиса, [служителите са съпътствани] да се интегрират в проектите, имиджа и целите на компанията“⁶. Следователно механизъмът за осъществяване на тази промяна не е чужд на това, което Boltanski и Chiapello дефинират като преход от „знание да работим“ към „знание да бъдем“⁷. Далеч от възможността да бъде маргинална, тази трансформация в очакванията на предприятията дълбоко променя опита на служителя на работното място, ограничавайки неимоверно възможността му да избере да се „оттегли“ в работата (да изпълнява задълженията си, но „само колкото трябва“)⁸.

Наред с това, въвличането на Аз-а се проявява в стимулиране проектирането му в очакванията и целите на организацията, което принуждава служителя работейки за своя успех да постига този на

¹ Очевидно не става въпрос да се твърди, че тейлористкият производствен процес по никакъв начин не приема субективността на работника. По-скоро допуска, че използването и колаборирането със субективността не е „в центъра“ на управленската визия на Тейлор: концептуалният дискурс на модела не прави тясна връзка между производителност и рентабилност.

² Osty, F. (2003) *Le désir de métier*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes.

³ Bertaux-Wiame, I., Linhart, D. (2006) *Travail moderne, rien ne va plus : les jeux sont défauts*. „Nouvelle revue de psychosociologie“, vol 1, No 1.

⁴ Osty, F. (2003) *Le désir de métier*. Rennes : Presses Universitaires de Rennes.

⁵ Ferreras, I. (2017) *Firms as Political Entities: Saving Democracy through Economic Bicameralism*. Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/9781108235495

⁶ Fournier, M. (2007) *Travail : ce douloureux objet de désir*. Sciences humaines, No 179.

⁷ Boltanski, L., Chiapello, E. (2005). *The New Spirit of Capitalism*. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 18(3/4), 161-188. Retrieved February 20, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/20059681>.

⁸ Lallement, M. (2015) *Work and the challenge of autonomy*. SAGE Journals. <https://doi.org/10.1177/0539018414566423>.

фирмата – двете страни на един и същ проект. За реализирането на тази взаимообвързана система от постижения, се прилага модел за управление, предпочитайщ форми на по-малко йерархичен контрол (персонализирани оценки и т.н.), по-диверсифицирани и богати по съдържание задачи, повече преки и приятелски и по-малко механични отношения с колегите (не параметрирани от йерархия и статус) и т.н. Управленският модел също така работи за стимулиране креативността и инициативността на работника, които след това привежда в съответствие с организационните цели и, в този смисъл, приема за даденост, че стремежите на служителите и целите за печалба на предприятието са не само съгласувани, но и че първите също така черпят своите условия за възможности дори от проекта за рентабилност на компанията. Този модел резултира в размиване на символичните граници, ясно отличаващи досега „организационния идеал“ от „личния идеал“¹. И както пишат Dardot и Laval, това не може да се случи по незаинтересован начин: „... търсеният ефект... е да се накара служителят да работи за компанията така, както би работил за самия себе си и дори да се заличат всички усещания за алиенация и всяка дистанция между индивида и предприятието, което го е наело. Той трябва да работи със собствената си ефективност, да интензифицира усилията си, сякаш това самоуправление е по собствена инициатива, предизвикана от вътрешна мотивация, по силата на вътрешни желания, на които не би могъл да се съпротивлява“².

Тази трансформация в регистъра на корпоративните изисквания спрямо служителите, засяга и чисто личностните и субективни качества и компетенции на индивида. Съвременната организация не се задоволява с просто подчинение на заповеди, а изисква абсолютна зависимост. Тя очаква пълно престоиране на личния капацитет за инициатива и отговорност на служителите, за изпълнение на целите си. Развива се нов модел на управление на хората, който напомня феодална васалност: връзка на върност, сключена за определен период, при която васалът не губи качеството си са свободен човек, но е задължен да използва тази свобода, за да служи на интересите на своя сюзерен³. В този контекст вече не става въпрос да се утвърждава, че човекът на работното място остава човек, и никога не се свежда до статуса на пасивна вещ. Работодателят вижда в него активен обект, който трябва да участва напълно, да се ангажира изцяло, да се предостави безусловно на професионалната си дейност. По този начин уникалният субект се превръща в обект на пълно самовъвличане.

Като цяло, тези няколко заключения формулират следната критична изводи: пост-тейлористката управленска логика, около която се организират голяма част от фирмите днес, би манифестирала твърде малко скрупули да постави индивидуалния капацитет и субективността на работниците на разположение на целите на фирмата, макар досега да са широко считани за сюжети, резервирани като лично частно пространство на индивида. В допълнение, пост-тейлористката производствена фирма вече не се колебае да прекрачи твърде тесните граници, делели досега принципите и целите на компанията (еднолична логика за печалба, основана на контрактуалистка концепция за социален обмен), и тези – управляващи жизнения контекст на личността извън трудовата дейност (частен живот, граждански и политически живот, удоволствия и др.), за да успее днес да извлича интензивна субективна инвестираност от страна на работника.

Този критичен прочит на настъпилите трансформации в социално-трудовите отношения, е най-широко разпространеният в социологическата литература. Но трябва да се отчете, че той не е единственият възможен. Според някои социални наблюдатели, не е изключено еволюцията на модела за организация на изпълнението в компаниите да изрази също „удовлетворяването на стари синдикални искания за оценяване и признаване на реалния капацитет, представен от служителите в работна ситуация или продължаване движението за индивидуализиране на социалните отношения“⁴.

Социологическата мисъл, разискваща социално-трудовите отношения, се обединява около разбирането, че пост-тейлористкият работен модел значително трансформира отговорността на служителите при изпълнението за задълженията му, тъй като от него вече се очаква да действа извън регламента на длъжностната си характеристика и остарелите принципи на дисциплина и йерархично подчинение. Тази трансформация открито изисква интензивно мобилизиране на Аз-а в работата: от една страна – защото тя изисква признаване и взимане под внимание субективността на работ-

¹ Aubert, N. (2003) *Le cult de l'urgence. La société malade du temps*. Paris Flammarion.

² Dardot, P., Laval, C. (2009) *La nouvelle raison du monde. Essai sur la société néolibérale*. Paris. La Découverte.

³ Supiot, A. (2000) *Servir l'interer general*. Paris. Presses universities de France.

⁴ Lallement, M. (2015) *Work and the challenge of autonomy*. SAGE Journals. <https://doi.org/10.1177/0539018414566423>

ника, и от друга – защото тя изисква от служителя повече личностно ангажиране в трудовия процес.

4. Социално-професионални фактори на професионалното изтощение

Както беше представено по-горе в текста, изследванията върху професионалното изтощение показват, че работата може да компрометира човешкото здраве, когато е фактор и среда на дисбаланс между амплитудата на личната мобилизация на служителя и възнаграждението, получено в замяна, както и начинът, по който то е възприето от личността. Някои от регулиращите механизми на професионалното изтощение са свързани с професионалната сфера – професионален статус и правила на дейността – докато други са свързани с извън-професионалния свят – сексуално разделение на социалните роли, свободното време, семейния живот, личните отношения и т.н. Най-съществен фактор, въздействащ върху менталния и емоционален статус на личността в контекста на социално-трудовете отношения е фактът, че социалните и икономически еволюции, които кристализират едновременно, обикновено са компенсирани с цената на нарастване тежестта и влиянието на субективното преживяване и възприемане на работа, върху частния живот на индивидите.

Факторите на професионалното претоварване и перманентна умора, водеща до изтощение са разположени в различни ментални, психологически и емоционални дименсии. От една страна те се коренят в трансформацията естеството на (вече разгледания) пост-тейлористския работен модел, налагащ интензивно инвестиране на субективността и Аз-а; от друга – те са силно повлияни от институционално-статусния контекст на професиите; към тези аспекти се добавя влиянието на трансформацията на дейността и психологическите ѝ проекции върху индивида и професионално-поведенческите му корелации.

4.1. Оспорване на институционалния авторитет

През последното десетилетие множество социологически изследвания показват завишени нива на риск от burn-out в сектора на социално-институционалните високо експертни професии (медици, социални работници, преподаватели, администрация, полиция и т.н.), но също така и в този на силно специализираните професионални услуги. Като основна причина и пряко следствие те оценяват трансформацията на отношенията с клиентите¹ – които сами по себе си, са същностната им компонента. Според констатациите на всички тези изследвания, ключов фактор да дисбалансирането на връзката с клиентите са променените ментални и социално-културни нагласи на обществото. Като пряка резултанта на настоящите социално-икономически, пазарни, технологичните и социо-културни трансформации, на които сме свидетели – мисленето, потребностите, ценностите и поведението на индивидите, в различните им „пазарни“ роли – също еволюира. Потърсили услугите на съответната професия, клиентите демонстрират пазарно мислене и поведение, което противоречи на високо специализираната помощ и услуги, които търсят. В такъв контекст професионалистите са изправени пред ситуациите на честа конфронтация с информирани, знаещи, изискващи, „обсебени“ потребители, които не се притесняват да оспорят професионалния им авторитет и компетентна позиция, за да потвърдят своята гледна точка относно услугите, от които считат, че се нуждаят². Този тип консултации и интеракции поставят специалистите в некомфортни професионални ситуации, по силата на факта, че съобразяване с изискванията и предоставяне правото на клиента, нерядко означава и даване на одобрение за скъпи услуги и грижи (при социалните професии – платени от публични средства), въпреки професионалните им убеждения в често излишния им характер. Но именно разногласията в начина на установяване на потребностите изглеждат преди всичко провокационни за професионалистите, най-вече защото тези дискусии и спорове поставят под въпрос не само предвидената или диагностицирана помощ/ услуга, от която клиентът има нужда, но и начина на взимане на решението, оценката на ситуацията и професионалните умения и компетенции, необходими за това.

¹ За целите на текста всички социални контингенти, обект на институционалните професии – пациенти, граждани, деца, родители, обучаеми... и т.н. – ще бъдат условно групирани в понятията „клиент(и)“ и „потребител(и)“.

² Пример и за такива високо конфликтни ситуации възникват, когато медик е изправен пред пациентско искане за болничен лист с цел оправдаване на служебни отсъствия или когато болните не се притесняват да си правят „пазарно проучване“ на лекари, докато открият този, който ще се съгласи да им напише желаната рецепта.

„Пациентите са по-взискателни, но те имат право на това... Защо тогава ни притеснява? Защото ни провокира, ето защо. Това ще рече, че днес те имат значително по-голям достъп до здравна информация, отколкото преди. Казвате ми „Господине, имате диабет“, и ви гарантирам, че на другия ден той е проверил в Интернет и знае всичко за диабета си. Може дори да знае повече от вас за диабета... Следователно той очаква повече от лекаря. И ето, тук е трудността... Но аз мисля, че това ни кара да се развиваме“¹ (Интервю с лекар). „Хората проверяват дали си прав. Те се информират от телевизия, Интернет и всякакъв сорт медии. Те са информирани, но често информацията, която получават, преди всичко провокира много повече въпроси“² (Интервю с IT специалист).

Друга типична професия, нерядко конфронтирана с поведението на клиентите, при което институционалният авторитет се поставя под съмнение – е преподавателската. Нарастването броят на срещи с родители, които през повечето време изискват от учителя обосноваване на своите методи на преподаване, програма, цели, педагогически принципи и т.н. За голяма част от преподавателите, такива ситуации с високо ниво на оспорваност, демонстрират липса на респект и солидарност от страна на родителите по отношение на тяхната работа. Според тях, днес много повече родители си позволяват да изискват обяснения за почти всичко. „Трудността е във визията на родителите за училището. Виновни сме за всичко. Непрекъснато сме провокирани. Броят на срещите, които трябва да провеждаме с родители, които считат, че измъчваме децата им, че децата им са изкупителни жертви, че лошо работим и че не се прави така [...] – е много голям“³ (Интервю с учител). Преподавателите страдат от една страна от липсата на признание от родителите, като притежатели на надеждна експертиза, и от друга – необходимостта да признаят трудността, която срещат да накарат някое дете да работи⁴. Вместо това, учителите биха искали да имат „безусловна подкрепа, без намеса в усилията им да правят най-доброто за децата“⁵.

Социално-институционалните професии и специализираните експерти страдат от честотата на ситуациите, при които са изправени пред оспорване на институционалния си авторитет и експертиза. За специалисти, това е „стар дискурс“, при който върху тях пада натоварването и емоционално-психологическият стрес от влошените отношения с клиентите, както и професионалната отговорност, в случай на влошаване индивидуалната статусна ситуация на клиента. Емоционалното, ментално и психическо натоварване се дължи не само на деградиращите отношения с клиентите, но и на съзнанието за отминалото време, когато възприемането на социалните професии е било различно. Внимателният анализ обаче, на този „много стар дискурс“, в действителност разкрива още по-дълбок социален феномен: трансформацията на професионалния статус като „противодействие“ и защитна сила срещу ангажирането на Аз-а в работата.

4.2. Развенчаване (де-сакрализиране) на професионалния статут

Фактът на нарастващия брой на ситуациите, свързани с отхвърлянето на професионалния авторитет, се оказва в неразривно отношение с друго явление, познато в социологическата литература като „възход на критиката“ – друг социален компонент, допринасящ за нарастване делът на професионалното изтощение.

От края на 70-те години на 20в легитимността на правосъдието като безспорен и универсален принцип за организация на социалната реалност, също изглежда разклатена и то губи своя институционален монопол. Прогресивно неговите принципи, дефиниращи граматиката за „добро“ и „правдиво“, отстъпват място на други конкуриращи го принципи („равенство“, „равнопоставеност“, „ефективност“, „професионално развитие“), които бързо предопределят развитието на множество напрежения – професионални, социални, законодателни, морални... От критично значение е фактът, че умножаването на тези „нови“ принципи на справедливостта, рефлектира в разширяването на социалното пространство, заемано от феноменът на критиката. Критиката и критицизмът завземат все повече сфери на обществото, включително тези, които доскоро са оставали предпазени от нея – като стълбовете на социалната и икономическа модерност (прогрес, наука, законност), както и няколко институции, считани за „сакрализирани“⁶.

¹ Банчева, М. (2021) Интервю с лекар.

² Банчева, М. (2021) Интервю с IT специалист.

³ Банчева, М. (2021) Интервю с учител.

⁴ Пак там.

⁵ Пак там.

⁶ Dubet, F. (2002) *Le déclin des institutions*. Paris, Seuil.

Медицината, полицията, училището... са част от тези „сакрализирани“ институции, осезаемо засегнати от възходът на критиката. Днес те са много по-изложени на критицизъм, въз основа на различните конкуриращи ги прочити на понятията „добро“ и „правдиво“, интегрирани във функционално-понятийния апарат на други институции – напр. семейство, здравни застрахователи, осигурителни институции, алтернативна медицина и др. Противопоставянето на институциите помежду им и въвличането им във взаимно конкуриране, увеличава риска от дестабилизиране на функционирането им като ги принуждава да поставят на обсъждане своите цели, принципи, организационни правила и т.н. Възходът на критиката задължава институциите да използват модерната модалност на авторитет, основана на преговаряне и аргументиране.

Твърде честите ситуации на отхвърляне на професионално-институционалния авторитет е пряка функция от нарастването на обществените критика и критицизъм. Вместо да разчитат на безусловната легитимност и статус на своята институция, професионалистите са изправени пред необходимостта да се ангажират самите те със защитата на тази легитимност. Необходимостта за институционалните професионалисти да използват реторични подходи за самоутвърждаване и доказване, се дължи на факта, че те не могат повече да имат професионалния статут, предоставян от институцията, която представляват, за да легитимират своите методи, интервенции и опит. Те вече трябва да защитават лично своята професионална и институционална легитимност като участват в преговори, диспути, аргументации... с не-специалистите. За тях това е начин да поставят нов фундамент за авторитета и легитимността на професията си, но той означава „нови“ отговорности и изисква личното инвестиране в придобиването на нови компетенции и работни модели. „Правителството и по-специално осигурителните компании, увеличават изискванията си за прецизност, искат обстоятелствени досиета и какво ли още не. Трябва непрекъснато да доказвам, да се научавам да аргументирам, да познавам административния език“¹ (Интервю с лекар).

Професионалистите, принадлежащи към институционалната сфера днес са изправени пред нарастващата необходимост от непрестанно личностно и субективно инвестиране, за да възстановяват загубата на безусловната легитимност на работата си. Това перманентно самоинвестиране е толкова по-значимо, тъй като цели да гарантира личния професионален имидж, и да осигури удовлетворението от работата. Наред с това, то е източник на постоянна, кумулираща се застрашаваща индивидуалното здраве умора, предопределена от важните усилия, влагани в работните отношения и силната зависимост на тяхната ефективност и професионално признание от възприятията и оценката на не-специалистите. Следователно, в усилията си да постигнат одобрението, уважението и признанието на клиентите за професионалните си постижения, представителите на социално-институционалните професии са длъжни все повече да усвояват експертиза за утвърждаване и доказване на работата си, което изисква субективно и компетентностно инвестиране и ангажиране. Наред с това, те са изправени пред перманентната несигурност, че ще получат социалното признание и оценка, за които работят, което допълнително утежнява емоционално-моралния заряд на усилията за мобилизиране на Аз-а. „... Институциите и техните професионалисти... трябва да отговарят на това изискване [доказване] което често е асимилирано от по-ниско социално признание и влошаване на условията на труд..., а в същото време критиката се развива като независим феномен“² (цитирано интервю с учител).

4.3. Обезкуражаване и изтощение от работа „без край“

Социологическите изследвания често поставят във фокуса на вниманието друго явление, свързано с пост-тейлористкия трудов опит, и валидно за професии от почти всеки икономически сектор – умората и обезкуражаването от професионална реалност, преживявана като „работа без край“.

Изразяването на този аспект на професионалното изтощение приема различни форми в проведените научни анализи. Някои лица споделят, че преживяват моменти, в които имат непрекъснато усещане за „провал“, тъй като са в постоянен контакт с трудни професионални, социални и индивидуални казуси, технически проблеми или организационни неуспехи. Те са изправени пред трудността да виждат усилията си доведени до съмнителни и размити резултати или трудно асоциирани с дългосрочни постижения. „Смятам, че има различни форми на износване. Има умора и изтощение от популацията, с която работя... това ще рече непрекъснато да срещам млади хора и семейст-

¹ Банчева, М. (2021) Интервю с лекар.

² Lantheaume, F., Hélou, C. (2008) *La souffrance des enseignants : une sociologie pragmatique du travail enseignant*. Paris, Presses universitaires de France.

ва в затруднено положение, без наистина да имам решение, което да им даде възможност да се измъкнат от ситуацията си. Живеем краткосрочно и не виждаме за какво работим. Винаги с усещането за личен провал или с провала на другите, и това наистина изтощава“¹ (Интервю със социален служител).

В ситуации, в които следите на ефективността и полезността стават почти незабележими, липсата на признание изправя труда от смисъла му, деморализира служителя и отнема желанието му да продължи: „Когато работим на ниво отношения, винаги има резултати, които са неустановими, неокачествими. Наскоро чух колега да казва „когато се прибирам в къщи се захващам да ремонтирам, защото виждам какво правя“. И при мен е същото, когато си обработвам градината, после ми доставя удоволствие да виждам как растат зеленчуците. Да боядисам стая – тавана, да сложа тапети – вижда се какво е направено. Вярно е, че за моите 16 години професионална практика, никога не видях какво съм направил. И това е феномен, който износва, може би това е един от факторите изтощаващ хората, и който депресираща“² (Интервю със социален служител).

Ключов фактор за усещането на емоционално и психическо изтощение, функция на професионалната дейност, е чувството за намаляваща полезност, свързана с дейност, чиято ефикасност често изглежда твърде слаба и крехка. Към притеснението от личната и професионална безполезност, се добавя страхът от потъване в проблема и преживяването на потребителя, което по своята същност е друг начин да се говори за страха от обезсърчение, който може да предизвика толкова многобройни и комплексни потребности, че създава усещането за нескончаемост. Понякога именно в преследването на „нереалистични“ цели се изразява трудността на труда, преживян като безкраен и квалифициран като Сизифовски.

Основен източник на обезкуражаване е разминаването между представата и очакванията за професията и нейната социална ценност с ежедневното изпълнение и обществено отношение – имиджът на професията, формиран по време на обучението или от личен идеализиран опит – и реалната действителност на работата. Разочарованието от работата и субективното отдалечаване от идеала за стойностен обществен принос, естествено се декомпозира в отговорностите и задачите за ежедневно изпълнение, което рефлектира в перманентно очакване за свършване, преживявано като „клопка“.

5. Мулти-дисциплинарни аспекти на професионалното изтощение

До известна степен социално-трудовете проблеми в по-широк културно-исторически план, намират своето отражение в процеса на увеличение и спад на специфични медицински симптоми на така наречените „модерни заболявания“. Следователно, не е съвсем ново явление, че настоящите синдроми на изтощение в различни сфери на личностно-битийния модус, дават повод за социална саморефлексия върху патологиите на съвременния професионално-икономически и социален живот. Все пак е поразително, че това, което мнозина смятат за преобладаващо психично състояние, се е превърнало в символ на нашето социално състояние. Докато в миналото инфарктът, мозъчният инсулт или разпространението на злокачествени клетки са служили като символи на социални кризи, в момента синдромите на изтощение изглежда имат малко съперници, що се отнася до публичната анамнеза за нежеланото икономическо и социално развитие. Този диагностичен факт еволюира в публичен дискурс, който започва с мобилизираната индивидуална субективност и „изчерпвания Аз“ на само-мобилизираната се личност³, преминава към изследване на симптомите на изтощение в борбата за статута на средните класи⁴, и стига до констатацията, че експанзионистичните концепции за растеж са изчерпани⁵, и по този начин поставя на критика идеологическия сценарий, който изисква непрекъснато нарастване и натрупване на финансови средства, труд и стоки.

Изглежда, че концепцията за професионалното изтощение може да служи еднакво добре за описване на такива разнообразни явления като субективни затруднения и социални болести. Тя

¹ Банчева, М. (2021) Интервю със социален служител.

² Банчева, М. (2021) Интервю със социален служител.

³ Ehrenberg, A. (2010) *The Weariness of the Self: Diagnosing the History of Depression in the Contemporary Age*. Montreal, McGill-Queens's University Press.

⁴ Mau, S. (2015) *Inequality, Marketization and the Majority Class: Why Did the European Middle Classes Accept Neo-Liberalism?*. New York, Palgrave Pivot.

⁵ Miegel, M. et al (2011) *Altering Attitudes: From a Culture of Consumerism to a Culture of Prosperity*. Bonn, Denkwerk Zukunft – Stiftung kulturelle Erneuerung.

обвързва индивидуалните психологически кризи с факта, че широки сектори на обществото са изложени на условия на живот и труд, натоварени с напрежение на ниво междуличностни отношения, и с проблемното състояние на цялата икономическа и социална система. В своята мултидисциплинарна перспектива, концепцията обвързва индивидите, социалните класи, ориентирания към растеж капитализъм и екосистемата като цяло, в единна система, обхваната от криза. Това, което се появява на индивидуално ниво като професионално изтощение, а на социално ниво като прекомерни изисквания към определени социални класи, се проявява на икономическо ниво като задлъжнялост, а в екологичен аспект – като разточителни разходи на ограничени ресурси. Казано медицински, симптомите на изтощение се проявяват чрез различни синдроми. Те са основните характеристики на депресията, синдрома на хроничната умора (CFS) и синдрома на изгаряне. Тези състояния се диагностицират с нарастваща честота. Преди всичко депресията се увеличава по целия свят; СЗО изчислява, че през 2020 г. това може да бъде второто най-често срещано заболяване в западните индустриализирани страни.

Увеличението относителния дял на диагнозата „изтощение“ спрямо останалите разпространени заболявания, се интерпретира по много различни начини. Поставя и много въпроси от различно дисциплинарно естество: Променени ли са социалните изисквания към субектите, които да поразят нови страдания? Дали механизиранията и урбанизирана, ускорена или маркетизирана модерност влияе върху благосъстоянието и отчита нарастването на психичните заболявания, свързани с изтощение? Могат ли диагнозите, които стават модерни в определени моменти, да сочат към социални промени? Ако случаят беше такъв, концепциите и медицинските класификации щяха да ни кажат повече за социалните промени, отколкото за промените във видовете страдания, засягащи съвременните субекти.

Заклучение

Нашата ера е ерата на изтощение. Проявата му като феномен – както на ниво индивидуално преживяване, така и като по-широк социално-културен и професионален феномен – се проявява в епидемичния възход на професионалното прегаряне (burn-out), депресията и хроничната умора. Той присъства еднакво в нарастващото разочарование от капитализма в сегашната му пост-тейлористка неолиберална форма, в опасенията относно психо-социалните последици от все по-бързите информационни и комуникационни технологии, в прекомерното инвестиране на субективността в изпълнението на трудовите отговорности, в общото недоверие към институциите, геополитическите решения, икономическото развитие и в тревогите относно екологичната устойчивост. За да се справим със социалните проблеми, трябва да се идентифицират социалните развития, структури, институции и практики, които причиняват тези явления. Високите нива на депресия и професионално прегаряне причиняват социални и икономически проблеми, като високи разходи за здравеопазване и забавяне работата на бизнеса, някои биха предположили, че изтощението само по себе си може да представлява социален проблем. Концептуализацията на изтощението като обществен феномен, се основава на идеята, че определени социални и трудови изисквания в съвременното общество са довели до хронично прекомерно използване на субективни ресурси и следователно са породили нови форми на социално страдание. Според тази гледна точка днешната епидемия от синдроми на индивидуално и професионално изтощение е пряко свързана с гъвкавостта на работата и нарастващите изисквания за практикуване на самоконтрол, мобилизация на субективността в изпълнението на служебните отговорности и постоянна (емоционална) самооптимизация.

Използвана литература

1. Aballea, F., Demailly, L. (2005) Les nouveaux régimes de mobilisation des salariés. Публикуван в: Duarnd, J.-P., Linhart, D. Les ressorts de la mobilisation. Toulouse. Octares.
2. Ansley, B. M. et al (2021) The impact of an online stress intervention on burnout and teacher efficacy. *Teaching and Teacher Education*, vol 98. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2020.103251>.
3. Aubert, N. (2003) Le cult de l'urgence. La société malade du temps. Paris Flammarion.
4. Bagi, S. (2013) When leaders burn out: The causes, costs and prevention of burnout among leaders. *When leaders burn out: The causes, costs and prevention of burnout among leaders*. DOI: 10.1108/S1479-3660(2013)0000020015
5. Bertaux-Wiame, I., Linhart, D. (2006) Travail moderne, rien ne va plus: les jeux sont défaits. „Nouvelle revue de psychosociologie“, vol 1, No 1.

6. Bibeau, G. (1985) Le burnout: 10 ans après. Santé mentale au Québec, vol 10, No 2.
7. Boltanski, L., Chiapello, E. (2005). The New Spirit of Capitalism. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 18(3/4), 161-188. Retrieved February 20, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/20059681>.
8. Bourgault, D., Meloche, M. (1981) Le burn-out ou mourir d'épuisement comme un caméléon sur une jupe Ecossaïse. *Intervention*, No 6.
9. Budd, J. W. (2004) *Employment With a Human Face: Balancing Efficiency, Equity and Voice*. Ithaca: Cornell University Press.
10. Castel, R. (1999) *Les Métamorphoses de la Question Sociale: Une chronique du salariat*. Paris. Fayard.
11. Comte, A. (1974) *Positivism and the Essential Writings*. New York: Gertrude Lenzer.
12. Cousin, O. (2007) Quelle place accordée au travail?. *L'Homme et la Société*. No 162.
13. D'Amours, M., Kirouac, L. (2011) Les travailleurs indépendants et leur rapport au travail à l'épreuve de l'impératif de l'activité: occasions de subjectivation ou de contrainte? *Revue multidisciplinaire sur l'emploi, le syndicalisme et le travail*, Volume 6, Numéro 1, 2011. <https://doi.org/10.7202/1000449ar>
14. Dall'Ora, C., Ball, J., Reinius, M., Griffiths, P. (2020) Burnout in nursing: a theoretical review. *Human Resources for Health*: <https://doi.org/10.1186/s12960-020-00469-9>
15. Dardot, P., Laval, C. (2009) *La nouvelle raison du monde. Essai sur la société néolibérale*. Paris. La Découverte .
16. Dubet, F. (2002) *Le déclin des institutions*. Paris, Seuil.
17. Edelwich, J., Brodsky, A. (1980) *Burn-out: Stages of Disillusionment in the Helping Professions*. New York: Human Sciences Press.
18. Ehrenberg, A. (2010) *The Weariness of the Self: Diagnosing the History of Depression in the Contemporary Age*. Montreal, McGill-Queens's University Press.
19. Ferreras, I. (2017) *Firms as Political Entities: Saving Democracy through Economic Bicameralism*. Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/9781108235495
20. Forastieri, V. (2016) Prevention of psychosocial risks and work-related stress. Published in „International Journal of labour research: Psychosocial risks, stress and violence in the world of work“, ILO, Geneva.
21. Fournier, M. (2007) Travail: ce douloureux objet de désir. *Sciences humaines*, No 179.
22. Freudenberger, H. J. (1975) The staff burn-out syndrome in alternative institutions. *Psychotherapy: Theory Research and Practice*, vol 12, цитиран в Kirouac, L. (2015) *L'individu face au travail-sans-fin: Sociologie de l'épuisement professionnel*. Collection „Sociologie contemporaine“, Presses de l'Université Laval.
23. Freudenberger, H. J. (1980) *Burn-out: The High Cost Of High Achievement*. New York: Anchor Press.
24. Ginsberg, S. G. (1974) The problem of the burned out executive. *Personnel Journal*, цитиран в Kirouac, L. (2015) *L'individu face au travail-sans-fin: Sociologie de l'épuisement professionnel*. Collection „Sociologie contemporaine“, Presses de l'Université Laval.
25. Habersaat, S., Abdellaoui, S. H., Wolf, J., M. (2021) Social desirability, stress and health in police officers: preliminary results. *Policing: An International Journal*, vol. 44, <https://www.emerald.com/insight/publication/issn/1363-951X>
26. Hu, Z et all (2021) Burnout in ICU doctors and nurses in mainland China—A national cross-sectional study. *Journal of Critical Care*, vol 62. <https://doi.org/10.1016/j.jcrc.2020.12.029>
27. Kallioniemi, M. At al (2016) Stress and burnout among Finnish dairy farmers. *Journal of Agromedicine* 21 (3): 259-268. DOI:10.1080/1059924X.2016.1178611
28. Kirouac, L. (2015) *L'individu face au travail-sans-fin: Sociologie de l'épuisement professionnel*. Collection „Sociologie contemporaine“, Presses de l'Université Laval.
29. Lallement, M. (2015) *Work and the challenge of autonomy*. SAGE Journals. <https://doi.org/10.1177/0539018414566423>.
30. Lantheaume, F., Hélou, C. (2008) *La souffrance des enseignants: une sociologie pragmatique du travail enseignant*. Paris, Presses universitaires de France.
31. Levasseur, G. (2003) *Les médecins bretons et leur santé. Rapport présenté à l'URML Bretagne*.
32. Levinson H. (1996) When Executives Burn Out. *Harvard Business Review*, July-August 1996.
33. Maranda, M.-Fet all (2006) *La détresse des médecins: un appel au changement*. Québec: Presses de l'Université Laval.
34. Marek, A. (2016) Employee Subjectivity as a Key Value in Management. *Annales. Ethics in Economic Life* 2016, Vol. 19, No. 4. doi: <http://dx.doi.org/10.18778/1899-2226.19.4.09>

35. Maslach, C. (1978) The Client Role in Staff Burnout. *Journal of Social Issues*, vol. 34., цитирана в Kirouac, L. (2015) *L'individu face au travail-sans-fin: Sociologie de l'épuisement professionnel*. Collection „Sociologie contemporaine“, Presses de l'Université Laval.
36. Mau, S. (2015) *Inequality, Marketization and the Majority Class: Why Did the European Middle Classes Accept Neo-Liberalism?*. New York, Palgrave Pivot.
37. Mercure, D. (2017) *Travail et subjectivité: Perspectives critiques*. Presses de l'Université Laval.
38. Mercure, D., Vultur, M. (2010) *La signification du travail – Nouveau modèle productif et ethos du travail au Québec*. Quebec: Press de l'Universite Laval.
39. Miegel, M. et all (2011) *Altering Attitudes: From a Culture of Consumerism to a Culture of Prosperity*. Bonn, Denkwerk Zukunft – Stiftung kulturelle Erneuerung.
40. Morin, E. (2008) *Sens du travail, santé mentale et engagement organisationnelle*. Etudes et Recherches, rapport R-543: <http://www.irsst.qc.ca/media/documents/pubirsst/r-543.pdf>
41. Osty, F. (2003) *Le désir de métier*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
42. Pezet, V. et all (1993) *De l'usure a l'identité professionnelle. Le burnout des travailleurs sociaux*. Paris, TSA.
43. Pines, A. M., Aronson, E., Kafry, D. (1982) „Burnout „: se vider dans la vie et au travail. Montréal: Le Jour (1 Janvier 1982).
44. Rabinbach, A. (2004) *The Human Motor. Energy, Fatigue, and the Origins of Modernity*. University of California Press.
45. Ravon, B. (2009) *Repenser l'usure professionnelle des travailleurs sociaux*. *Information sociale*, vol. 2, no 152.
46. Savage, D. (2008) *The Subjective Dimension of Human Work*. Peter Lang, New York.
47. Stockner, P., K. (1981) Burnout: yes it also happens to veterinarians. *Mod Vet Pract*. 1981 Oct, цитирана в Kirouac, L. (2015) *L'individu face au travail-sans-fin: Sociologie de l'épuisement professionnel*. Collection „Sociologie contemporaine „, Presses de l'Université Laval.
48. Supiot, A. (2000) *Servir l'interer general*. Paris. Presses universities de France.
49. Vézina, M. et al (2011) *Enquête québécoise sur des conditions de travail, d'emploi et de SST*. Sommaire RR-691. Montréal: IRSST.
50. <https://www.euro.who.int/en/health-topics/noncommunicable-diseases/mental-health/areas-of-work/mental-health-in-the-workplace>
<https://www.euro.who.int/en/health-topics/noncommunicable-diseases/mental-health/areas-of-work/mental-health-in-the-workplace>

Рецензент: гл. ас. д-р Красимира Вълчева

СОЦИАЛНО ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА КАМПАНИЯТА СРЕЩУ ПРОЕКТА НА СТРАТЕГИЯ ЗА ДЕТЕТО (2019-2030) ВЪРХУ НАГЛАСИТЕ КЪМ ПРАВОТО НА ДЕЦАТА НА ЗАЩИТА ОТ СТРАНА НА ДЪРЖАВАТА

Мария Брестничка
докторант в катедра „Икономическа социология“, УНСС

maria.brestnichka@gmail.com

Резюме: Настоящият отделен случай разглежда социалното въздействие на кампанията срещу проекта на Стратегия за детето (2019-2030), която протича през първата половина на 2019 година. Основната ѝ цел е отмяната на проекта, който предвижда въвеждането на цялостна политика за гарантирането на правата на децата и подкрепа на семействата. Кампанията е изградена чрез фалшиви новини и манипулирани истории, които са разпространявани най-вече в социалните медии чрез изграждането на информационни балони и е основана върху изграждането на асоциативни връзки между намесата на държавата и разрушаването на семейството. Основните използвани послания се отнасят до ограничаването на избора на възпитателни подходи от страна на родителите, съсредоточени първоначално най-вече върху телесното наказание, а по-късно обхващат и теми като сексуалното образование и бедността.

Кампанията става особено популярна, като успява да създаде впечатление за масовост на настояването за отмяна на Стратегията. Като резултат, работата по проекта на Стратегия за детето е прекратена от правителството, като по този начин се нарушава както вътрешното законодателство на България, така и международни договори, по които тя е страна. След това кампанията продължава да интервенира върху съществуващите нагласи към правото на детето на закрила от страна на държавата, използвайки други нормативни актове и политики, като оказва влияние както върху тях в посока на поляризиране на самите нагласи, така и социално въздействие по отношение на регреса на системата за закрила на детето.

Ключови думи: Закрила на детето, дезинформация, социални медии

SOCIAL IMPACT OF THE CAMPAIGN AGAINST THE NATIONAL STRATEGY FOR THE CHILD (2019-2030) DRAFT ON THE ATTITUDES TOWARDS THE RIGHT OF THE CHILD OF STATE PROTECTION

Maria Stanislavova Brestnichka

Abstract: The current case study is focused on the social impact of the campaign against the National Strategy for the Child (2019-2030) draft, which took place in the first half of 2019. The main goal of the campaign is cancelling the project and the provided introduction of a holistic policy for family support. The campaign is built on fake news and manipulated stories, disseminated mainly on social media through building informational bubbles, and it aims to establish associative connections between the interventions on behalf of the State and the destruction of the family. The main messages used in the campaign are related to the limitation of the parents' choices of educational approaches, at first focused on corporal punishment, and later cover other topics, such as sexual education and poverty.

The campaign has become very popular, creating impression of mass support for demands for cancelling the Strategy. As a result, the work on the National Strategy for the Child draft was terminated by the Government, breaking the domestic legislation of Bulgaria and the international treaties. After this achievement, the campaign continues to intervene on the existing attitudes towards the right of the child of state protection, steering other regulations and policies through polarization of public attitudes and social impact on the regression of the child protection system.

Keywords: Child protection, misinformation, social media

Въведение

Нагласите към отглеждането и възпитанието на деца са, без съмнение, сложни и нееднозначни и се характеризират с повишена динамика през последните години – дори без задълбочен анализ може да бъде видяна промяната в отношението към децата като личности, по-внимателния избор на възпитателни методи с оглед на елиминирането на негативните последици и повишена чувствителност към важността на насърчаването и вземането предвид на мнението на децата. В същото време, определено устойчивост показват елементите на нагласите към отглеждането на деца, свър-

зани с уважението към родителя, неговата роля на гарант за правата и благосъстоянието на децата и зачитането на изборите му по отношение на тяхното възпитание.

Целта на настоящата статия е да проследи влиянието на социалните медии върху обществените нагласи към политиките за гарантирането на правата на детето като цяло и, в частност, правото на закрила от страна на държавата. Статията включва описание на отделен случай, което търси социалното въздействие, оказано от фалшивите новини чрез социалните медии както за нагласите, така и за планирането и прилагането на политики, отнасящи се до правата на детето и подкрепата на семействата, чийто резултат е видим в конкретни случаи на деца.

Разгледаният в статията отделен случай има своето значение и като част от европейските и световните тенденции. Подобни кампании, насочени към ограничаването на права на уязвими групи, свързани с наратив, касаещ семейството, се наблюдават по сходни нормативни, стратегически и политически документи в Полша, Словакия, Сърбия, Румъния и др.

Методология

За изследването на социалното въздействие на кампанията срещу проекта на Национална стратегия за детето (2019 – 2030) е направено описание на отделен случай, което включва описание на казуса, предистория, условия за възникване и допълнителни фактори. Направен е анализ, който търси диагностика на проблема, идентифициране на факторите за успех на кампанията и проследяване на подходите, използвани в нея.

Източници на информация са основно сайтовете за обществено обсъждане на нормативни и стратегически документи, социалните мрежи и медиите.

Избраните индикатори за проследяване на въздействието на кампанията са предимно такива, позволяващи събиране на информация чрез наблюдение:

- **Обхват** на онлайн групите, използвани като комуникационни канали
- **Активност** на обсъждане на теми онлайн, свързани с проекта на Стратегия в контекста на правото на детето на закрила от страна на държавата.
- **Повторяемост на конструкции в наратива**, свързани със закрилата на детето.
- **Използвани подходи**

Ограниченията на избрания метод на изследване са предимно по отношение на количественото измерване на социалното въздействие на кампанията поради преимуществено описателния характер на case study. Те са обект на интерес на отделно следващо емпирично изследване.

Кампанията срещу проект на Стратегия за детето

Проектът на Национална стратегия за детето (2019-2030) е публикуван на 10.01. на Портала за обществени консултации. Разработването на Стратегия за детето е задължение на държавата по вътрешното законодателство на България (чл.1, ал. 3 от Закона за закрила на детето), който предполага приемането ѝ от Народното събрание по предложение на Министерски съвет, а координацията на разработването е в мандата на Държавната агенция за закрила на детето. Самата Стратегия е третата подред и, както и предходните две, представлява рамков документ, който планира политиката на България по отношение на гарантирането на правата на детето и подкрепата на семействата. За разлика от предходните два стратегически плана, обаче, проектът на Стратегия за периода 2019-2030 отбелязва качествен напредък по отношение на цялостния подход по отношение на подкрепа на семействата, а не основен фокус върху децата в риск, както и по отношение на проследяемостта и измеримостта на изпълнение. Проектът е изготвен в широка консултация със професионалисти, работещи с деца и семейства (учители, психолози, социални работници и др.), академични среди, граждански организации, синдикати и др. Една от ключовите реформи, които проектът на Стратегия за детето (2019-2020) предвижда, е „*Въвеждане на пълна и изрична забрана за телесно наказание над деца*“¹.

На 12.01. първият коментар, който се появява под публикувания документ е на потребител с име „*бортан*“ и заглавие „*Символичното пошляпване по дупето на малките деца не е физическо наси-*

¹ Мярка 1 към всички възрастови групи, Стратегическа цел 4: „Гарантиране на правото на всяко дете да живее в сигурна среда, превенция и защита от насилие и други вредни действия и ефективен достъп до правосъдие“, проект на Стратегия за детето (2019-2030).

лие а припомняне на иерархията“¹, последван от други подобни: „Символичното пошляпване по дупето на малките деца не е никакво физическо насилие“; „Против забраната на възпитателния шамар“; „Пошляпването не е насилие“ и др. Други коментари са насочени към опасностите, които според тях приемането на стратегическия документ създава – „Стратегията си поставя за цел да отдели децата от родителите“, „Стратегията очевидно не цели подпомагане на семействата, а заличаване на родителските функции“. Редица коментари правят връзка с системата за закрила на детето на Норвегия – Барневерн и заплаха от „преписаната по западен образец т.нар. стратегия“². За периода от 12 януари до 9 февруари са публикувани над 85 коментара със сходни послания, ориентирани предимно към заплахата от намесата на държавата в семейството. Първата повдигната тема за намеса на държавата е именно въвеждането на пълната забрана на телесното наказание, която противоречи на правото на родителя да възпитава децата си с избрани от него възпитателни подходи. 90% от коментарите принадлежат на регистрирани индивидуални профили без ясна легитимност. Не е известно да има друг нормативен или стратегически документ, поставен на обществено обсъждане на сайта, който да е предизвикал подобна активност.

На 8 февруари е публикувано становище на Светия Синод на Българската православна църква. В становището се твърди, че „в стратегията се лансират „международни стандарти за закрила на детето“, които влизат в противоречие с основни принципи на българското законодателство, като създават предпоставки децата да се третират от държавните социални служби по защита на правата на детето като самостоятелна страна при упражняване на граждански и човешки права извън обхвата на установените права на родителите или техните настойници“³. Становището изразява несъгласие с основни моменти в Стратегията, включително „механичното възприемане и прилагане на чуждестранни практики и политики в сферата на детското развитие и семейния институт“, като се има предвид именно планирането на пълна забрана на телесното наказание. Позицията на Светия Синод получава широко медийно отразяване, като на основните повдигнати въпроси, поставени на неговите представители, са именно във връзка със защитата на шамара като възпитателна мярка (втората ключова тема е желаната забрана на абортите). След осъдителна обществена реакция, становището е оттеглено като „неофициално“ на 12 февруари, а за написването му е посочен служител на Синодалната канцелария⁴. По-късно, Българската православна църква излиза с преработено становище, в което обаче не се коментира телесното наказание.

Междувременно, през февруари 2019 във социалната мрежа Facebook се появява група с името „НЕ НА СТРАТЕГИЯТА ЗА ДЕТЕТО 2019-2030“. Групата първоначално е малобройна, но набира членове изключително бързо, като най-активно това се случва преди изборите за Европейски парламент. Активно се набират членове както чрез покани, така и чрез директно прибавяне в групата. Наред с това, експерти смятат, че подобен ръст за подобно кратко време е невъзможен само с органично канене и прибавяне на реални профили. През май групата вече наброява над 100 000 профила, а името е променено на „НАЦИОНАЛНА ГРУПА НЕ НА СТРАТЕГИЯТА ЗА ДЕТЕТО 2019-2030“.

В групата се споделят материали, които разясняват заплахата от приемането на Стратегията за налагането на възпитателни методи на родителите, проверки по анонимни сигнали, равностилни на доноси и санкции при съпротива, включително и най-вече „отнемането на деца“ (фиг. 1).

¹ Оригиналният правопис е запазен.

² Всички коментари могат да бъдат видени на сайта за обществени консултации [strategy.bg – http://www.strategy.bg/PublicConsultations/View.aspx?@lang=bg-BG&Id=4012](http://www.strategy.bg/PublicConsultations/View.aspx?@lang=bg-BG&Id=4012)

³ Становище на Светия Синод на Българската православна църква – Българска Патриаршия Относно проект за Национална стратегия за детето

⁴ „Синодът се объркал за позицията си по шамаросването на децата. Ловчанският митрополит Гавриил нямал време да прочете текста“, [електр.ресурс], Медияпул, 12 февр. 2019

Би ли позволил на непознат да отглежда и възпитава ТВОЕТО ДЕТЕ против ТВОЯТА ВОЛЯ?!

Сега в България



Нашето семейство.
Нашето дете.
Нашият свят.



Имаме много деца.
Това е хубаво.



В семейството ни се вземат решения какъв е начинът на хранене, обличане, по какъв начин да се учат и възпитават децата ни.



Родителите възпитаваме децата си. Предпазваме ги от лошо поведение. Когато е необходимо – прилагаме избрани от нас методи за поощряване на добро поведение и наказание на лошо.



Ние сами разрешаваме конфликтите в нашето семейство.



Родителите и децата са граждани на България и имат равни права.



Ако някой посегне на целостта на нашето семейство, ние ще се обърнем към съдебните власти.

Ако се приеме Стратегия за детето 2019-2030



Държавата има право да инспектира всяко семейство и право да отнеме което и да е дете от родителите му, по усмотрение на държавни служители, без съд.



Броят на децата в семейството снижава качеството на живот на всяко дете и може да е повод да бъде отнето.



Държавни служители оценяват и диктуват на родителите задължителни за изпълнение методи за възпитание и грижа за децата.



Каквито и да е забранителни възпитателни мерки в семейството се считат за насилие и нарушаване на правата на детето.



При всеки случай на конфликт в семейството децата се инструктират да се оплакват на учителя, психолога, детския омбудсман. Въвежда се „Телефон на доверието“, който приема всякакви сигнали – също и от анонимни източници.



Правата на детето са по-висши от тези на родителите. Към родителя се подхожда с „презумпция за виновност“.



Изграждат се специализирани институции и инстанции, които не подлежат на контрол от вътрешен и международен съд.

ИНФОРМИРАЙ СЕ:

1. Национална стратегия за детето 2019-2030 г. „Всички права за всички деца“.
2. План за действие 2019-2020.

ПРИСЪЕДИНИ СЕ:

1. Фейсбук група: НЕ НА СТРАТЕГИЯТА ЗА ДЕТЕТО 2019-2030!
2. Фейсбук група: Не на Стратегията за детето 2019-2030-Бургас

ХИЛЯДИ РОДИТЕЛИ ГО НАПРАВИХМЕ!
НАПРАВИ ГО И ТИ!
СПОДЕЛИ С БЛИЗКИТЕ СИ!!!
ЗАЩИТИ ДЕЦАТА И ВЪНУШНИТЕ СИ!

Източник: Фейсбук група „НЕ НА СТРАТЕГИЯТА ЗА ДЕТЕТО 2019-2030“

Фигура 1. „Би ли позволил на непознат да отглежда дете против твоята воля?“

Като най-чести причини за отнемане са посочвани изборът на възпитателни мерки, най-вече по отношение на използването на телесно наказание и отказът от „ранно сексуално обучение“ (става дума за подмяна на термина „сексуално образование“ и бедността. Активността е изключително висока – според анализ на групата, „нова публикация на всеки 20 минути, а коментарите са на всяка минута“¹. Отново се дават за пример подобни политики и истории от други страни, най-често за отнемане на деца, като в голямата си част при проверка се оказват фалшиви новини, често пъти от руски източници, които се отнасят до случаи на отнети руски деца в скандинавските страни (най-често Норвегия) и Нидерландия (фиг. 2). В групата се обсъждат теми като „социално инженерство чрез разрушаване на традиционното семейство“. Коментират се и няколко нашумели медийно случаи на извеждане на деца в България, представени манипулативно и без всички данни. Публикациите имат хиляди реакции и споделяния, което заради алгоритъма на работа на Фейсбук ги прави изключително видими за потребителите.

¹ Юруков, Б., [електр. ресурс], „Групата на торбаланците – кой, по колко и за какво става реч“, 2019, собствен блог.



VK.TULA.SU

В Нидерландах у гомофобов начали отбирать
родительские права: их детей полиция отправляет в...

Източник: Фейсбук група „НЕ НА СТРАТЕГИЯТА ЗА ДЕТЕТО 2019-2030“

Фигура 2. „В Нидерландия започва отнемането на родителски права на хомофобите: децата им се прехвърлят от полицията в лагери за превъзпитание “.

В същото време, според споменатия по-горе анализ е видно, че 1% от членовете са автори на около една четвърт от публикациите; сходна е и тенденцията с коментарите, като 7 профила имат над 1000 коментара в рамките на няколко месеца (средният брой на постове за останалите публикуващи е 1.8-2.2 в месеца). Честотният анализ показва, че наред с очаквано най-употребяваните думи в публикациите „стратегия“ и „родител“, с висока честота са „социалните“ (във всяка трета публикация), отнемане (13 752 пъти), приемни родители (16.7%, неизменно с негативна конотация, често пъти във връзка с педофилия или ЛГБТ хора). Телесното наказание е споменато също с висока честота – 919 пъти, като често пъти то е обвързано с отнемането, социалните и приемните родители. Наред с това, макар и в различни вариации с висока честота се споменава „бог“ – във всяка трета публикация. Голяма част от активните организатори и членове в групата са тясно свързани с религиозни групи и евангелистки и протестантски общности и църкви.

Наред с това, в същия период са създадени множество по-малки, местни групи, отново противопоставящи се на стратегическия документ, в които членуват основно профили, членове на голямата група. Активно се пускат покани и публикации в десетки други популярни групи с множество членове като „Майките на София“ и други подобни, „Група на Българите в Испания“, дори и в малки тематични групи, чиито членове са основно деца в юношеска възраст.

Темата за Стратегията за детето е активно обсъждана и в други онлайн платформи и социални мрежи. Така например в популярния форум за родителство Бг-мама темата за Стратегията за детето е разглеждана близо 131 хиляди пъти, което я прави една от най-обсъжданите теми във форума за 2019 година. Най-популярната тема „Протестите срещу проект на Стратегия за детето (2019 – 2030)“, публикувана в края на април 2019, има близо 6 900 коментара в 458 страници. Авторът на темата призовава към подкрепа за отхвърлянето на Стратегията, поставяйки въпроси като „*В какво ще се изразява криминализирането на това да набия дете? А ако детето е излъгало, че съм го била? [...] Ще имам ли право да възпитавам детето си както преценя за добре?*“. Един от често обсъжданите примери в темите е именно телесното наказание, намесата на държавата и лишаването на родителите от възможност за контрол върху (възпитанието на) децата чрез приемане „*на биологичните родители за виновни по презумпция*“, „*отнемане на децата по анонимни доноси*“ и даването им в приемни семейства¹. Призивите са за присъединяване към протестите и групата във Фейсбук.

¹ Тема „Протестите срещу проект на Стратегия за детето (2019 – 2030)“, форум „Бг-Мамма“, <https://www.bg-mamma.com/?topic=1110709>



Източник: личен архив

Фигура 3. Листовка „Върнете децата! Знаете ли, че: Всяка година се отнемат около 2000 деца“

Разпространяват се и хартиени листовки, които се пускат в пощенските кутии (фиг. 3). Организираны са срещи на живо в училища, на които се разясняват рисковете от приемането на Стратегията (и по-късно, Закона за социалните услуги).

Заедно с това, активно се набират подписи за две онлайн петиции против Стратегията. Първата е създадена на 26 януари 2019 и администрирана от „Асоциация за домашно образование“ и „Свобода за Всеки“ и настоява за отхвърлянето на Стратегията като „документ, олицетворяващ буквално чистото зло“. Петицията твърди още, че „Без колебание ще се борим до абсолютна победа над мафията, търгуваща с детска плът, която очевидно се е въткала в държавните структури, след като държавни агенции си позволяват да предложат толкова голи и прозрачни, етично и морално несъстоятелни текстове, които имат за цел създаването на специализирана полицейска структура, по образец на норвежкия Барневарн, с цел отвлечане и търговия с български деца“¹. В изразените становища на двете организации, които петицията подкрепя, са включени редица твърдения, според които с приемането на Стратегията е заплашена целостта на семейството, напр. „Истинската и скрита под благовидни доводи цел на стратегията е родителите да бъдат държани под контрол, в постоянен страх чрез заплахата за възможно отнемане на децата им във всеки момент и под всевъзможни предлози“. Тези твърдения засягат и телесното наказание като „безпардонно налагане на едностранчиви идеологически модели“ за „криминализирането на употребата на физически методи за наказание при дисциплиниране на деца“. Становището твърди още, че „Внимателният подбор на физически или други разумни наказания, ограничаващи правата на детето, представляват форма на третиране и преодоляване на злото, бруталността и егоизма, типични за човешката природа, включително и в детската възраст. Забраната за премерено родителско физическо дисциплиниране е груба намеса на атеистичната държава в религиозните права на семействата, които вярват в Библията и нейната мъдрост, че любовта означава и възпитание на дисциплина и отговорност, а не предимно удовлетворяване на всички, дори и на абсурдните детски желания и „глезотии“². Към ноември 2020 петицията е събрала 34 289 онлайн подписа и продължава да е отворена.

Втората петиция е под надслов „Поискай управляващите да отхвърлят стратегията за детето“. Тя е инициирана от Асоциация „Общество и ценности“ и „Поход за семейството“ и е внесена на 8 февруари 2019 до редица държавни институции с 8098 подписа от физически лица и 35 организации. Тя отхвърля Стратегията със сходни твърдения на предишната петиция, отново давайки за пример политики на чужди държави, в които „се отнемат деца“, включително и по отношение на избора на възпитателни мерки: „Виждаме ясно, как подобни политики водят до редица злоупотреби в някои европейски страни. Деца биват легално отвлечани от социалните служби за това, че

¹ Петицията е достъпна на <https://www.peticiaq.com/2019-2030>

² Становище относно Национална стратегия за детето 2019-2030, Свобода за всеки [електр. ресурс], <https://svobodazavseki.com/blog/item/327-stanovishte-sv-strategia-2019-2030.html>

родител е повишил тон, пропуснал е имунизация или просто е дисциплинирал детето си. Поведението на социалните служители в страни като Норвегия (полицейските структури Барневарн), Швеция и Германия, се е превърнало в средство за контрол върху родителите.¹ Петицията е промотирана включително по мейл до широк кръг адресати.

В периода април – септември 2019 се провеждат няколко организирани протеста на живо в няколко български града с призив отмяната на Стратегията за детето. В най-активната си фаза около изборите за Европейски парламент те успяват да привлекат около 1000 души в София и няколко десетки в десетина други градове. В общественото пространство се появяват и активни говорители, изискващи отхвърлянето на Стратегията за детето, които говорят „от името на българските родители“. Това са предимно администратори и активни членове на Фейсбук групата, които твърдят, че говорят от името на няколкостотин хиляди български родители. Заедно с тях основни говорители в публичното пространство, застъпващи се за отхвърлянето на Стратегията, които използват същите послания са Петър Низамов – Перата – медийно известен организатор на побои на бежанци и мигранти на българската граница, адвокат Петър Николов, Христо Лафчиев – председател на Инициативен комитет на граждани срещу кражби на деца и кандидат от ПП „Глас народен“ на парламентарните избори през 2014, Лина Хотнишка – автор в сайта progocheski.org, директорът на пресцентъра на Министерство на отбраната Александър Урумов, активен в евангелските среди у нас, журналистът Мартин Карбовски и др.² Дадени са няколко пресконференции, отново с искане за отхвърляне на Стратегията. Особено активни са протестите преди провеждането на изборите за Европейски парламент през май 2019.

Междувременно, по време на активната кампания срещу Стратегията за детето, първоначално липсва публична реакция и информация от страна на държавните институции, отговорни за политиките за децата и семействата. Единствените публични изказвания са на председателя на Държавната агенция за закрила на детето Елеонора Лилова, които обаче остават без политическа подкрепа и разяснения от страна на разпознаваеми политически лица. Основната комуникация по разясняването на същността и целите на стратегическия документ пада върху граждански организации, което води до активни атаки срещу тяхната работа в публичното пространство и обвинения за прокарване на западни политики, които целят отнемането на деца и дори „износ на деца за приемни семейства в Норвегия“ (фиг. 4). Започват атаки срещу конкретни личности, които правят публични изказвания за разясняване на Стратегията, включително и онлайн тормоз.



Източник: Фейсбук група „НЕ НА СТРАТЕГИЯТА ЗА ДЕТЕТО 2019-2030“

Фигура 4. „Те искат вашите деца!“

¹ Петицията е все още достъпна на <https://civilactionbg.com/%D0%BF%D0%BE%D0%B8%D1%81%D0%BA%D0%B0%D0%B9-%D0%BE%D1%82%D1%85%D0%B2%D1%8A%D1%80%D0%BB%D1%8F%D0%BD%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D0%BD%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D1%81/>

² Изключително подробен медиен преглед и анализ е направен в дипломната работа на Н. Борисова „Влиянието на руската пропаганда върху медийното отразяване на Национална стратегия за детето 2019-2030 за периода 1 март – 30 юни 2019“, Факултет по журналистика и масова комуникация, СУ „Климент Охридски“, ноември 2019

Първите публични изказвания от разпознаваеми политически лица се появяват едва през април 2019, като в края на април министър-председателят Бойко Борисов обявява спиране на работата по проекта за Стратегия на детето 2019-2030 заради общественото недоволство. В същото време, национално представително проучване на Глобал Метрикс, публикувано през април 2019 показва широко обществено одобрение на планираните политики за деца и семейства, планирани в Стратегията, включително за въвеждането на забраната на телесното наказание¹. След това комуникацията по темата от страна на политическите фигури зачестява, като предимно е насочена към обяснения, че Стратегия няма: „Мразя лъжите. Национална стратегия за детето 2019-2030 година няма. На социалния министър възлагам – сутрин като стане, на обед и вечер да прави брифинг и да казва, че такава стратегия няма, защото във Фейсбук, включително, и протести готвят“², казва министър-председателя Бойко Борисов². След май 2019 неколккратно министърът на труда и социалната политика Бисер Петков обявява, че стратегия няма, както и че не се прокарват текстове от спряната стратегия в нормативни документи³. Независимо от това, протестите продължават, като една от основните причини за искане на отмяна на „спряната“ Стратегия остава опасността от приписване на домашно насилие на всеки родител, включително за употреба на телесно наказание. През ноември 2019 е поискана оставката на Бисер Петков с мотива, че „темповете, с които Министерството на труда и социалната политика работи, не отговарят на общественото-политическите очаквания“⁴. Протестите срещу Стратегията са подети и подкрепени и от парламентарно представената политическа партия ВМРО⁵.

Макар основните послания на кампанията срещу проекта на Стратегията за детето да започват с рисковете от пълната забрана на телесното наказание и нахлуването в семейството на държавата (и НПО) със своеволия и санкции, включително и основно отнемането на децата, постепенно конкретните давани примери спират да са съсредоточени върху „отнемането на деца за шамар“ и се пренасочват повече към други ситуации като бедност на семейството или отказ от признатите форми на образование или ваксиниране.

Постепенно след спирането на Стратегията за детето исканията на протестиращите се пренасочват срещу нормативен акт – Закона за социалните услуги, приет от Народното събрание през март 2019 без нито един глас „въздържал се“ или „против“ и водят до гласуване през декември 2019 на отлагане на неговото влизане в сила с шест месеца. Протестите са мотивирани със същите твърдения за „отнемане на деца“, макар Законът да не нормира тези отношения. През октомври кампанията отново се засилва преди местните избори, като вследствие на дезинформацията, че се отнемат деца по примера на норвежката служба „Барневерн“ се стига се до масова паника в няколко български града, когато ромски родители масово изтеглят децата си от училище заради слух, че „социалните идват да им ги вземат“. Според неформални източници, този слух масово е разпространен от евангелски пастори в махалите. Един от посочените от членове на правителството за проверка за съпричастност към подбуждането на тази паника е директорът на пресцентъра на МО Александър Урумов⁶.

След спирането на проекта на Стратегия за детето през април 2019 до ноември 2020 България няма план за детски политики в нарушение както на международни договори, по които е страна, така и на собственото си законодателство. Както инициативата за пълна забрана на телесното нака-

¹ Нагласи към политиките за децата и проекта на Национална стратегия за детето 2019-2030, Национално представително проучване, Глобал Метрикс, 2019

² „Мразя лъжите“. Борисов иска всеки ден да се повтаря, че няма Стратегия за детето [електр. ресурс], Свободна Европа, 15 май 2019, <https://www.svobodnaevropa.bg/a/29941882.html>

³ Бисер Петков: Стратегията няма за цел да отнема деца от родителите, 15 май 2019, бТВ

„Бисер Петков: Издърпването на ухо не може да бъде причина за отнемането на деца“, 11 юни 2019, Нова телевизия

„Бисер Петков отново успокои: Стратегия за детето няма“, 8 октомври 2019, Дневник

„Бисер Петков: Не прокарваме текстове от спряната Стратегия за детето“, 11 септември 2019, БГНЕС

⁴ Премиерът Борисов поиска и прие оставката на министър Бисер Петков, [електр. ресурс], Пресцентър на Министерски съвет, 29.11.2019, <https://www.gov.bg/bg/prestentar/novini/premierat-borisov-poiska-i-prie-ostavkata-na-ministar-biser-petkov>

⁵ Ангел Джамбазки: Стратегията за детето е идеологическа заплаха за традиционното семейство и ценности [електр. ресурс], Гласове, 20 октомври 2019

⁶ Случаят е подробно разгледан от д-р Илия Вълков, гл.ас. катедра „Медии и обществени комуникации“, Факултет „Икономика на инфраструктурата“, УНСС в изследването „Слухове от ромската махала – хроника на една предизвестена паника“, март 2020

зание в частност, така и цялостната политика в подкрепа на родителството също остават изцяло извън обсъжданията както на политическо ниво, така и в общественото пространство. Нещо повече, изоставя се и обсъждането на реформа по отношение на системата за закрила на детето, чийто застои и регрес води до случаи на насилие над деца, които остават без реакция и закрила.

Описание на средата

Интензивното обсъждане на Стратегията за детето и държавните политики за гарантиране на правата на детето не е изолиран процес. В много отношения той е сходен с процесите около проекта на Закон за детето, обсъждан през 2011 година, който цели приемането на холистичен подход към нормативната рамка, отнасяща се до децата. Текстът на проектозакона включва ограничаване на методите за възпитание по отношение на телесното наказание: *„Родителите нямат право да използват насилие, принуда и други методи на възпитание, които накърняват достойнството на детето“*¹. Този текст става основа на един от основните дебати около проектозакона, първоначално явно, а по-късно, скрито, като използването на телесното наказание се коментира като право на родителя в процеса на отглеждане и възпитание на детето, а намесата на държавата по отношение на това право – недопустима. Основните съпротиви са формулирани по сходен начин: *„Независимо колко добре може да ни изглежда идеята за закон, защитаващ децата, той лесно може да се обърне в дискриминация към друга група, ако не се балансира с едно друго, фундаментално човешко право, а именно, правото на родителя да отглежда, възпитава и образова децата си според собствените си убеждения, както е и отразено в множество международни правни документи, по които страна е и Република България.“*². Основният довод на протестиращите е, че приемането на Закона ще доведе до изземването на решенията относно децата от родителите и ще даде възможност на държавните служители и социалните работници да взимат тези решения без да зачитат семейството: *„Приема се, че детето е съвършено същество, което не допуска грешки и с желанието на което родителят трябва да се съгласи, ако не иска да попадне под ударите на закона. Правото на подобен вид решения се прехвърля в ръцете на социалните служители, съдиите и кметовете, които могат да влязат по всяко време директно през вратата на което и да е българско семейство и то без съд!“*. Активни организатори на кампанията за отхвърляне на Закона са отново Асоциация Общество и ценности (петицията „Законът за детето иска да превърне българските деца в собственост на държавата“ съдържа абсолютно идентични абзаци с текста на петицията срещу Стратегията за детето през 2019) и „Свобода за всеки“. Асоциация Общество и ценности е активна и по други теми като противопоставяне срещу семейното планиране, сексуалното образование, против абортите и застъпване за разбирането за семейство единствено като „доброволния съюз на мъж и жена, встъпили в доживотния завет на брака“. Както АОЦ, така и „Свобода за всеки“ са свързани с евангелски, методистки и други религиозни и крайно десни организации. АОЦ е била член на „Световния конгрес на семействата“ – проект на Howard Center for Family, Religion and Society (Хауърд Център за семейството, религията и обществото), които се застъпват за налагане на „естественото семейство“. „Свобода за всеки“, от своя страна, е тясно свързана с Alliance Defending Freedom (Алианс за защита на свободата) – международна организация, предоставяща правна защита на религиозната свобода, светостта на живота и брака и семейството със седалище в САЩ. ADF е един от основателите на тинк-танка Agenda Europe (Програма за Европа). Манифестът на Agenda Europe прокламира възстановяването на Естествения ред (Natural order) – концепция, според която нормите на обществото не са създадени от човека, а имат независимо съществуване, неразбираемо за човека; създадените от човека правни системи, включително концепцията за човешките права, противоречат на естествения ред. Манифестът включва цели като забрана на абортите, на контрацепцията извън брака, равенството между половете, пренаталната диагностика, асистираната репродукция, както и дефинирането на семейството единствено като брак между мъж и жена и тяхното потомство³ (и, според Естествения ред, изискват подчинение на жената и децата). Основните стратегии, описани в Манифеста, включват „обръщане на оръжията на опонентите“, очертаване на исканията като „права“ (напр. правото на бащата да предотврати аборта на детето

¹ Проектозакон за детето, чл. 46, ал. 2.

² „ПРОТИВ приемането на „Закона за детето“ [електр. ресурс], електронна петиция, 01.05. – 12.06.2015, <http://www.peticij.com/protivzakonazadeteto>

³ Restoring the Natural Order: An Agenda for Europe, The Religious Extremists' Vision to mobilize European societies against human rights on sexuality and reproduction, European Parliamentary Forum on Population and Development, 2018

си) и делегитимация на опонентите чрез представянето им като атакуващи традиционните ценности (и в частност, християнските ценности). Двете организации, и особено АОЦ са и инициатори на кампанията срещу ратифицирането на Конвенцията на Съвета на Европа за превенция и борба с насилието над жени и домашното насилие (т.нар. Истанбулска конвенция) през 2018, която доведе до подмяна на разбирането за целите на Конвенцията и формирането на отрицателни нагласи към документа.

Становище срещу Проектозакона за детето отново има и Светия Синод на Българската православна църква, което отхвърля проекта с доводите, че детските права се абсолютизират ненужно, което нанася щети върху родителския авторитет и целостта на семейството¹.

Макар в периода 2011-2012 година социалните мрежи далеч да не са толкова разпространено средство, активното участие в традиционните медии и публични изказвания с подобни послания водят до няколко протеста, обявени като „протести на родители“, които макар и немногочислени, водят до решението за спиране на проекта за закон от страна на министър-председателя без развитие по темата. От този момент през 2012, темата за цялостния подход за гарантирането на правата на детето и подкрепата на семействата е повдигната едва 7 години по-късно с обсъждането на проекта на Стратегия за детето 2019-2030.

Заедно с кампанията срещу проекта на Стратегия наред с Фейсбук групите се появяват няколко нови организации, които я подемат – „Родители, обединени за децата“ (РОД), която претендира да представлява групата „НЕ НА СТРАТЕГИЯТА ЗА ДЕТЕТО“, „Българският род, обединен за децата“ (БРОД), „БРЦК – Разбунена София“ и др. След „замразяването“ на Стратегията за детето и кампанията срещу Закона за социалните услуги, в националната група се подкрепят каузи като протести срещу въвеждането на 5G мрежата, протести срещу Бил Гейтс и ваксината срещу COVID-19, разработвана с финансиране от фондация „Бил и Мелинда Гейтс“, разпространяват се материали на конспиративната мрежа QAnon, според която обединение на сатанисти педофили управлява световна мрежа за трафик на деца. Появява се и устойчива тенденция за подкрепа на проруската политическа партия „Възраждане“, която продължава и към ноември 2020.

Наред с прегледа на организациите, стоящи зад организирането на кампанията срещу държавните политики за деца и семейства, не бива да се подминават и тенденциите в държавните политики по отношение на домашното насилие над деца. На първо място, налице е продължителен застои, който прераства в системен регрес на системата за закрила на детето, която работи с изключително нисък капацитет и не успява да обхване и реагира адекватно при случаите на насилие над дете². Проблем е и липсата на актуализация, ниската степен на познаваемост и задействане на системи като Координационния механизъм за реакция при случаи на деца, жертви на насилие, както и неефективното планиране и прилагане на Националната програма за превенция на насилието и злоупотребата с деца³. През последните четири години броят на подадените сигнали към отделите за закрила на детето системно намаляват, като едва през 2019 се наблюдава леко обръщане на тенденцията; в същото време, броят на престъпленията срещу деца остава приблизително същият. В същото време, данни от национално представително проучване през 2018 година показват все по-намаляваща готовност за сигнализиране на държавните институции в ситуация на малтретирано дете⁴.

Не по-малко важна е динамиката в перцепцията на родителството днес в България. Национално представително изследване от 2018 година ясно показва, че налице са няколко фактора – повишено усещане за опасност на средата, повишени изисквания към ролята на родителя за успешното отглеждане и възпитание на деца, и в същото време – липса на достъпни и доверени места, на които да може да се получи информация, съвет и помощ при възникнал проблем. Тези фактори водят до усещане за самотност в родителството⁵. Заедно с това, налице е липсата и усещането за липса на

¹ Становище на Св.Синод на БПЦ-Българска патриаршия относно проектотекста на Закона за детето

² Становище на Национална мрежа за децата по отношение на нерешени спешни въпроси, свързани със закрилата и правата на децата в България, <https://nmd.bg/natsionalna-mrezha-za-detsata-alarmira-za-regres-v-sistemata-za-zakrila-na-deteto-s-pismo-do-boyko-borisov/>

³ Националната програма за превенция на насилието и злоупотребата с деца е също обект на атаки при обсъждането на плана за прилагането ѝ през 2019: <http://www.strategy.bg/PublicConsultations/View.aspx?lang=bg-BG&Id=4218>

⁴ Ноема

⁵ Нагласи към правото на защита от телесно наказание в България, национално представително проучване, Агенция Ноема по поръчка на Национална мрежа за децата, 2018

политики в подкрепа на семейството – над 90% от родителите смятат, че в България липсва цялостна семейна политика¹.

В този смисъл, както описаният по-горе случай, така и процесите около обсъждането на Проектозакон за детето трябва да вземат предвид и по-широкия контекст на нагласите към държавните институции. Нивата на доверие към Парламента и правителството през 2019 са ниски – около 2/3 от българските граждани нямат доверие в която и да е от двете държавни структури².

Заедно с това, не могат да бъдат подминати данните на Индекса за медийна грамотност, според които България е на едно от последните места в Европа, заедно с нарастващо недоверие към експерти и журналисти, недоверие в учените, висока уязвимост на негативното влияние на фалшивите новини и феномена „пост-истина“, основно поради контрола върху медиите, дефицити в образованието и ниска степен на доверие между хората (80% от българските граждани се смятат, че на хората не може да се има доверие³). Дезинформацията, също така, допринася допълнително за всяването на още по-голямо съмнение и чувство за несигурност⁴.

Не на последно място, значение има и разпознаваемостта на гражданските организации, работещи за правата на детето и в подкрепа на семействата у нас, които на практика подемат защитата на политиките в подкрепа на семействата по време на кампаниите срещу Стратегията за детето и, по-късно, Закона за социалните услуги. През 2018 година едва около една четвърт от българските граждани декларират, че имат доверие на граждански/ неправителствени организации⁵. Едва 4.4% смятат, че има организации, които представляват или защитават техните интереси. Над половината от гражданите, обаче, не могат да определят дали имат доверие, а над 40% – дали налице са организации, защитаващи интересите им. Едва 9% са имали контакт с гражданска организация. Половината от анкетираните не са в състояние да посочат конкретно име на гражданска организация и нито една организация не събира повече от 3.6% посочвания. Свободното посочване на организации, работещи в сферата на правата на детето и подкрепата за семействата не събира повече от 1% от анкетираните, намесата на гражданските организации се допуска предимно в две сфери – защита на природата и животните. И докато през 2020 година е налице съществена промяна, в периода, разглеждан от настоящото case study гражданските организации, и особено организациите, работещи в областта на децата и семействата, остават сравнително неразпознаваеми за широката общественост.

Анализ

Разгледаната кампания, довела до хаос в политиките за децата и семействата със сигурност може да бъде определена като успешна от гледна точка на спирането на работата за приемане на Стратегия за детето под натиска на онлайн социалните мрежи и активното обществено присъствие чрез пропаганда и дезинформация, довели до „замразяването“ на единствения стратегически документ, определящ цялостната държавна политика по отношение на правата на детето и подкрепата на семействата, включително и резултирало в ситуация, в която Правителството нарушава Закона за закрила на детето с неизпълнение на задължението си да планира подобна политика. Годишният мониторингов доклад за напредъка на държавата в изпълнението ѝ на ангажимента към децата и семействата в България „Бележник 2020: Какъв е средният успех на държавата в грижата за децата“ определя ситуацията като „Сериозно отстъпление от грижата на държавата за децата и семействата“. Докладът разглежда спирането на работата по Стратегията за детето и отлагането на влизането в сила на Закона за социалните услуги като категоричен отказ от развитието на политики, насочени в подкрепа на семействата и гарантирането на правата на детето. Заедно с това, докладът определя тези действия на правителството като подкрепящи посланията на кампанията:

¹ Качествено изследване в рамките на проект „Визия за семейна политика“, Институт за изследване на населението и човека, Българска академия на науките, 2015

² Политическият процес и общественото мнение в България през 2019г., годишен обзор, Галъп Интернешънъл, 2019

³ Гражданите и гражданските организации, национално представително проучване, Алфа Рисърч, 2018

⁴ Лесенски, М., „Просто се замислете над това. Резултати на Индекс за медийна грамотност. София“, Институт Отворено общество, 2019

⁵ Гражданите и гражданските организации, национално представително проучване, Алфа Рисърч, 2018

„Нещо повече, това решение валидира посланията на целенасочените атаки срещу правата на детето, които атакуват именно разбирането за децата като личности и хора.“¹...

В същото време, наред с несъмненото влияние върху политическите и управленските решения, кампаниите срещу политиките за децата и семействата със сигурност имат своето влияние върху нагласите към правото на децата на закрила от страна на държавата.

При оценката на ефективността на влиянието върху нагласите трябва да се вземат предвид фактори от по-широкия контекст – като ниските нива на медийна грамотност, ниското доверие в държавата, недостатъчната разпознаваемост на организациите, активни по темата, както и липсата на капацитет по отношение на отправянето на разбираеми публични послания и, съответно, пониското влияние или поне нуждата от повече време за постигане на промяна (докато неправителствените организации, активно говорещи в общественото пространство в защита на стратегическия документ, са в голяма степен същите, които работят за промяна на нагласите към телесното наказание, то те са определени като „враг“, който да бъде нападан). Важно е да се вземе предвид и факта, че мълчанието на отговорните институции, последвано от изявления, които по същността си звучат като оправдания и най-вече, решението за оттегляне на Стратегията всъщност единствено потвърждават достоверността на тревожните твърдения, насочени към родителите. Тези фактори, съчетани с формата и интензивността на посланията на кампанията със сигурност имат съществено значение за степента на влияние.

Така, основен интерес за анализа на този отделен случай и защо кампанията всъщност сработва толкова ефективно представлява, от една страна, използваният наратив и елементите на нагласите към намесата на държавата, с които той интервенира; и, от друга страна, използваните подходи, които позволяват постигането на широко социално въздействие.

Анализ на наратива

За целите на анализа на наратива е направен анализ на коментарите на сайта за обществени консултации www.strategy.bg, който да позволи извеждането на основни тенденции в отправяните послания. Публикуваните коментари и становища почти напълно се припокриват по отношение на съдържание с коментарите в социалните медии, форумите, пресконференциите и публичните изказвания. Сайтът strategy.bg е избран като източник както заради факта, че представлява първата платформа, обект на кампанията срещу проекта на Стратегията, така и заради относителната „чистота“ на съдържанието на коментарите – например, във Фейсбук групата много често коментарите включват откровени заплахи и призови към насилие.

За целите на анализа на наратива на кампанията не са взети предвид коментарите в защита на проекта на стратегически документ, които са отправени най-вече от разпознаваеми организации, чиито отчети са публично достъпни. Така анализът е направен върху общо 151 коментара от 189, които изразяват несъгласие с приемането на стратегическия документ.

Прегледът на използваните послания от кампанията показва, че налице е изключително висока повтораемост на няколко опорни точки, които по-късно се срещат и за основа на създаването на визуални материали, разпространявани в социалните медии.

Различни форми на конструкцията „Стратегията предвижда държавна намеса в отношенията на всички родители и техните деца“ се среща на практика във всички коментари – 93% от тях изразяват несъгласие с регламентирането на отношенията в семейството и намесата на държавните институции, създавайки връзка между този регламент и ограничаването на правата на родителите: „Никаква държавна институция няма място между детето и грижовните му родители“; „тази стратегия крои скрити и не толкова скрити планове за отнемане на родителски права“; „родителите са третирани като престъпници с условна присъда – постоянно заподозрени, постоянно наблюдавани“ и др., като в голяма част от случаите тази намеса е обвързана и с „отнемане на децата“. 43% от коментарите предполагат, че държавната намеса създава предпоставки за изнудване – от страна на представители на държавните институции (най-вече социалните служби), но и инструмент за натиск от страна на „недоброжелателни съседи“ или дори самите деца. Като намерения за въвеждане на подобна намеса най-често са давани „налагането на сексуално образование“ (16% от коментарите) предвиденото разширяване на обхващането на деца в детски градини, тълкувано като „ранна институционализация“ (11%) и въвеждането на патронажна грижа, тълкувано като

¹ „Бележник 2020: Какъв е средният успех на държавата в грижата за децата“, Национална мрежа за децата 2020

средство за следене на родителите (11%). Голяма част от публикуваните мнения дават конкретни примери за ситуации, в които създадената връзка между ролята на държавните институции и ограничаването на родителските права би довела. Най-голям дял имат споменаването на бедността като причина за „отнемане на деца“ – 15% и задължителните ваксинации на децата – общо 12% от всички коментари (*„Държавата трябва да се намесва тогава, когато едно дете е поставено в наистина угрожаващи здравето и безопасността му условия, но всякакви медицински манипулации (в това число особено ваксинации) трябва да бъдат изцяло по избор, преценка и най-вече след ИНФОРМИРАНО СЪГЛАСИЕ на родителите“*). Сред другите споменавани примери са „даване на антибиотик“, каране на детето да измие зъбите си или ограничаване на екранното му време. Заедно с това, 22% от коментарите включват изразяване на опасения от „натрапване“ на чужди практики, включващи намеса и разрушаване на семейството, като най-често са споменавани практики от Норвегия и Швеция. Наред с това, интересно е, че всеки четвърти коментар поставя въпроса за противоречието между предлаганите от стратегическия документ мерки и норми, зададени от Бог/Господ (напр. *„Децата ми са от Бога и Негови, и който посегне към тях, посяга към зеницата на окоето Му“*).

Проследяването на динамиката на коментарите показва, че първоначалните усилия са насочени към създаване на асоциативни връзки между планираната в Стратегията експлицитна забрана на телесното наказание и агресивната намеса в семейството, която нарушава неговите граници и отнема правата на родителя. Използвани са често срещани проблеми, свързани със страховете на родителите в България. Така, например, от една страна, телесното наказание в домашна среда е изключително чувствителна тема – национално представително проучване от 2018 година показва съществена промяна на нагласите към т.нар. „минимално насилие над деца“ в посока на неприемане на тази възпитателна мярка – близо 90% от родителите смятат, че шамарът не е ефективно възпитателно средство. В същото време, обаче, около 2/3 от родителите го използват, а 25% принадлежат към групата на твърдите привърженици на шамара. Това противоречие дава основание да се допусне и наличието на преживяване на чувство за несправяне от страна на голяма част от родителите, които използват възпитателен метод, който не е ефективен и има вредни последствия за децата.

По-късно, донякъде и заради нееднозначните реакции, видими най-вече около първоначалното становище на Светия Синод, телесното наказание е допълнено с намеса заради други ситуации – на първо място, коментира се бедността като причина за отнемане и се използват няколко примера за извеждане на деца заради лоши битови условия (макар в по-голямата част от случаите причините за това решение да са комплексни и свързани и с negliжиране на децата). Отново, тук може да се направи връзката с „несправяне“ с родителството и неспособност за осигуряване на най-добрите условия за детето. Друга много актуална тема е сексуалното образование без съгласието на родителите, коментирано като „въвеждане на ранно сексуално обучение“, в което насоки на Световната здравна организация за педагогически специалисти са коментирани като насоки за обучение на четиригодишни деца. В по-късен етап, обогатяването на причините достига дори до абсурд, в който „деца се вземат, защото ходят боси“ или защото „къщата няма изолация“ (фиг. 5). Независимо от абсурда на тези послания, обаче, те имат своя отзвук – налице са случаи, в които дете не е заведено на зъболекар със седмици, заради опасения, че може да бъде „отнето“ заради кариес.

Общата тенденция във всички тези послания е подмяната на разбирането за „най-добрия интерес на детето“, което е оставено единствено на преценката на държавата. Основните усилия са насочени към приравняване на разбирането за „закрила на детето“ с агресивна и безапелативна намеса в семейството, която може да се определи само като посегателство. Нещо повече, тази заплаха се разбира на две нива – на първо място, като заплаха за собственото семейство; и, от друга страна, като заплаха за разрушаване на семейството като „основна единица на обществото“. По този начин разбирането за закрила на детето като отделна личност с права всъщност се вписва в изкуствено противопоставяне с правото на родителя да отглежда и възпитава детето си.

И докато това противопоставяне стои в центъра на посланията, отправяни от кампаниите, наративът включва и създаването на „враговете“, които целят отнемането на тези права. От една страна, това са, разбира се, държавните институции, или „държавата“, която целенасочено въвежда тези политики, за да може социалните, които също са нейни представители, да се намесват безпрепятствено в семейството. От друга страна, коментира се възможността за подаване на анонимни сигнали в случаи на насилие над дете, които най-често са определяни като „доноси“, които според твърденията на кампанията, са достатъчно основание детето да бъде отнето от семейството, а родителят да доказва, че не е виновен.



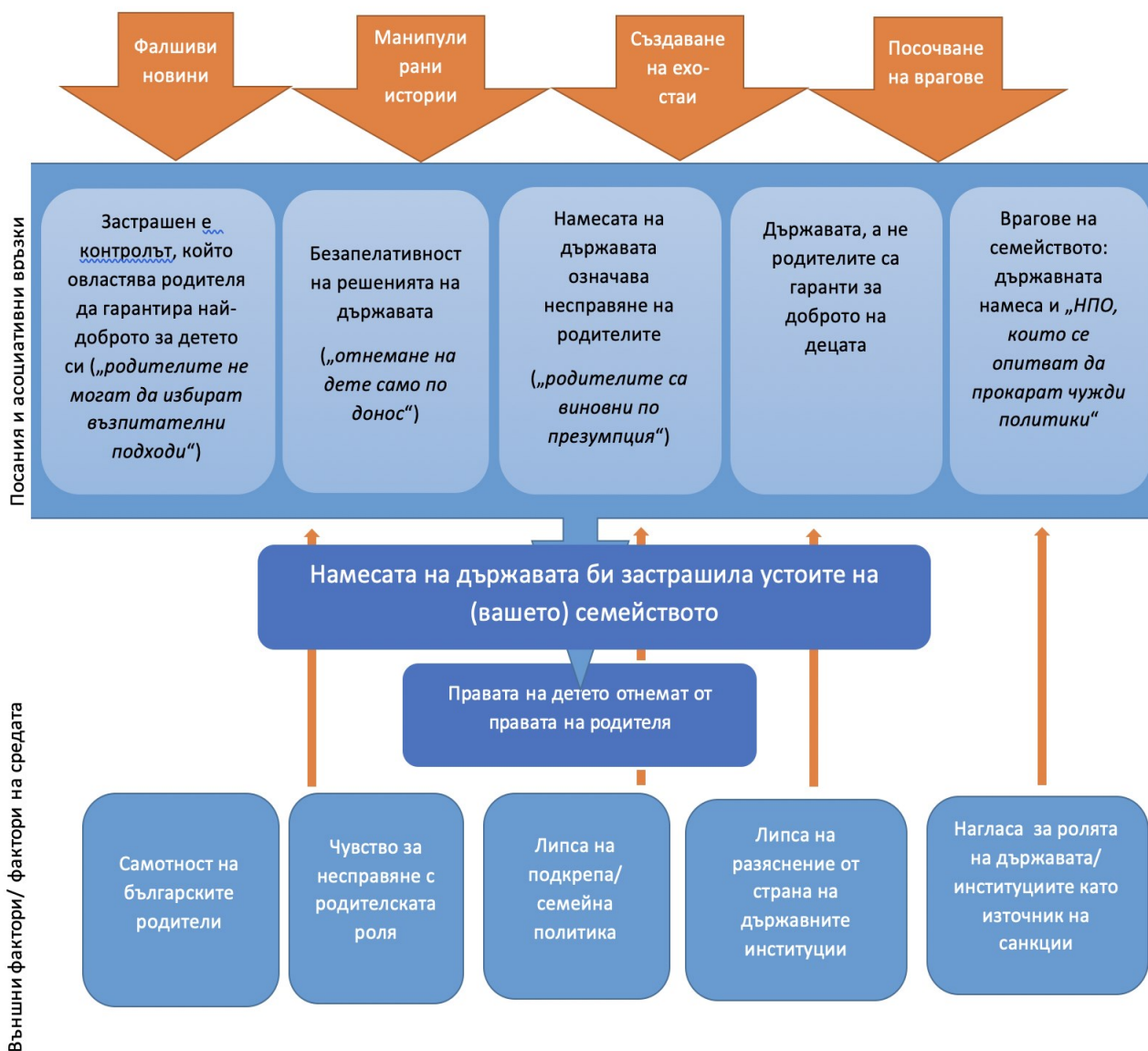
Източник: Фейсбук група „НЕ НА СТРАТЕГИЯТА ЗА ДЕТЕТО 2019-2030

Фигура 5. „Българи, излизайте да си спасявате децата, вземат ни ги“

Като друг основен „враг“ несъмнено са посочени организациите, работещи за правата на детето, и особено организациите, работещи в областта на насилието над деца и закрилата на детето, които на практика имат най-голям дял в публичното говорене в защита на мерките за закрила и правата на детето. Кампаниите говорят за „НПО-та“, чиято основна роля е прокарването на чуждо влияние, чиято цел е разрушаване на семейството и традиционните ценности, и които получават заплащане за тази си дейност. Наред с използването на неверни твърдения, посланията са насочени към противопоставяне на „НПО-тата“ и ценности, които създават асоциации със сигурност, макар нито една от тези формулировки не може да бъде характеризирана със споделено разбиране – „традиционно семейство“, „християнски ценности“, „морално възпитание“. Така закрилата на детето и правата на детето като цяло отново се обвързват с разрушаване на семейството и посегателство на правата и отговорностите на родителя, което идва „отвън“ и се прави с корисни цели.

Така влиянието на кампаниите върху различните елементи на нагласите към родителството и към държавата с основен фокус върху създаването на асоциативните връзки между намесата на държавата и отнемането на деца изглежда цели изграждането на нова нагласа – а именно, че **намесата на държавата би застрашила устоите на семейството въобще.**

Анализът на наратива и взаимодействието му с нагласите на родителите, обвързани с опасения, може да бъде обобщен в следния модел:



Фигура 6. Модел на въздействие

Подходи

Заедно с анализа на използвания наратив и взаимодействието му с нагласите на родителите, от не по-малко значение са и използваните подходи. Наред с това, че посланията на кампанията използват фалшиви новини, изкривени факти и дори откровени неистини, условията за нейната ефективност могат да бъдат търсени, от една страна, в избора на аудитории, и от друга – в изгражданото място на тези аудитории.

На първо място, видно е, че тази интервенция разчита най-вече на емоционалната реакция на родителите, породена от нееднозначността на нагласите към родителството като цяло. Не по-малко важен е фактът, че кампанията е добре таргетирана. Най-вероятните аудитории на тези кампании вероятно са родители, характеризиращи се с по-висока тревожност и напрегнатост в родителството.

Наред с таргетирането, важно е да се спомене и още един фактор – силата на социалните мрежи и затворените балони. Групата „НЕ НА СТРАТЕГИЯТА ЗА ДЕТЕТО“ в социалната мрежа Фейсбук поразява със своята многобройност, без значение зад колко от тези профили стоят реални хора или дори колко от тези реални хора знаят, че изобщо са прибавени към групата. Честотата на публикуване на истории за отнети деца и призови е изключително висока, което заедно с активното коментиране и споделяне пряко влияе върху алгоритъма на Фейсбук, което на практика се изразява в това, че хиляди родители са залети в нюзфийда си с дезинформацията, публикувана в групата. Нещо повече, бързото изникване на множество местни групи създава голям брой онлайн „ехо-стаи“ – т.нар. информационни балони, които създават усещането за общо съгласие по отношение на

налаганата нова норма и, съответно, затвърждаването на съществуващите нагласи към телесното наказание и отрицателните нагласи към намесата на държавата у тези членове, у които те вече съществуват, и промяната на нагласите на тези, които преди това не са имали отношение или са имали противоречива нагласа. За определен период от време дори може да се говори за ефекта на влиянието на малцинството – особено видимо в случаите на родители, които принципно имат отрицателна нагласа към телесното наказание и смятат, че трябва да има регулация, които започват да подкрепят кампанията срещу Стратегията за детето, увлечени от активната пропаганда. Наред с това, тези „кльстърни на потребители“ наистина снижават прага на убеждаване и създават впечатлението за факти на мястото на интерпретации и допускания, като привличат последователи на твърдения, които са често пъти дори абсурдно звучащи, подложени дори на елементарна критика.

Заедно с това, от значение са и източниците на посланията. Впечатление прави първоначалното споделяне от страна на често пъти неидентифицируеми профили, говорещи от името на родители, които споделят личен опит и лично мнение. Това, което обръща внимание върху посланията, обаче, е именно многобройността им. Постепенно, изникването на лица, които твърдят, че представляват „българските родители“, надгражда усещането за разпространеност на мнението, като обаче му дава лице. Тези две стъпки са последвани от въвличането на разпознаваеми лица, което допълнително легитимира посланията.

Съществена роля от гледна точка на източник на посланията играят и политическите фигури. На първо място, посланията на кампанията са подети от страна на разпознаваеми представители на парламентарно представените политически партии – от използването на същия наратив от страна на представители на ВМРО и коалицията на Обединени патриоти, до проблематизирането на политиките от гледна точка на общественото вълнение, което създават, от представители на БСП. В същото време, мълчанието, последвано от оттегляне на стратегическия документ от страна на самото правителство, което трябва да го предложи, допълнително влияят в посока на валидиране на посланията на кампанията.

Не на последно място, трябва да се има предвид и ясното и достъпно отправяне на призив за действие (call for action). На първо място, той е изключително конкретен – „спирането“ на конкретно усилие от страна на държавата и не опитва да обясни системни отношения или сложни концепции. В същото време, той е насочен именно към отрицателно действие – спиране, спасяване, прекратяване, което създава по-висок потенциал за обединяване на хората (подобни тенденции са видни във всички усилия за влияние върху политически решения, които целят набиране на обществена подкрепа – протестите са далеч по-популярни форми от участието в създаване на законодателство, например). Призивът за действие има още по-голямо въздействие, обвързан с посочването на конкретни отговорници за „заплахите“, които да бъдат разглеждани като врагове, което предизвиква много по-широко въздействие от призови, които се отнасят до промяна на системен подход, например, които често пъти остават неразбрани от широката публика.

Изводи

Разглеждането на кампанията срещу проекта на Стратегия за детето (2019 – 2030) хвърля светлина върху факторите, стоящи зад фактичното спиране на цялостните държавни политики за деца и семейства вследствие на кампания, основана върху твърдения, които, погледнати извън контекста, в който протича тя, звучат абсурдно.

На първо място, използването на емоционални послания, а не на рационални доводи успява да въздейства по-ефективно и върху повече хора. Нагласите, свързани с родителството, се изграждат както от собствения опит като дете, така и от обществените очаквания; но те първо и преди всичко имат огромно влияние от своя емоционален компонент, включително и от гледна точка на страховете на родителите. Атакувано е именно едно от най-устойчивите разбирания – това за правото, задължението и отговорността на родителя за отглеждането и възпитанието на детето. Правилното насочване на посланията към тези страхове води до незабавна реакция, предшестваща дори проверката на истинността на твърденията.

На второ място, успехът на кампанията се дължи и на два други фактора – от една страна, внимателен анализ на контекста от гледна точка на обществена и политическа реалност и перцепцията на хората за заобикалящия ги свят; и от друга, на достатъчно внимателно таргетиране на посланията към групи и сегменти, които биха реагирали подобаващо.

На трето място, кампанията изключително добре използва контекст, който не е съществувал само допреди няколко години – онлайн социалните мрежи, които позволяват бързо изграждане на

социални групи, които бързо стават референтни за индивида. Нещо повече, използва „медийната“ им страна като на практика създава реалности чрез „ехо-стаите“, които създават впечатлението за достоверност и масовост. Група с над сто хиляди члена и публикации със стотици коментари няма как да не изглеждат като висока обществена активност, макар че целенасочената им организация и пропагандна дейност да не оставят място за съмнение по същността си.

Динамиката на нагласите по отношение на правото на децата на закрила от страна на държавата е сложна и противоречива, но смело може да се твърди, че те са пряко обвързани с нагласите към детето като субект и носител на права. Без съмнение, влиянието на кампаниите против създаването и прилагането на цялостна държавна политика за децата и семействата не може да бъде пренебрегнато. От една страна, налице е тенденция за затвърждаване на нагласите както на опасяващите се от намеса от страна на държавата, така и на застъпващите се за адекватна политика за закрила на детето и подкрепа на родителството. В същото време, необходимо е да се подчертае ефекта на кампанията по отношение не само на ефективното спиране на обсъждането и приемането на ключова политика с потенциално социално въздействие върху огромна част от българските граждани, но и за създаването на възможност за сериозен отпор и дори регрес по отношение на политическите решения за системите за закрила на детето, подкрепа на родителството и правата на детето като цяло. Това е ясно видимо по продължилата впоследствие кампания срещу Закона за социалните услуги, довел до отлагането на влизането му в сила с шест месеца и решението за „отнемане“ на управлението на Националната телефонна линия за деца, която е единствената специализирана линия за деца от външен доставчик, който гарантира по-високото качество и помощ, и „прибирането“ ѝ под управлението на държавата в лицето на Държавната агенция за закрила на детето. Заедно с тези примери, към днешна дата налице са внесени предложения за промени в Закона за закрила на детето от страна на парламентарно представена политическа партия, които на практика в голяма степен отменят мерките за закрила в случаи на деца в риск и жертви на насилие, с мотиви, до голяма степен сходни с наратива на предходните кампании, които твърдят, че „детето не е отделен субект“¹.

Не на последно място, противопоставянето на правата на детето и правата на родителя и налагането на разбирането за детето като обект, а не носител на собствени права, води до влияние върху решенията по отношение на конкретни случаи на деца, жертви на насилие, за които не са взети своевременно мерки от страна на отговорните институции поради страх от обвинения.

Разглеждането на този отделен случай може да послужи за отправна точка за анализ на процесите, влияещи върху обществените нагласи и най-вече нагласите на родителите към правото на детето на закрила от страна на държавата. Без съмнение, това е чувствителна тема, към която трябва да се подхожда внимателно, с уважение към страховете на родителите. В същото време, от изключителна важност е постигането на широко и споделено разбиране за децата като отделни личности с права, които трябва да бъдат гарантирани – в повечето случаи чрез създаването на най-добрите възможности за живот и развитие чрез подкрепа на семейството, но и с адекватни мерки в случаи, които изискват закрила.

Използвана литература

1. „Бележник 2020: Какъв е средният успех на държавата в грижата за децата“, Национална мрежа за децата 2020
2. Гражданите и гражданските организации, национално представително проучване, Алфа Рисърч, 2018
3. Качествено изследване в рамките на проект „Визия за семейна политика“, Институт за изследване на населението и човека, Българска академия на науките, 2015
4. Лесенски, М., „Просто се замислете над това. Резултати на Индекс за медийна грамотност. София“, Институт Отворено общество, 2019
5. Нагласи към политиките за децата и проекта на Национална стратегия за детето 2019-2030, Национално представително проучване, Глобал Метрикс, 2019
6. Нагласи към правото на защита от телесно наказание в България, национално представително проучване, Агенция Ноема по поръчка на Национална мрежа за децата, 2018

¹ Законопроект за изменение и допълнение на Закона за закрила на детето, 054-01-111, 04/12/2020, внесен от Александър Сиди и група депутати

7. Политическият процес и общественото мнение в България през 2019г., годишен обзор, Галъп Интернешънъл, 2019
8. Становище на Национална мрежа за децата по отношение на нерешени спешни въпроси, свързани със закрилата и правата на децата в България, <https://nmd.bg/natsionalna-mrezha-za-detsata-alarmira-za-regres-v-sistemata-za-zakrila-na-deteto-s-pismo-do-boyko-borisov/>
9. Юруков, Б., [електр. ресурс], „Групата на торбаланците – кой, по колко и за какво става реч“, 2019, собствен блог
10. Restoring the Natural Order: An Agenda for Europe, The Religious Extremists` Vision to mobilize European societies against human rights on sexuality and reproduction, European Parliamentary Forum on Population and Development, 2018

Рецензент: гл.ас. д-р Владимир Вълков

ПЕТ ГОДИНИ ОТ „БЕЖАНСКАТА КРИЗА“: КАКВО КАЗА НИДЕРЛАНДИЯ НА ЕВРОПА?

Павлин Тодоров
докторант в катедра „Икономическа социология“

pavlintodorov@unwe.bg

Резюме: Настоящата студия има за цел да постави т. нар. „бежанска криза“ в по-широк времеви и теоретичен контекст, в който да се открият подходите и стратегиите на отделни европейски държави спрямо засиления миграционен поток през 2015 г. Концептуални идеи и гледни точки в тази насока се съдържат в редица публикации, посветени на конкретната ситуация, но така също на социологическите аспекти на миграцията и на нейните цивилизационни измерения. Като ситуационен и интерпретативен модел за анализ се използва политическият дискурс по въпросите на интеграцията на имигрантите в Нидерландия. Идентифицират се основни дискурсивни конструкции при артикулирането на тази политика. Проследява се в културно-исторически, политически и икономически план нейната дискурсивна логика през последните десетилетия, в която се вписва и доразвива също и политическата реторика за „бежанската криза“, в нейната национална и европейска перспектива.

Ключови думи: бежанска криза, миграция, политически дискурс, цивилизации, Нидерландия

FIVE YEARS ON FROM THE „REFUGEE CRISIS“: WHAT DID THE NETHERLANDS SAY TO EUROPE?

Pavlin Raykov Todorov

Abstract: This research paper is intended to position the so called „refugee crisis“ in a wider temporal and theoretical context, thus distinguishing the approaches and strategies of individual EU countries towards the increased migration flow in 2015. Conceptual ideas and references in this direction are contained in a number of publications dedicated to the specific situation but also to the sociological aspects of migration and its civilization dimensions. The political discourse on the issues of integration of immigrants in the Netherlands is used as a situational and interpretative model of analysis. Main discourse constructions in the articulation of such a policy are identified. The policy discourse logic in the last decades is traced in cultural, historical, political and economic views whereby political rhetoric on the „refugee crisis“ is placed and further developed in a national and European perspective.

Key words: refugee crisis, migration, political discourse, civilizations, The Netherlands

Увод

Засиленият поток от бежанци и икономически мигранти от страни от Близкия изток, Африка и Южна Азия, който през 2015 г. премина „на вълни“ през границите на европейския континент в търсене на убежище и препитание предимно в богатите западноевропейски държави, влезе в обществено-политическия речник като „бежанска криза“ (Костов, Огнянова, Банчев, 2018). Наречена и портретирана по този начин масовата миграция към Европа и в Европа стана повод и оправдание за различни интерпретации и оценки, които в преобладаваща си част имаха временен, кризисен характер и до голяма степен се свеждаха до необходимостта от въвеждането на извънредни мерки за спиране или ограничаване на миграционната вълна. Един такъв подход имаше своите основания, но и възражения.

Отсъствието на готовност на Европейския съюз (ЕС) да посрещне потока от мигранти и противоречията в подходите между страните от Западна и Източна Европа засилиха тогава общественото безпокойство, че Съюзът няма капацитет да се справи с предизвикателствата. „Тази вълна от мигранти е прекалено голяма, за да не ги спрем“ обяви тогава председателят на Европейския съвет Д. Туск, и допълни, че „никой не е готов „да абсорбира този голям брой, включително Германия“ [Maugise, 2015]. По същото време поредицата от извършени от ислямисти и мигранти терористични атентати, грабежи и сексуални нападения, сблъсъци и различни примери на насилие и агресия в европейски градове и бежански лагери, превърнаха обществените страхове във важен аргумент за затягане на мерките за сигурност както по границите, така и вътре в приемните страни. Създаде се благоприятна почва за генериране на крайно десни и дори ксенофобски идеи за справяне с миграцията (Кючуков, 2016). Необходими бяха спешни действия и за оказване на хуманитарна помощ на

нуждаещите се от подслон, храна, дрехи и медикаменти бежанци. Засиленият миграционен поток се превърна в актуален обществен и политически дискурс в почти цяла Европа (Костов, Огнянова, Банчев, 2018; Kraak, 2018).

През първата половина на 2016 г. като ротационен председател на Съвета на ЕС Нидерландия беше във фокуса на европейската миграционна политика. Въпреки че страната имаше пропорционално малка роля в общия план за разпределение на бежанците, позицията ѝ е показателна за отношението, с което много европейски държави посрещнаха миграционната вълна. Изминалите пет години дават нови импулси да се погледне на „кризата“ както в по-широка времева перспектива, така и от гледна точка на „моделите“ и практиките на отделни държави, особено в случаите, когато те изразяват по-обща характеристики и тенденции, и като такива имат своето влияние при формирането на европейската политика в областта на миграцията.

Настоящата студия има за цел да постави „бежанската криза“ в по-широк исторически и теоретичен контекст, в който да се интерпретира подхода на Нидерландия спрямо засиления миграционен поток от 2015 г. Концептуални идеи и гледни точки в тази насока се съдържат в редица публикации, посветени както на „кризата“ (Кръстев, 2020; Rajaram, 2016; De Cleen, B., Zienkowski, J., Smets, K., Dekie, A. & Vandevordt, 2017; Kraak, 2018) така и на социологическите аспекти на миграцията, и по-специално на нейните цивилизационни измерения (Arnason, 2006; Arnason, 2014; Haynes, 2019; Smith, 2017; Tibi, 2001; Venterink, 2018; Найденов, 2017). Като интерпретативен модел може да послужи политическият дискурс по въпросите на интеграцията на имигрантите в Нидерландия. Налице са редица основания да се счита, че този дискурс има през последните десетилетия значими импликации при формирането както на имиграционната политика на страната на национално равнище, така и на нейните позиции в областта на миграцията и убежището в по-широк европейски план. За илюстрация ще се идентифицират основни дискурсивни конструкции в политическите дебати в Нидерландия, които показват различните модели при правеното и артикулирането на имиграционната ѝ политика, в чиято дискурсивна логика се вписва и „бежанската криза“ и нейните проявления при съвременните развития на миграционните процеси в Европа.

1. „Бежанската криза“ в контекста на съвременните миграционни процеси в Европа – концептуални идеи и цивилизационни интерпретации

Въпреки че т.нар. „бежанска криза“ беше ситуирана времево през „дългото лято на 2015 г.“ много от нейните измерения и основният контекст на поредицата от ключови събития, които я конструираха, имат общ характер и по-дълбоки исторически предпоставки в европейски и глобален план. Събитията с такова значение често повдигат въпроси, които се отнасят както до тяхната моментна актуалност, така и до приемствеността и перспективата им във времето. На тази насока навеждат редица автори и публикации, които със своята изследователска оптика към темата предлагат идеи за търсене на различни значения и измерения за нейното разглеждане. Те се основават както на обективния характер на свързаните с миграцията отношения и процеси, така и на тяхното интерпретиране в обществения и политическия дискурс.

И. Кръстев отваря с увода си към книгата „След Европа“ времевите хоризонти на „бежанската криза“, като се връща към един епизод от края на мултиетническата Хабсбургска империя през 1914 г., напомнящ за нейния опит да обедини хора от различни националности, с различни идеали и традиции. Нарича случващото се в Европа през 2015 г. „европейския 11 септември“, защото миграционната вълна от ислямските страни „радикално промени начина, по който европейците виждат съвременния свят и своята роля в него“ [Кръстев, 2020, 29]. Определя миграцията като „революция“, прокараща нови граници и разделения на чувствителност в Европа, в която страните от Източна и Западна Европа се отнасят различно към основополагащи ценности на ЕС. Историческият опит на отделните страни е този, който диктува, според него, техният прочит на „бежанската криза“. Тя е показала, че Европа страда от криза на идентичността и това се отнася както до християнското ѝ наследство, така и до интелектуалните ѝ корени в Просвещението (Кръстев, 2018, 2020). Фокусирани върху това „колко крехко е всичко политическо“ [Кръстев, 2020, 20] и поставени в контекста главно на отношенията между Западна и Източна Европа, размислите и оценката на автора за създалата се ситуация съдържат и идеи за отваряне на интерпретативната рамка на „бежанската криза“ към историческите, културните, икономическите и социеталните значения на миграцията. В тази връзка и на това място е уместна констатацията на Р. Раярам, който относно изразената от унгарския премиер В. Орбан позиция за включване на културните съображения при всяка оценка на икономическата миграция, посочва, че самото поставяне на „двата аргумента, взети заедно“

показва красноречиво това, което е „една от най-важните последици от мигрантската криза в Европа“ [Rajagam, 2016, 7].

Като взема повод от политическите реакции по отношение на засиления мигрантски поток през 2015-2016 г., Д. Хейнс отбелязва, че някои европейски правителства, политически партии и избиратели изразяват огромна загриженост от перспективата, че голямата по мащаби мюсюлманска емиграция ще доведе до подкопаване на европейските културни норми, било то религиозни, светски, или културни (Haynes, 2019). В този контекст той вижда в „сблъсъка на цивилизациите“ обяснение на политическата реторика и успеха на десните популистки партии в редица европейски страни. Хейнс обаче интерпретира добре познатата от С. Хънтингтън парадигма за междуцивилизационните конфликти по по-различен начин. Представя я не като конфликт между цивилизационни единици, а като конфликти – културни и религиозни, главно в рамките на приемните страни.

В по-широк план Б. Тибби посочва в книгата си „Ислямът между културата и политиката“, че в ерата на миграцията, която идва от ислямските страни в Европа, проблемите вече не са свързани само с необходимостта от подходяща външна политика на европейските държави спрямо ислямския свят. Справянето с миграцията е също неотменимо и в името на „интересите на вътрешния мир, който е в рамките на самия Запад“ [Tibi, 2001, 225]. Ислямската цивилизация претендира за правото си на собствена идентичност, Европа като част от западната цивилизация също има право да поддържа различна по своята същност идентичност. Тезата за признаване на плурализма на цивилизациите не е нова, но издигането ѝ в контекста на съвременната миграция има своята специфична интерпретация при разглеждането на националните политики по въпросите на имиграцията и интеграцията на имигранти.

Според Р. Брубейкър през последните 15 години около идеята за цивилизационната заплаха от исляма в рамките на северноатлантическата и паневропейската популистка конюнктура се формира своеобразен клъстер. Той се отличава в конструирането на противопоставянето „ние“ – „те“, което се прави не в тясно национални, а в по-широко обхватни цивилизационни термини. В политическата реторика се констатира „частично преминаване от национализъм към „дивизионизъм“ [Grubaker, 2017, 1], като Нидерландия заема най-видимо място в тази тенденция, обхванала още Франция, Белгия, Швейцария, Австрия и Скандинавия. Р. Брубейкър не обвързва изрично настъпилата промяна в политическия дискурс с развитието на съвременните миграционни процеси в Европа и „бежанската криза“. През последните десетилетия обаче именно миграцията от ислямския свят към западноевропейските страни е основният контекст, в който се развива идеята за цивилизационната заплаха от исляма. В този смисъл е основателно да се приеме и разбирането, че предпоставките и факторите за появата на новия „дивизионизъм“ в репертоара на популистките партии са свързани и със самия характер на породените от миграцията отношения между приемните общества и имигрантските общности. Те са значително по-многопластови и многомерни, и като такива не се изчерпват само с идеологията на популизма. За теоретичното им изясняване е необходимо да бъдат поставени в по-широк времеви и пространствен контекст, включващ различни процеси и участници.

Отправна насока за историческата перспектива на миграционните процеси предлага Д. Смит. Той определя миграцията като важна част от историята и развитието на човешките цивилизации, основно измерение на междуцивилизационните взаимодействия. Под влияние на националистическата историография обаче, историците доскоро последователно са подценявали значението на миграционната тема в глобалната история и цивилизационната перспектива не е служила, според него, за намирането на баланс на историческите тенденции в миграционните потоци. В експанзионистичните цивилизации, наред с разширяването на институционалната интеграция и на транснационалните културни сфери, колониализмът се е основавал и на миграцията, било то доброволна или насилствена, или от метрополиите към колонията и обратно. И това съвсем не е бил само западноевропейски модел, въпреки че голяма част от съвременната миграция протича в бившите европейски империи (Smith, 2017). В широк исторически и пространствен план масовите миграционни потоци са изиграли ролята и на силни *трансформационни* процеси в обществата, в които са протичали и са оставили своя отпечатък върху *междучивилизационните взаимодействия*. Пред предизвикателства са се изправяли както пристигащите на „вълни“ имигранти, така и приемащите ги общества, които често и отчетливо са се сблъскали с решаването на въпросите не само на „другата“ идентичност, но и на своята. Това винаги е ставало в определени регионални и национални контексти, с участието на множество актьори, включително и не на последно място на обществото-домакин (Versteeg, 2015).

В основата на концептуализирането на миграцията като форма на междуцивилизационни взаимодействия стои разбирането за взаимно формиращия характер на отношенията между цивилизациите. Те се проявяват както на равнището на цивилизационните комплекси с тяхната цялостна „отвореност за промяна и за външни влияния“ [Eisenstadt, 1998, 346], така и в различни ситуации на микроравнище, на което „структурите на съзнанието“, както Б. Нелсон нарича обществените конструкции на тези взаимодействия (Nielsen, 2004), се проектират и в индивидуалния опит (Прозорова, 2014) – стават част от ритуала и репертоара на всекидневието. В работите на Й. Арнасон се отделя значимо внимание на проблематиката на т. нар. „*междучивилизационни непреднамерени срещи*“. С. Хънтингтън използва този термин, за да илюстрира разрастващия се конфликт между големите по мащабите си, но вътрешно сплотени и взаимно изключващи се помежду си културни общности, който той нарече „сблъсък на цивилизациите“ (Хънтингтън, 2002). При Й. Арнасон междуцивилизационните взаимодействия имат по-отворен и многовариантен характер. Моделите на взаимодействие и взаимосвързаност остават в зависимост от широк кръг фактори – културни, икономически и политически, които се разгръщат както вътре в цивилизационните единици, така и през техните граници (Arnason, 2006). „Културната проблематика“, към която той отнася формирането като цяло на културните и религиозните ориентации, запазва мястото и ролята си спрямо другите сфери на социалния живот, така че на институционално ниво да им предава своите значения, без да ги предопределя в тяхната цялостност (Arnason, 2003; 2006). Между цивилизациите протичат взаимни процеси на дифузия и адаптация, като въздействията са двупосочни. В реални условия тези взаимодействия се формират в зависимост от променящата се специфичност и динамичност на съответния регионален и глобален контекст, а така също в рамките на исторически дадения период. Разработваната от Арнасон версия на социологическия *цивилизационен анализ* има подчертано релативативен характер. Д. Смит отбелязва, че неговият интерес е специално към „трансформативния момент в междуцивилизационните непреднамерени срещи, който винаги има интерпретативно измерение“ [Smith, 2017, 47].

През последните две десетилетия цивилизационният анализ се доразвива както като теоретична перспектива, така и като аналитична програма. Концептуалните ресурси на този подход и методологическите перспективи, които предлага прави възможно използването му при изследването и на съвременните общества. Протичащите в тях процеси са в голяма степен следствие и отражение на въздействията на днешната глобализация, в нейните не само пространствени, но и времеви измерения. Възприемането на този подход в настоящата студия позволява масовия миграционен поток към Европа през 2015 г. да се разглежда като проявление и епизод на взаимодействието между отделни цивилизации, което включва и националните държави. Оценката на „бежанската криза“ се основава не само на изънредността на предприетите кризисни мерки, но и на по-трайните и дългосрочни аспекти на миграцията към и в Европа, в чиито траектории тя се вписва. Издига се въпроса за имигрантите и техните общности със специфичната им цивилизационна идентичност, а така също за приемните общества с тяхната цивилизационна принадлежност. Обръща се внимание не просто на културните и религиозни различия, но и на тяхното институционализиране при управлението на миграционните потоци. Търси се пресечна точка с процесите на формиране на съвременни модели на идентичност в западноевропейските страни, в тяхната връзка с миграцията и историческия опит. Разширява се разбирането за характера и моделите на взаимодействия между имигрантските общности и приемните общества.

Методологията на настоящата студия се основава както на използването на цивилизационния анализ като общ подход, така и на прилагането на подходящи методи на дискурсивен анализ, които позволяват изследването в различни контексти на *релацията* между дискурса за миграцията и социалната реалност на миграционните процеси. В практиката на дискурсивните изследвания теориите на дискурса и дискурсивният анализ често се интегрират с теориите на социалните науки, за да се обхванат в по-голямата си част въпросите на свързаните с миграцията съвременни развития и трансформации (Wodak, 2018). Срещат се различни версии на дискурсивен анализ – лингвистичен, критичен, дискурсивно-исторически и др., като в зависимост от изследваната ситуация се комбинират отделни техни елементи и етапи.

В съвременните миграционни изследвания при анализа на националните политики на интеграция на имигрантите често се използват историко-институционални „модели“. Те помагат да се опрости този иначе изключително сложен и оспорван обществен въпрос. Подчертават предполагаемата съгласуваност и последователност на миграционните и интеграционните политики. Служат като отправна точка за сравнителни изследвания между отделни страни. В случая т. нар. „модели на интеграция“ се възприемат като важна характеристика на националните подходи *per se* и се раз-

глеждат като самостоятелен обект на емпиричен анализ, който трябва да разкрие *в името на какво* те се институционализират и да покаже *как* се структурират по специфичен начин, от гледна точка на тяхната вътрешна динамика и на силата на общественото им въздействие. За характеризирането на интеграцията на имигрантите като проблемна област и за открояване на нейните многообразни проявления се използват различни интерпретативни рамки (frames). Те се фокусират върху отделни значения, участници, сфери на проявление и практически насоки на развитие на съответния „модел“. Взаимодействат помежду си както като обособени области на отражение на социалната действителност, така и като подходи на въздействие върху нея (Scholten, 2011). В зависимост от контекста са възможни различни конфигурации на използваните рамки, като някои от тях имат доминираща роля по отношение на останалите. Разглеждането им в по-широк социално-политически и исторически контекст предоставя възможност да се проследят траекториите при конструирането и конфигурирането на различните „модел на интеграция“, а така също да се илюстрира тяхното проявление и въздействие при определени, в т.ч. критични ситуации от развитието на миграционните процеси. Настоящата студия си поставя за цел, въз основа на проучването на широк кръг изследвания на използваните в съвременния политическия дискурс интерпретативни рамки за интеграция на имигрантите в нидерландското общество, да открие техните културни, политически и икономически измерения и да покаже проявленията и взаимодействията им както в дългосрочен план, така и в контекста на парламентарните дебати през 2015-2016 г. относно „бежанската криза“.

През последните десетилетия „моделът на интеграция“ на имигрантите в Нидерландия е предмет на оспорвани и разнострани дебати. Наред със своите национални измерения и значения, провежданата имиграционна и интеграционна политика е сферата, в която най-ясно се откроява цивилизационния характер на отношението на приемното общество към ислямската имиграция. Там неговата „отвореност за промяна и за външни влияния“ се проявява като институционализиран отговор на едно от най-сериозните предизвикателства на съвременната глобализация. „Моделът на интеграция“ служи като публичен и институционален форум за обсъждане и решаване *в името на какво* нидерландското общество иска да постигне „вътрешния мир“ с имигрантските общности. Възможните насоки на отговор тук се търсят по линия на: културните и религиозните ориентации; демократичните ценности, сигурността и социалния ред; икономическите потребности на страната и възможностите на социалната държава. Всяка от тях е важна сама за себе си и със силата на своето влияние върху другите. В живота обаче винаги има нещо по-важно от другото.

2. „Националният модел на интеграция“ в Нидерландия – артикулиране на културните, политическите и икономическите измерения на имиграцията

През последните десетилетия Нидерландия се посочва като интересен случай за това, как от страна, смятана за модел на мултикултурализма, засвидетелства не само чести, но и оспорвани дебати по въпросите на имиграцията, които водят до ясно изразени политики на асимилация. На мястото на широко изтъкваната представа за традициите на толерантност и хуманизъм, благодарение на които политиките и обществото някога са се справяли с културните и религиозните различия, днес изследователи и коментатори констатира признаци на дълбока нетолерантност и нетърпимост спрямо имигрантите и бежанците (Selm, 2019).

Както в редица други европейски страни тези прояви са адресирани главно към имиграцията с ислямски произход, но споровете около исляма водят до противоречия с изконните права и на други религиозни и културни общности. Представата за обществена поляризация по въпросите на масовата имиграция в страната и произтичащите от нея културни и религиозни различия оставя скрито разнообразието от проблеми и начините за тяхното преодоляване в процеса на интеграция. Монолитността на идентичностните полюси в обществото затруднява намирането на пресечни точки за продуктивно взаимно въздействие между различните социокултурни общности. Така трудностите и проблемите с имигрантските общности често се приписват на „модела на интеграция“ през последните десетилетия.

Традициите и промените в подходите към имиграцията в Нидерландия всъщност носят в себе си много свидетелства от дългата история, която страната има на пътя на миграционните потоци. Още през 16-ти и 17-ти век днешното Кралство Нидерландия е било хуманитарен пристан за бежанци и имигранти, търсещи спасение от религиозни и политически преследвания. Тогавашната Нидерландска република им е предоставяла не само убежище и препитание, но и условия за развитие на търговската инициатива и на свободната мисъл. Посрещала е и е подслонявала испански и португалски евреи, френски хугеноти и протестанти от различни страни, но така също мислители и интелек-

туалци от европейска величина. През 17-ти век Нидерландия си заслужава репутацията на „*имигрантска страна par excellence*“. Съвремеността показва част от корените и последствията на историческия опит, и в много отношения не се различава от тази в другите западно-европейски страни. След Втората световна война в резултат на колониалното наследство на Нидерландия започва нова вълна на имиграция, включваща завръщащи се от Индонезия, Суринам и Карибите холандци и техни потомци, много от които със смесена етническа принадлежност. С интернационализацията на европейската имиграционна политика през 50-60-те години, Нидерландия приема т. нар. гастарбайтери главно от Турция и Мароко. Основните категории на пристигналите през последните години са: членове на имигрантски семейства; чужденци от трети страни, търсещи убежище и граждани на ЕС.

През 50-60-те години на миналия век на първите имиграционни потоци в Нидерландия се е гледало като на временна последица от предшестващи икономически и политически развития. Съществувало е твърдото убеждение, че страната не е и не би трябвало да бъде „*страна на имиграция*“. Било е достатъчно имигрантските общности да бъдат описвани в термините на техния различен чуждестранен произход. След 70-те години този диференциран образ на имигрантите започва да се променя, да се обобщава по отделни признаци и да портретира „новодошлите“ и техните поколения в различни дискурсивни конструкции в зависимост от тяхното положение в културно, религиозно, икономическо и политическо отношение, а така също спрямо традициите и начина на живот в нидерландското общество – възможностите и изискванията, които то поставя. От началото на 90-те години вече е налице и ясно изразена тенденция за засилване на обществено-политическия дебат по въпросите на имиграцията в страната.

В изследваната литература няма консенсус по отношение на периодизацията, вариантите, наименоването и характеристиките на използваните в политическите дебати и социалните практики дискурси (Sholten, 2013). Терминологията и конструкциите варират и в зависимост от фокуса, който се поставя, и често имат смесващи се значения. Дискурсът за интеграцията на имигрантите в Нидерландия не е монолитен, въпреки че има тенденции и стремежи за това. Отделните автори диференцират и структурират по различни критерии и признаци неговото съдържание, като се взема предвид и профила на участниците в политическите дебати (Duyvendak, Geschiere, Tonkens, 2016; Uitermark, 2012). Има множество дискурсивни рамки, които се преплитат. Разглеждането им предоставя разнообразни отговори и аргументи за изясняване на характера и конкретните изражения на политиката и реториката спрямо имиграцията. Позволява да се прецени ролята на самите дискурсивни практики при правенето на тази политика и институционализирането на нейните подходи, като заедно с това показва вътрешната динамика в самия дискурс за имиграцията. Изследването на взаимовръзката между различните интерпретативни рамки помага да се обхванат повече части от социалната реалност и да се изрази нейното развитие. Поставя фокуса не само върху съдържанието и стратегиите на дискурса на отделните участници – *кой, какво и къде* казва и прави за имиграцията, но и върху дискурсивната логика на правенето на политиката за интеграция, чрез която се институционализират обществените значения на различните дискурсивни конструкции и практики. Съществува определена, макар и все още непълно изследвана, логика не само на използване, но и на конструиране, структуриране и обхващане на различните измерения в политическия дискурс за имиграцията.

Разработваната и провежданата в Нидерландия от началото на 80-те години силна национална рамка на имиграционната и интеграционната политика на Нидерландия е подходяща илюстрация както за „модела“ на институционалните подходи към имиграцията, така и на използваните по отношение на него интерпретативни конструкции в обществено-политическите дебати и управленските практики. Основният гръбнак на „националния модел“ е т. нар. „политика за интеграция“. Нидерландия е първата страна в Европейския съюз, която приема през 1998 г. Закон за гражданската интеграция на новодошлите (‘Wet Inburgering Nieuwkomers’, WIN). Разграничават се основно четири периода на интеграционната политика: преди 1978 г. – т.нар. „Не-интеграционна политика“, 1978-1994 г. – „Политика на етническите малцинства“, 1994-2003 г. – „Политика на интеграция“ и след 2003 г. – „Нова интеграционна политика“ (Sholten, 2013).

Изследваната литература посочва определена историческа връзка на институционализирането на първоначалните подходи на интеграция на имигрантите с нидерландското наследство в пиларизацията на обществото (Sholten, 2013; Scholten, 2016; Grondelle, 2018; Duyvendaka, Scholten, 2012; Sholten, Holzacker, 2009; Bracke, 2013; Yoffe, 2014). Продължилото повече от столетие обособяване на отделни групи – протестанти, католици, социалисти и либерали, е изиграло през 60-70те години своята дискурсивна роля като „*пиларизационен рефлекс*“ и при интеграционната „не-

политика“, макар и без това да е имало строго нормативно значение. В политиките и обществото е съществувало разбиране, че „културният плурализъм“ като институционален механизъм и като част от модела на „мултикултурно общество“ би подпомогнал културната еманципация на имигрантите (Bracke, 2013). Интеграцията, дотолкова доколкото е имало такава, се е представяла основно като „интеграция със запазване на идентичността“. Използваният институционален дискурс говори, че в приемното общество е имало „отвореност за промяна и за външни влияния“, макар и с временен и условен характер, тъй като се е предполагало, че имигрантите ще се върнат в своите страни. Този първоначален „мултикултурен модел“ има своите икономически обяснения и измерения. Страната е изпитвала остра нужда от евтина работна ръка. През 60-те години чуждестранните работници, макар и с различна религия и култура, са били *добре дошли*, особено за работи, които други не желаят да вършат (Kaaya, 2013). Съвременната трудова миграция към Нидерландия, а така същото към съседни на нея страни, е била организирана първоначално да посрещне недостига преди всичко на евтина работна сила на пазара на труда. В по-дълбока историческа перспектива подобни мотиви и подходи могат да се открият още спрямо *масовата миграция* по времето на Нидерландската република през 16-17 в. (Janssen, 2016; Prak, 2016).

По-късната „Политика на етнически малцинства“ портретира и институционализира първоначалните подходи, като си поставя като основна философия по отношение на имигрантите *запазването на тяхната собствена култура*. Подчертава се „взаимната адаптация“ в контекста на Нидерландия като „мултиетническо“ или „мултикултурно“ общество (Sholten, 2013). Изразява се равнопоставеното положение на етническите малцинства в социално-икономическия домейн, включването и участието им в политическата сфера и равенството по отношение на културата и религията (Penninx, 2005). Социалната и културна еманципация на имигрантите се е считала като общо условие за пълноценното им участие в обществото, а културното разнообразие се е преценявало като обществено богатство (Meeg et al., 2015). В икономическо и социално отношение в духа на традициите на Нидерландия е било държавата да бъде напълно отговорна пред всички членове на обществото и да им даде равни възможности (Bonjouir, Duyvendak, 2017). Плурализмът се възприема като признаване и приемане на културните и религиозните различия между различните обществени групи, но и като *суверенитет* в рамките на собствената сфера. При решаването на културните и религиозните въпроси на имигрантите се разчита на съответните институционални механизми по подобие на „пиларизационния модел“ (Bracke, 2013). Развитието на „*тяхната собствена култура*“ е предоставено на имигрантските групи и техните организации, като държавата осигурява институционалната рамка и необходимите финансови средства. Израз на икономическата и социалната оценка на свързаните тогава с имиграцията обществени взаимодействия е езикът на консултации и договаряне между елитите от страна на държавата и имигрантските организации при разпределянето на помощите, които се отпускат за религиозно обучение, културни и социални прояви, и др., а така също при удовлетворяване на жилищните нужди на имигрантите. Официалният политически дискурс през 70-80-те години е разработван в единна и координирана структура, и в консултации с всички основни имигрантски групи, така че да се избегне разширяване на дебатите и да се запази правеното на политики до голяма степен при „*затворени врати*“. Политическата логика се е основавала на съгласие, че етническите различия не следва да се превръщат в партийно-политически въпрос, за да не се използва „етническата карта“ в едно отворено, мултикултурно общество (Versteeg, 2015). „*Мултикултурният модел*“ намира своите изражения в: отсъствието на съществени дискриминационни практики спрямо имигрантите; големия брой на натурализации сред имигрантските общности и сравнително добрата политическа репрезентация на техни представители в националния парламент и градските съвети в големите градове. Нидерландия се вписва в *дискурса на глобализацията* като образец на мултикултурно общество.

Още по това време обаче в обществото и в институционалната сфера е имало информираност за произтичащите от имиграцията културни и религиозни различия и противоречия, и за възможностите за конфликт. В дискурсивен план са се прокаравали основни линии за разграничаване на имигрантските общности от приемното общество, конструирали са двете страни на съществуващите обществени взаимодействия. През 1991 г. тогавашният лидер на либералите Ф. Болкенстейн слага край на продължилата с години политическа коректност и начертава цивилизационните граници в обществото: „защита на нашата либерална култура“ срещу „*тяхната ислямска култура*“ [Meeg et al., 2015, 10]. Става ясно „*колко крехко е всичко политическо*“. От страниците на един от най-тиражираните ежедневници в Нидерландия лидерът на либералите обявява, че продължаващият от години „*неформален национален дебат, който не се води публично*“, а „*в барове и църкви*“ за последиците за „*обикновените хора*“ от масовата имиграцията, вече е недостатъчен (Uitermark, 2012,

83). Необходим е *открит разговор* в обществото за културните различия, произтичащи от нея. Той е първият политик в страната, който представя исляма като заплаха за успешната интеграция на имигрантите и нещо още по-важно, че ислямът не е съвместим с принципите на либералната демокрация: „[з]ападната цивилизация е фундаментално различна от – и неизмеримо превъзхождаща – ислямската цивилизация“ [цитирано в Uitermark, 2012, 82]. В дневния ред на обществото имиграцията и свързаните с нея културни различия се превръщат във водещ политически въпрос – започва сблъсъкът на *икономическия либерализъм с културния протекционизъм*.

В началото на 90-те години в резултат на подтикнатия не само от Ф. Болкенстейн обществен дебат „Политиката на етнически малцинства“ е заменена от модела „Интеграционна политика“, поставяща ударение върху социално-икономическото участие на имигрантите като граждани, а не като общности. Това бележи, според повечето изследователи, драматичен поврат в подхода спрямо имиграцията в Нидерландия. Мултикултурната рамка е сменена, според някои с либерално-егалитарна, а според други, с по-универсално адресирана (Sholten, 2013). Промотирането на „добро“ или „активно гражданство“ се превръща в основна цел на политиката за интеграция. В новата интерпретативна рамка намира изражение оценката за социално-икономическите последици от провежданата предишните периоди интеграционна политика, резултатите от която са увеличен брой икономически неактивни, ниско образовани и маргинализирани имигранти от определени малцинствени общности и превръщането им в нова „подкласа“, сегрегирана от главното русло на нидерландското общество. С тези аргументи „*неуспехът на модела на мултикултурното общество*“ започва да се превръща в контрадикурс на дискурса за интеграцията на имигрантите в Нидерландия (Scholten, Holzhaacker, 2009).

През януари 2000 г. представителят на Партията на труда и университетски преподавател П. Схефер поставя върху оценката за социално-икономическите последици от имиграцията началото на нов широк общественно-политически дебат за отсъствието и/или „*провала*“ на тогавашната политика на интеграция, която ще нарече „*мултикултурна драма*“ (Scholten, Holzhaacker, 2009; Sholten, 2013; Uitermark, 2012). Вече открито се заговаря, че мултикултурализмът се е провалил в Нидерландия като жизнеспособна интеграционна политика. Имигрантите, в частност мюсюлманите с незападен произход, не споделят общи *ценности* с холандците и не са способни да се адаптират към преобладаващите *норми* в Нидерландия. Имат различни по своя културен корен представи за трудова етика и социална отговорност. Наред с това, стават тежест за социалната система на държавата, която е проявила преголяма щедрост при приемането на културните и религиозните различия. Във вътрешен план политическата култура на компромиси и отстъпки, присъщи на мултикултурализма и *културния релативизъм*, все по-често се приема като препятствие за интеграцията в нидерландското общество. Мнозинството е склонно да подкрепи П. Схефер в обобщението му, че ако холандците не успеят да признаят своята *национална идентичност*, имигрантите, няма да станат част от нацията (Uitermark, 2012).

С появяването си на политическата сцена и на фона на атентатите в САЩ на 11 септември 2001 г. Пим Фортуйн се обявява от своя страна срещу „*ислямизацията на нашата култура*“. Ислямът, особено ислямският фундаментализъм, се превръщат в неговата доктрина в заплаха за обществото и за демокрацията. Заедно с това и по тази линия, започват и критиките към управляващите за игнориране на проблемите в името на идеологията и на *политическата коректност*, което в ущърб на обикновените хора, на обикновените нидерландски гласоподаватели – неуспешната интеграция се издига като знаме на популизма (Yoffe, 2014). Вербалните атаки не са обаче срещу имигрантите *per se*, така както правят това десните политици във Франция, Германия и Финландия, за които имигрантите са изкупителна жертва за икономическите и други социални болести на обществата им. Икономическите съображения са, че Нидерландия просто няма физически и финансови ресурси да посреща повече имигранти – страната вече е *препълнена*. След 11 септември 2001 г. и особено след ритуалното убийство на филмовия деец Тео ван Гог, правнук на брата на художника Ван Гог, имиграцията от ислямския свят все по-често започва да се свързва не само с *тероризма*, насилието, престъпността, трафика на хора, но и с прякото посегателство на ценностите на либералното общество. Това резултира в конструирането на *дискурсите за ислямизацията и политическия ислям*, които изразяват по същество и конфликта с християнството. Те пледират за *отделяне на църквата от държавата*, за *свобода на изразяване* и други *граждански свободи*, за *толерантност* и *равенство на половете*. Сигурността като политическа категория все повече се интерпретира не само като защита на държавността и държавните граници, но и като защита на интегритета на обществото и неговите ценности (Кауа, 2013). Обществено-политическият въпрос е за това как да се управлява породеното от увеличаващата се имиграция културно и религиозно разнообразие в Ни-

дерландия, в неговата връзка не само с икономическите и социалните фактори и последици, *в името на които* П. Схефер обявява своята „цивилизационна мисия“, но и с политическите му значения, на които все повече акцентира Г. Вилдерс.

В началото на новото хилядолетие „моделът“ в интеграционната политика спрямо имигрантите прави нов завои, този път към *асимилиционизъм*. Т.нар. „Интеграционна политика в нов стил“ поставя акцент върху „*активното гражданство*“, при което единството в обществото трябва да бъде намерено в това, в което неговите членове имат като общо (Sholten, 2013). Социално-културните различия официално се възприемат като препятствие за интеграцията. Тонът на политическия дискурс за интеграцията става още по-задължаващ по отношение на имигрантите. Тежестта за тяхното интегриране в по-голяма степен е оставена на техните рамена (Penninx, 2005). Още по време на самите имиграционни процедури кандидатите за получаване на убежище са подложени на изискванията на политиката на интеграция в приемащата страна, които ги задължават да познават и приемат културата и ценностите на нидерландското общество, заложили във фундаментите на Западната цивилизация (Leeuw, Wichelen, 2012). Фокусът дискурсивно се премества от имигрантите като групи към имигрантите като категория, но това не променя социокултурната позиция на имигрантите в обществото. Понятието „етнически малцинства“ се заменя с „*allochthonous*“ – лица, чиито произход е различен, като в тази категория попадат главно имигрантите от ислямския свят. Чрез дискурсивни категоризации основно на културен и етнически принцип, и в остър контраст с дългата история на нидерландската социална политика, държавата се отказва от отговорността си за имигрантската еманципация, особено по отношение на „*имигрантите със скромни перспективи*“, за които се очаква, че ще бъдат асимилирани много трудно в обществото: „Ние не искаме, посочва министър за имиграцията, да се отваряме към хора, които искат да се облагодетелстват от благата на нашата социална държава и нямат интерес към нашето общество“ [Bonjour, Duyvendak, 2017, 893]. Разделянето на имигрантите на „*западни*“ и „*не-западни*“ е друга манифестация на съчетаването на социално-икономически и социално-културни фактори, което има за цел да ограничи имиграцията от „*не-западния*“ свят. Имигрантите от Запада се предполага, че са по-образовани, по-адаптирани към стандартите на високоразвитите страни, идват с по-модерни виждания за света (Bonjour, Duyvendak, 2017), с други думи те са *по-цивилизирани*. Асимилиционизмът се свързва като културна перспектива с този на интересите и ценностите на националната държава. Дава се предимство на връзката между отделните членове на малцинствените общности и мнозинството от населението, и на тази основа на интегрирането в рамките на националната общност. Дискурсът за *културния монизъм* и националното *социално сближаване* излиза на преден план, апелирайки и към ценностите на патриотизма (Scholten, Holzacker, 2009; Duyvendak, Scholten, 2012). Нидерландия все повече се *отваря* навътре към себе си и се *затваря* навън.

Първото коалиционно правителство „център-дясно“, водено от премиера Марк Рюте, което идва на власт през 2010 г. дискурсивно промотира асимилицията, националното единство и „*нидерландското*“ (Duyvendak, Scholten, 2012). Смята се, че интегрирането на имигрантите в рамките на една културна или религиозна група се възприема като заплаха за националното социално сближаване и дори допринася за предполагаем „*сблъсък на цивилизации в нидерландското общество*“ (Scholten, Holzacker, 2009). Политическият дебат по въпросите на имиграцията и интеграцията в Нидерландия се активизира и поляризира не само в политическата система, но и извън нея. Фокусът в дебатите е не само върху имигрантите, но и върху „*приемащата страна*“. Вниманието на обществото в по-голяма степен е върху това как социалните значения се предават от политическите актьори на интеграционната политика в рамките на специфични институционални ситуации. Оценката на имиграцията става в по-голяма степен резултат от процеса на обществените взаимодействия, приписва се на „*социалната фабрика на обществото*“ (Euyerman, 2008; Mosher, 2015).

Направеният кратък преглед на развитието на политическия дискурс за интеграцията на имигрантите в Нидерландия ясно илюстрира, че през последните десетилетия страната не е имала единствен „*национален модел*“ на политика в тази област. На мястото на първоначалния „*мултикултурен модел*“ през различните периоди са налице различни „*модели*“ на имигрантската интеграция. Всеки от тях е имал своя водеща интерпретативна рамка, в чиято конструктивна логика се обсъжда и провежда интеграционната политика в нейната цялост и по отделни нейни аспекти. Основните дискурси и прилаганите институционални подходи към имиграцията са в определена взаимосвързаност, като първите имат своята роля и като механизми на артикулиране и комуникиране на промените в самата политика (Bonjour, Duyvendak, 2017). През последните десетилетия все повече са засилва приемствеността в дискурсивната логика, при която *мултикултурализмът* все повече се отхвърля, а *асимилиционизмът* получава все по-широка подкрепа.

Ислямът все по-широко се моделира като препятствие за интеграцията, като „фокусът върху исляма е в сърцето“ на промяната на политическия дискурс за имиграцията в страната [Selm, 2019]. Политическите дебати по въпросите на интеграционната политика придобиват своето особено значение на фона на оспорването на имиграцията от мюсюлмански произход. Растящият брой на имигрантите прави в контекста на нидерландската интеграционна политика промотирането на културното и религиозното разнообразие и неговото институционализиране все по-неприемливо от гледна точка на представите, че в приемното общество малцинствените култури следва да останат малцинствени, а не основни, както на практика се получава с промяната на облика в редица градове или квартали в тях, с преимуществено имигрантско население (Entzinger, 2006). Налице е ясно изразена тенденция на есенциализиране и генерализиране на исляма, а така също на имигрантите от мюсюлмански произход. Това като институционална практика на асимилация означава признаване на важността на тяхната култура за развитието на обществото.

Подчертаването на несъвместимостта на културната и религиозна принадлежност на имигрантските общности с културата и ценностите на нидерландското общество задава в голяма степен логиката както на политическите, така и на икономическите измерения и съображения в интеграционната политика. Зад монолитността на доминиращите през последните десетилетия дискурси на „културализъм“ остават маргинализирани пресечните точки и механизмите на продуктивни взаимни въздействия между различните социокултурни идентичности. Те съществуват в различна степен на проявление и възможност за въздействие във всеки от посочените основни „модели на интеграция“. Институционалните практики показват потенциални възможности за различни комбинации и взаимодействия на културните, политическите и икономически фактори. С генерализирането обаче на значението на културната идентичност на ислямската общност се културализира и това, което е социално и политическо (Kaaya, 2013), но така също и икономическо. Надценява се социалното и политическото значение на проблемите, които произтичат от културните измерения на участието на имигрантите в обществото (Duyvendak, Geschiere, Tonkens, 2016), както по отношение на спазването на общоприетите традиции, ценности и норми, така и на сигурността и обществения ред в страната. Асимилационизмът все повече означава приемане на културата и ценностите на приемното общество за задължителни за имигрантските общности. Същевременно възприемането на либерално-икономическия подход на интеграция на имигрантите освобождава държавата от отговорностите ѝ за културната интеграция на имигрантите. Взаимовръзката между политическото единство в нацията и обществото, от една страна, и религиозно-културното разнообразие, от друга, се символизира от „ислямския въпрос“ (Meer et al., 2015).

На многопластовата основа на дебата за имиграцията по-остро започва да се интерпретира темата за съхраняването на нидерландската идентичност, като друга страна на значението на идентичностен конфликт в обществото. Представата за повишена чувствителност към мюсюлманите и за все по-гласно неприемане на ислямските културни традиции и религиозни обичаи обръща обществените нагласи на приемното общество към „вкоренените парадигми“ на нидерландския начин на живот. Сред тях се акцентира на *черти от националния характер* като „индивидуализъм и секуларизъм, класически свободи и граждански права“, призовава се за сплотяване около застрашените ценности на „свободния свят“. По-малко се споменава за „космополитизма“ и „предприемаческия манталитет“, които са направили възможна глобалната роля на Нидерландия през 17 в. Политиката на интеграция става инструмент в един процес на преоткриване на нидерландската идентичност, а така също на трансформиране на обществото. Идеята за приемане и признаване на културното разнообразие се преформулира в политическия дискурс в нейната противоположност – „сблъсък на цивилизациите“. С тази интерпретативна рамка дебатите стават още по-поляризирани, по-политизирани, по-наситени и по-фокусирани върху имигрантите от мюсюлмански произход и по-специално тези от Турция и Мароко.

Противопоставянето на исляма води до генерализиране на културната идентичност не само в йерархията на ценности на нидерландското общество. Тя се проектира и в по-широк социетален обхват като йерархия на цивилизациите (Hesova, 2019). Издигната още през 1991 г. на среща на Европейските либерални партии в Люцерн, Швейцария от либералния политик Ф. Болкенстейн теза за различието и превъзходството западната цивилизация е подета от политици като Пим Фортуйн, Хирси Али и Герт Вилдерс. Тя обаче е оценена и няколко десетилетия развивана основно във вътрешен план като отхвърляне на политическата коректност и самоналожената цензура, които са преобладавали в нидерландската политика. За определен период това развитие е отразявало едно по-националистическо течение, възникнало в политическия живот на страната след възхода на популистко-консервативните политици (Scholten, Holzhaecker, 2009). То асоциира интеграцията на

имигрантите повече с процеса на формирането на нацията и ревизирането на подходите в контекста на глобализацията, отколкото с утвърждаването на представата за Запада като цивилизация. В началото на новото хилядолетие промяната в политическия дискурс за интеграцията на имигрантите отразява един по-широк начин, по който нидерландското общество отново се предефинира – „променящи се дискурси в една променяща се нация“ [Scholten, Holzhaacker, 2009, 16]. „Бежанската криза“ добавя нови щрихи в този дискурс.

3. Реториката за „бежанската криза“ – приемственост и адаптиране на политическия дискурс за имиграцията в Нидерландия в европейски контекст

Както другаде в Европа, така и в Нидерландия „бежанската криза“ доминираше в обществения и политическия дискурс през лятото и есента на 2015 г. и първите месеци на 2016 г. Усещането за напрежение и извънредност на ситуацията бързо обхваща широки обществени слоеве, за което допринесе и поредицата от терористични атаки във Франция и Германия. Според проведено през посочения период изследване на нагласите на холандските граждани, 44 % от анкетиранияте посочват засиления поток на бежанците като най-значимия национален проблем. По този показател се отчита рязък скок в общественото мнение на хората в сравнение с данните от началото на 2008 г. до последното тримесечие на 2015 г., когато процентът варира между 7 и 14. Гражданите на Нидерландия са загрижени главно заради: огромния брой на получените молби за убежище в страната; нарастващото напрежение в обществото в резултат на очаквания ръст на имиграцията; предоставянето на социални помощи и други облаги на бежанци и имигранти, от които самите холандци може да не да се възползват; и не на последно място, възможността сред бежанците да има терористи (Kraak, 2018). Промяната в обществените нагласи очевидно благоприятства като цяло за все по-разширяваща се подкрепа за приемане и въвеждане на мерки за намаляване и спиране на бежанския поток, отколкото за проявяване на непосредствена загриженост и солидарност към самите бежанци и мигранти, чието незавидно положение все по-очевидно остава на заден план.

Породените от засиления миграционен поток проблеми и тревоги в обществото и свързаните с тях решения без съмнение намериха израз в политическия дневен ред на страната, особено в контекста на нейното председателство на Съвета на ЕС през първата половина на 2016 г. С характерния за холандците прагматичен и рационален подход премиерът М. Руте набеляза конкретните задачи пред Съюза във връзка със създалата се ситуация. Думите му, че „[т]рябва да постигнем конкретни резултати и да направим така, че да се уверим, че те са видими, за да се противопоставят на нарастващия скептицизъм в цяла Европа“ [European Parliament, 2016] получиха широк отзвук в страната и в Европа. Спазването от държавите-членки на обещанията и придържането към договореностите по преразпределението на бежанците, беше издигнато от него, като нова норма в Европа: „Сделката е сделка“. Въпреки че броят на търсещите убежище в Нидерландия през този период беше сравнително нисък спрямо други европейски страни, премиерът на страната превърна изпълнението на договорените квоти като условие в преговорите не само по политиката на ЕС в областта на миграцията и убежището, но и по редица въпроси от по-широкия дневен ред на Съюза. Нидерландия изигра важна роля за подписването през март 2016 г. на споразумението с Турция за спиране на бежанския поток. То беше широко приветствано от европейските институции и лидерите на отделни държави като политическо решение за излизане от „бежанската криза“. Същевременно сделката ЕС-Турция стана обект и на силен критицизъм заради опасения, че се нарушават норми на международното и европейското законодателство, и че по този начин *в името на* краткосрочни политически цели се подронват принципи и ценности не само с европейско, но и с универсално значение.

Политическите дебати по време на „бежанската криза“ предлагат своите обяснения за подхода на страната по отношение на разпределението на мигрантите и в частност спрямо „сделката ЕС-Турция“. Тук те се разглеждат в по-голяма степен от гледна точка на начина, по който засиленият поток от мигранти беше конструиран като много голям и сериозен проблем, изискващ намирането на решение от извънреден характер. Затова се обръща по-голямо внимание на развитията по линия на доминиращия по време на дебатите дискурс, отколкото върху различията и противоречията в партийно-политическото пространство, които безспорно съществуват и в крайна сметка намериха израз в нееднозначната подкрепа за предприетите мерки. Идеята е да се покаже не толкова как различните участници разбират и изразяват своето място в символичната битка на дискурси, а в *името на какво* тя се води и печели.

В края на 2015 г. и в началото 2016 г. в Долната камара на парламента на Нидерландия бяха проведени три основни дебати по „бежанската криза“. Те бяха предшествани от изявления на лидери на парламентарно представени партии с различни политически ориентации, които реферираха както към хуманитарните аспекти на ситуацията с бежанците, така и към капацитета на страната да отговори на засиления мигрантски поток. И ако *дискурсът за хуманитаризма и солидарността* беше тогава в голяма степен продължение на широко известната реплика на германския канцлер А. Меркел „*Wir schaffen das*“ (Ще се справим), а така също изражение на духа и ценностите на нидерландския „модел на мултикултурализъм“, то неговият контрадискурс отчетливо залагаше на оценката, че страната не разполага с достатъчен капацитет да се справи с нова вълна от имигранти.

В разгара на „бежанската криза“ и в навечерието на Нидерландското председателство премиерът М. Рюте очерта пред група международни медии историческите и географските измерения на новосъздалата се ситуация. „Както всички знаем от Римската империя, големите империи падат, ако границите не са добре защитени. Така че наистина имаме императив, за да се справим с него“ [Bird, 2015]. Думите му бяха изтълкувани като заплаха за ЕС да преживее същата съдба като Римската империя, ако не възвърне контрола върху границите си и не спре „*масовия поток*“ на бежанци от Близкия изток и Северна Африка. Те намериха своето продължение и в проведените парламентарни дебати в самата Нидерландия. „Моята политическа преценка, посочва Рюте в края на 2015 г. от трибуната на Долната камара, е такава, че тази част от Европа не е способна да се справи с нов пик на наплива“ [Kraak, 2018, 54]. Неговата оценка е, че ситуацията е тежка и не трябва да се украсява. Конструирането на „бежанската криза“ като „*екзистенциална заплаха*“, изискваща извънредни мерки беше един от основните лайтмотиви на дебатите в парламента. Въпреки различията в интерпретациите и в реториката на отделните партии този дискурс получи разширяваща се парламентарна подкрепа.

Десните и консервативните партии най-открито и настойчиво се застъпват за мерки, които излизат от обхвата на действията при нормална ситуация – такива като *затваряне на границите и изграждане на огради по тях, връщане на контрола по вътрешните граници* и др. Левият спектър на политическото пространство пледира повече за отчитане на хуманитарните аспекти на кризата, но от дясно я представят като „*екзистенциална заплаха*“ не само по отношение на Нидерландия, но и спрямо целия ЕС. Както посочва М. Рюте „[г]екстурата на Европейския съюз е заплашена да се разкъса, ако ние не успеем да адресираме проблема за бежанската криза съвместно“ [Kraak, 2018, 54]. Във вътрешен план оценката, че „[г]олемият брой на търсещите убежище може да има дестабилизиращ ефект върху нашето общество“ [Kraak, 2018, 55] се основава на продължителния опит на страната на търсене на подходящ „модел“ на интеграционна политика. Поляризацията в обществото прави съвсем реални опасенията, че при по-голяма вълна на имиграция може да се стигне до дестабилизация. Прозира обаче и безпокойство дали в европейски мащаб ще се достигне до съвместни усилия и солидарно поемане на отговорности – „Броят на търсещите убежище трябва да бъде намален; ако това не се постигне на европейско равнище, ние трябва да се погрижим затова на национално равнище“ [Kraak, 2018, 66]. Говори се за безпрецедентна вълна от имигранти върху целия континент, която поставя на изпитание еластичността на Европа. В началото на дебатите предвид естеството на ситуацията и невъзможността да се управлява масата на мигрантския поток като най-логично изглежда решението за затварянето на границите. Повечето партии са склонни на подкрепа за тази извънредна мярка *в името на* „интересите на вътрешния мир“ по терминологията на Б. Тиби.

Със задълбочаването на ситуацията и особено на фона на поредицата от инциденти с бежанци и мигранти по границите на Европа, а така също на атентатите във Франция и Германия, в дебатите все повече се откроява темата за *сигурността* на страната. Връзката на терористичните актове с ислямисти и имигранти помага за легитимацията на извънредните мерки срещу миграцията. Същевременно насочва фокуса на обществената неприязън към самите мигранти, пристигащи в Европа и Нидерландия, защото за хората е все по-ясно, че те са основно мюсюлмани. Въпреки че основни говорители по тази тема са депутатите от крайнодясната партия на Г. Вилдерс, този дискурс все повече се възпроизвежда и от останалите парламентарни формации. Той дава израз и на опасенията сред холандските граждани по време на цялата криза – „Нидерландия става всеки ден все по-малко безопасна“ [Kraak, 2018, 64]. В същото време инцидентът в Кьолн не е широко обсъждан в политическия дебат относно бежанците. Политиците изразяват скръбта си и осъждат действията, които са се случили, но не свързват този инцидент с дебата по въпросите на миграцията и убежището. Някои членове на парламента смятат, че атаките не трябва да влияят на политиката за бежанците, въпреки че страхът, че терористи също злоупотребяват с тази политика, е разу-

мен. Въпросът е повече за това дали да се спре или не потокът от бежанци към Европа или Холандия и ако да, по какъв начин.

Издигането на „политиката на страха“ и на „безопасността на страната“ има в дебатите своите културни и религиозни измерения и основания. Те се открояват особено отчетливо в определянето на исляма като заплаха – „джихадът е част от исляма“. И ако някои изказвания са адресирани пряко към имигрантите от ислямски произход – „[и]слямът не принадлежи на Нидерландия“, то в други те се портретират като заплаха за „нашия начин на живот“ и като атака „срещу нашата свобода“ [Venterink, 2018, 41]. Конструирането на дихотомията между тези, които вярват в исляма и тези, които не го представляват присъства и тук, както в дебата за интеграционната политика. Посочва се, че с нападението на журналисти в Париж, които изразяват своето мнение, се прави опит „да се удари нашето общество в сърцето и да се пречупят неговите основи“, изградени върху принципа за „свободата на религия“ [Venterink, 2018, 41]. Свързани с Франция и Германия – „нашите съседи“, заплахите вече имат по-общ социетален характер и обхват, включващ и нидерландското общество. В редица изказвания този обхват се подчертава с акцентирането на юдео-християнското наследство на „нашето“ общество. Изтъква се, че Европа е формирана от традициите на хуманизма и християнството и като такава противостои на исляма – „Западът сега преживява сблъсък на цивилизациите“ [Venterink, 2018, 44].

В дебатите след атентатите във Франция разграничението между „ние“ и „те“ и фокусът върху „нашите“ ценности играе важна роля в дискурса за „бежанската криза“. В контекста на случващото се в Европа дихотомията лесно може да се преконструира в представите на обществото като „европейските-ние“ и „ислямските-те“, представлявайки очевидна интерпретация на дискурса за „сблъсък на цивилизациите“, която прави в още по-голяма степен директна връзката между мигрантите от мюсюлманските страни и терористичната заплаха (Venterink, 2018). В реториката на крайнодесните политици се изтъква враждебната същност на исляма, докато от управляващата либерална партия се отбелязва, че сред представителите на мюсюлманската общност не е проличало категорично осъждане на терористичните атаки (Kraak, 2018). Радикалният ислям и ислямските екстремистки групи се считат за заплаха за свободното и либерално общество, което следва да потърси упование в своите общи цивилизационни ценности и предимства. „Да, посочва М. Рюте, трябва да бъдем много бдителни, но в същото време да продължим своя начин на живот. Имаме повече хора от тях. Имаме по-старата цивилизация. Не бива да се оставяме да се страхуваме“ [Spiegel, 2015]. Като цяло по време на дебатите темата за исляма се споменава по-често от темата за бежанците. Последната дори не присъства във всички изказвания (Venterink, 2018).

Икономическите измерения и фактори на „бежанската криза“ също присъстват в дебатите и могат да бъдат разпознати в различни интерпретации. През началния период на кризата миграционният поток се дебатира паралелно с темата за социалните разходи за бежанците като се посочва, че приоритет следва да бъде даден за удовлетворяване на социалните потребности на самите холандци. „Отварянето на границите, и атрактивното социално благополучие не могат да вървят заедно“ [Kraak, 2018, 55] е един от водещите мотиви на дискурса за пределите на социалното подпомагане: прилагането на такъв подход има „дестабилизиращ ефект върху нашето общество“ и не следва да продължава. Възможностите на нидерландската социална държава не могат да бъдат „привличащ фактор за търсещите убежище“. На бежанците се гледа, особено от крайнодесния край на политическия спектър, като на „цунами от търсещи богатство“ [Kraak, 2018, 56]. С метафората, която използва Г. Вилдерс не само, че не се прави разлика между бежанци и икономически мигранти, но и значително се преувеличават мащабите на миграционния поток. Като важен се дискутира въпросът за капацитета на държавата и по-скоро за ограниченията на възможностите, с които тя разполага за настаняване, устройване и осигуряване на бежанци и мигранти. Поставянето обаче на определени лимити на тези възможности служи не толкова като ориентири при оценката, колкото като предупредителни знаци, че държавата и приемното общество са тези, които ще кажат, в крайна сметка, колко бежанци да бъдат приети, а не колко имат нужда от убежище и препитание, т.е. че Нидерландия не може да си позволи да удовлетвори всички молби за убежище. „Бежанската криза“ засилва диференциацията между полезните мигранти и ниско образованите. И тук както в политиката на интеграция социалните и икономическите измерения на имиграцията са свързани с по-конкретните аспекти на безработицата. Тя се разглежда в „духа“ на либералното общество като „отговорност“ на безработните имигранти да се грижат за тяхната икономическа ситуация, а миграционната вълна като такава от „мигранти със скромни перспективи“. Налага се изводът, че неконтролираният наплив на имигранти създава икономически проблеми, които държавата не може да си позволи.

Тази неолиберална логика оперира в тясна връзка с *дискурса за културализма* и не е характерна само за партиите с десни ориентации. „Бежанската криза“ по такъв начин се използва за все по-ограничаваща се и селективна политика на имиграция. Тя е продължение на дискурса за ограничаване на броя на „незападните мигранти“, към които асимилационният модел изпитва силни затруднения. Заедно с това се дава израз и на опасението за невъзможност от прилагането на рационален подход, основан на предварително определен максимален брой на имигрантите, които могат да бъдат посрещнати – „ние можем да подслоним бежанци, но има предели“ [Kraak, 2018, 55]. Различията в преценките на отделните партии относно максималния лимит на бежанците, които страната може да приеме говори обаче за това, че броят на потенциалните имигранти не е най-основният фактор при характеризирането на „бежанската криза“. Въпреки силният натиск на десните и консервативните партии, другите партии продължават да артикулират дискурса за хуманитарния характер на ситуацията и да призовават за повече международна солидарност. На този фон се откроява и призивът „*Нека да опазим нашата цивилизация като нещо, с което се гордеем и да дадем на хората сигурност, сигурност и прилично убежище*“ [Kraak, 2018, 52].

В политически план проведените във връзка с „бежанската криза“ дебати ясно очертават очакваните отговорности на правителството за защита на „*нашето благосъстояние, идентичност и свобода*“. От страна на крайно дясната опозиция съвсем категорично се посочва, че министър-председателят и държавният секретар по миграцията не правят необходимото, за да защитят страната от мигрантската вълна и така да отговорят на безпокойствата в обществото, които се споделят от 44 % от населението на страната. Представители на други политически партии също оценяват, че правителството не упражнява достатъчен контрол и че въпреки мерките за регистрация на мигрантите, последните продължават да бъдат голям риск за сигурността на страната (Kraak, 2018). Заплахата за сигурността на страната се използва от партиите за гарантиране на техните политически позиции сред електората, който е с ясно изразени нагласи по отношение на миграцията от ислямския свят. Тази ориентация е особено характерна за партиите от управляващата коалиция и най-вече за либералната партия на премиера М. Рюте.

В крайна сметка с промяна в позицията на Партията на труда, която през цялото време се придържа към подкрепа на хуманитарния дискурс, се стига до необходимата парламентарна подкрепа за сделката ЕС-Турция. За разлика от другите партии, които конструират бежанската криза като „*екзистенциална заплаха*“ за сигурността, лейбъристите извеждат на преден *опасността от хуманитарна катастрофа*, като с този макар и различен дискурс защитават необходимостта от извънредни мерки. Така и с техните гласове Нидерландия, наред с други държави-членки на ЕС, де юре признава Турция за „сигурна страна“ (Kraak, 2018), в която да могат да бъдат връщани нелегално преминали мигранти, които са стигнали до гръцките острови от турска територия (Димитров, 2018).

Направеният кратък преглед на проведените по време на „бежанската криза“ дебати в Долната камара на парламента на Нидерландия илюстрира начина, по който засиленият миграционен поток към Европа през 2015 г. беше представен като „*екзистенциална заплаха*“, която изисква извънредни по своя характер мерки. Сигурността на страната присъства като тема във всички дебати след атаките в Париж и Брюксел. С фокусирането върху сигурността на границите и върху изграждането на огради и въвеждане на граничен контрол „бежанската криза“ има своите осезаеми измерения. Опасността от нова мигрантска вълна се проблематизира обаче повече в нейните културни и религиозни измерения както в национален, така и в по-широк европейски контекст. Терористичните атаки в Париж и Брюксел означават, че „*нашето западно*“ общество е ударено в сърцето“. В духа на европейската цивилизационна принадлежност са препратките, по време на разглежданите дебати, към християнската същност на Европа и към ценности като секуларизъм и равенство на мъжете и жените, често символизирани от Просвещението (De Cleen, Zienkowski, Smets, Dekie & Vandevorrdt, 2017). Това допринася за легитимиране на крайните мерки за сигурност както срещу тероризма, така и срещу миграцията, които все повече се преплитат. Фокусът върху исляма и заплахата от него издига цивилизационния конфликт между Запада и Изтока като важен дискурс за защитата на „*нашето*“ общество от опасните „*те*“.

В икономически план на този принцип се откроява диференциацията между различните категории мигранти. Водещи критериите са изискванията на трудовия пазар и потребностите икономиката и другите сфери, като те трябва да ограничат „*търсенето на богатство*“ и възползването от придобивките на социалната система. Обявява се още по-рестриктивна политика на имиграция, която допълнително лимитира и категориите на бежанци, които могат да кандидатстват за убежище в страната. На заден план остават съображенията относно демографското развитие на страната и

необходимостта от нови попълнения на трудовите ресурси. Във вътрешно-политически план либералната партия на премиера М. Рюте допринесе в парламентарните дебати за създаването на една по-доминантна дискурсивна коалиция, имаща за цел прокарването на извънредните мерки за спиране на мигрантския поток. В гласовете на крайнодесните политици се прокарват обаче не само антимигрантските нагласи и настроения в обществото, но така също обществени негодувания срещу технократичния и елитарен начин на правене на националните политики в тази област. Макар и в много по-малка степен дебатите очертават и хуманитарните аспекти на „кризата“, и в отделни изказвания могат да се открият свидетелства за дълбоко вкоренените в Нидерландия традиции на страна – „извор на глобализъм и мултикултурализъм“.

Открояването в контекста на „бежанската криза“ на културните и религиозните различия, които поражда миграцията имаше своите импликации върху развитието на политическия дебат в страната още през следващата година. Нидерландия затвърди културалистичния тон на политиката си спрямо миграцията от ислямския свят. Разшири се политическият спектър, в който имигрантите се възприемат като потенциална заплаха за културното единство на Нидерландия. „Дръж се нормално или напусни“ стана мото на обръщението на премиера и лидер на либералната партия М. Рюте към всички сънародници на парламентарните избори през 2017 г. Въпреки, че в неговото отворено писмо (VVD, 2019) никъде не се споменава за имигрантите, на всички беше ясно, че то се отнася към тях. Посланието му допринесе за привличане на гласове от привържениците на „Партията на свободата“ на Г. Вилдерс и за спечелване след напрегната надпревара на първото място. Не закъсня обаче и отговорът от другия полюс на културна идентичност в обществото – в парламента се появи партия на турската общност, а на местните избори през 2018 г. всички бяха изненадани от силния протестен имигрански вот.

Заклучение

„Бежанската криза“ е важен момент от днешната европейска обществено-политическа действителност. Неслучайно тази тема намира място в анализите и публикациите на редица авторитетни политически изследователи и анализатори. В същото време са основателни и оценките, че не трябва да се преувеличава разтърсващия характер на съвременните събития (De Cleen et al., 2017). Тази „криза“ е „европейският 11 септември“ донякъде с това, че вписа миграцията от ислямския свят в европейския политически дневен ред и така направи съпричастни към него и страните от Централна и Източна Европа, за чиито граждани и политици миграционните потоци доскоро бяха до голяма степен „чужд проблем“. Един от изводите на това изследване е, че за Нидерландия и самите холандци „бежанската криза“ сама по себе си не е *радикална* промяна. Същевременно по подобие на редица други европейски държави, за нидерландския обществено-политически живот тя е момент от една важна дискурсивна последователност в политиката на страната спрямо имиграцията от ислямския свят. В политическата реторика и институционалните практики продължи тенденцията в развитието на дискурса за интеграцията на имигрантите в Нидерландия през последните три десетилетия, с характерната за него дихотомия „ние“ – „те“.

Конструирането в политическите дебати на „бежанската криза“ като обществен проблем, който застрашава „нашия начин на живот“ и „нашата свобода“ показва ключовото място на културата и идентичността в репертоара на нидерландските политици. На фона на съвременната миграция като едно от най-големите предизвикателства на глобализацията все по-остро се открояват културните, религиозните и ценностните претенции на различни обществени групи и формирания. В отговор на тези различия и противоречия провежданата политика на интеграция на имигрантите се превръща в инструмент както за тяхното преодоляване, така и за по-широки обществени трансформации. Нидерландското общество преоткрива в „срещата“ си с „другата“ идентичност някои от своите исторически, културни и религиозни традиции. Влиянието на собствената културата върху интеграцията и другите сфери на социалния живот е опосредствано от отделянето и противопоставянето на приемното общество на имигрантските общности от ислямските страни. Продължаващото вече три десетилетия генерализиране на „заплахата от исляма“ маргинализира съществуващите пресечни точки и механизми на продуктивни взаимни въздействия между различните социокултурни идентичности в страната, не само по линия на културата, но и на политиката и икономиката. На фона на Брекзит и на цялостното развитие на европейския проект нидерландската ислямофобия вече започва да се приема не толкова като политически екстремизъм, а като „новото нормално“. Така под различни форми и на различни основания се разширява подкрепата в политическото пространство и на редица аргументи от реториката на партиите, които издигат „заплахата от исля-

ма“ като свое основно послание (Houtum, Lacy, 2017, Duina & Carson, 2020). Заедно с това обаче като алтернатива се открояват макар и по-слабо гласовете на „космополитизма“ и „глобализма“, на „хуманизма“ и „толерантността“, които са вкоренени в културата, историческите традиции и икономическите успехи на страната, и намират своите основания в достиженията на международното право.

Доминиращите през последните десетилетия в Нидерландия дискурси за имиграцията запазиха по време на „бежанската криза“ своята основна логика, като заедно с това се адаптираха и адресираха в още по-голяма степен към по-широката европейска аудитория. По-отчетливо се проектират и експонират европейските измерения на нидерландското „ние“, на „нашия начин на живот“ и „нашата свобода“, които съдържат и изразяват общи ценности и постижения на Западната цивилизация. Тези препратки съществуваха и преди в националния дебат по въпросите на културното и религиозното разнообразие. Свързан със събитията и процесите в други европейски страни този дискурс придобива още по-плътен цивилизационен тембър. В него може да се различи както националното, така и по-общото социетално звучене. Откроява се противопоставянето на Запада на исляма, но така също и артикулирането на ценностните на европейската цивилизация. Издигнатият от Ф. Болкенстейн през далечната 1991 г. глас *в името* на европейската цивилизация е подет от цяла плеяда европейски политици от различни политически семейства. В тяхната политическа реторика все по-ясно се очертава „преминаване от национализъм към „цивилизационизъм“ и това е един важен *нов* момент в започнатата преди десетилетия дискурсивна промяна.

Изминалите пет години от „бежанската криза“ показаха устойчивостта на доминиращия дискурс за „екзистенциалната заплаха“ от нова миграционна вълна. Подписаното през 2016 г. по време на нидерландското председателство на Съвета на ЕС споразумение с Турция просъществува въпреки критиките на авторитетни международни организации и има изгледи да бъде подновено. Граничните съоръжения и контролът по външните граници на ЕС продължават да бъдат не само фактическо препятствие пред търсещите убежище и препитание мигранти от ислямските страни, но и важен символ на нежеланието и неготовността за „отвореност за промяна и за външни влияния“ на европейските страни. Тя остава в зависимост от широк кръг вътрешни и външни за ЕС фактори, но когато се има предвид европейския контекст съвсем основателно може да се предполага, че Нидерландия ще бъде една от страните, която най-силно ще повлияе на бъдещата миграционна политика в Европа.

Със специфичната си либерална култура и прямота на изразяване Нидерландия изпраща силни сигнали за структуриране на дебата по въпросите на имиграцията и в неговите цивилизационни измерения. С демократичните принципи на политическия си живот и многопартийната си система страната е показателен пример за ключовата роля на обществено-политическия диалог при артикулирането на миграцията като обществен проблем. „Бежанската криза“ очерта в дебата за Европа ново по-широко дискурсивно пространство, в което да се поставят и обсъждат въпросите на културната идентичност както на мигрантите, така и на приемните общества. На този етап разговорите по свързаните с миграцията политики на интеграция са по-ясно проявени в западноевропейските общества, но страните от Централна и Източна Европа също подготвят своите репертоари и някои от тях вече ги афишираха. През следващите години могат да се очакват нови развития в междучивилизационните взаимодействия и за страни като България е важно да знаят повече за това *в името на какво* са позициите и дългогодишните политики на Нидерландия.

Използвана литература

1. Димитров, П., „Между реализма и Брюксел: миграционният проблем в България през 2013-2017“, сп. Геополитика, бр. 5, С., 2018, с. 5-22
2. Костов, А., И. Огнянова, Б. Банчев, Бежанската криза и Балканите (2015 – 2016), Издателство „Парадигма“, С., 2018
3. Кръстев, И., След Европа. За слабостта и силата на Европейския съюз, Обсидиан, С., 2020
4. Кръстев, И., „Бежанската криза провокира разделение между Източна и Западна Европа“, news.bg, 2018, <https://news.bg/interviews/bezhanskata-kriza-provokira-razdelenie-mezhdu-iztochna-i-zapadna-evropa.html>
5. Кючуков, Л., „Влияние на бежанската криза върху българското общество и българската политика: страхове, но не омраза“, Фондация Фридрих Еберт, Бюро България, 2016, <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/sofia/12571.pdf>
6. Найденов, Г., Теория и история на цивилизациите, Издателски комплекс – УНСС, С., 2017

7. Прозорова, Ю., „Концептуальные ресурсы цивилизационного анализа в изучении постсоветских трансформации в России“, Журнал социологии и социальной антропологии, 2014, Том XVII, № 2 (73), с. 70-87
8. Хънтингтън, С., Сблъскът на цивилизацията и преобразуването на световния ред, изд. „Обсидиан“, С., 2002
9. Шефер, П., „Холандия и драмата на мултикултурализма“, Изгледи-Европа, сп. Либерален преглед, 2010 <http://www.librev.com/index.php/2013-03-30-08-56-39/prospects/europe/935-2010-06-10-21-37-44>
10. Arnason, J., *Civilizations in Dispute: Historical Questions and Theoretical Traditions*, Brill, Leiden and Boston, 2003
11. Arnason J.P., „Understanding Intercivilizational Encounters“, in *Thesis Eleven*, 2006, Vol. 86, No. 1, pp. 39-53
12. Arnason, J., „The religio-political nexus: Historical and comparative reflections“, in: Arnason, J.P, Karolewski, I.P (eds), *Religion and Politics: European and Global Perspectives*, Edinburgh University Press, Edinburgh, 2014, pp. 8-36
13. Bird, M., „A European prime minister is talking seriously about the EU collapsing like the Roman Empire“, *Business Insider*, Nov 28, 2015, <https://www.businessinsider.com/mark-rutte-interview-on-migrant-crisis-and-the-fall-of-rome-2015-11>
14. Bonjour, S., J. W. Duyvendak, „The „migrant with poor prospects“: racialized intersections of class and culture in Dutch civic integration debates“, *Ethnic and Racial Studies*, 2017, Vol. 41, No. 5, pp. 882-900
15. Bracke, B., „Transformations of the Secular and the ‘Muslim Question’. Revisiting the Historical Coincidence of Depillarisation and the Institutionalisation of Islam in The Netherlands“, *Journal of Muslims in Europe*, 2013, No. 2, pp. 208-226
16. Brubaker, R., „Between nationalism and civilizationism: the European populist moment in comparative perspective“, *Ethnic and Racial Studies*, 2017, Vol. 40, No. 8, pp. 1191-1226
17. Cuperus, R., „Special focus: The Netherlands in 2017, Populism Defeated by Populism?“ in *The State of Populism in Europe, With special focus on the populists in Austria, the Czech Republic, France, Germany and the Netherlands* FEPS, Policy Solutions and FES, Budapest, 2017, p. 130-147
18. De Cleen et al., „Constructing the ‘refugee crises in Flanders. Continuities and adaptations of discourses on asylum and migration“, in: Barlai, M., Fähnrich, B., Griessler, C. & Rhomberg, M. (Eds.), *The migrant crisis: European perspectives and national discourses*, LIT Verlag, Berlin, 2017, pp. 59-78
19. Duina, F., D. Carson, „Not so right after all? Making sense of the progressive rhetoric of Europe’s far-right parties“, *International Sociology*, 2020, Vol. 35, No. 1, pp. 3-21
20. Duyvendak, J., P. Geschiere, E. Tonkens, *The Culturalization of Citizenship, Belonging and Polarization in a Globalizing World*, Palgrave Macmillan, London, 2016
21. Duyvendak, J., P. Scholten, „Deconstructing the Dutch multicultural model: A frame perspective on Dutch immigrant integration policymaking“, in *Comparative European Politics*, 2012, Vol. 10, No. 3, pp. 266–282
22. Eisenstadt, S., *Japanese Civilization. A Comparative View*, University of Chicago Press, Chicago, 1998
23. Entzinger H., „Changing the rules while the game is on. From multiculturalism to assimilation in the Netherlands“, Y. Michal Bodemann & Gökçe Yurdakul, Eds. *Migration, Citizenship, Ethnos: Incorporation Regimes in Germany, Western Europe and North America*, Palgrave MacMillan, New York, 2006, pp. 121-144
24. European Parliament, „Dutch Presidency debate: „counter growing scepticism with visible results, refugee crisis top priority“, Press Releases, Plenary Session, <https://www.europarl.europa.eu/ireland/en/news-press/dutch-presidency-debate-counter-growing-scepticism-with-visible-results-refugee-crisis-top-priority>
25. Eyerman, R., *The Assassination of Theo Van Gogh. From Social Drama to Cultural Trauma*, Duke University Press, Durham, 2008
26. Haynes, J., „Introduction: The „Clash of Civilizations“ and Relations between the West and the Muslim World“, *The Review of Faith & International Affairs*, 2019, Vol. 17, No. 1, pp. 1-10
27. Hesova, Z., „The Paradoxes of a Return of Religion to Public Debates“, in M. Blagojević, M. Todorović, *Traditional and Non-traditional Religiosity*, Institute of Social Sciences and YSSSR, Belgrade and Niš, 2019, pp. 136-155

28. Houtum, H. van, & Bueno Lacy, R., „The political extreme as the new normal: the cases of Brexit, the French state of emergency and Dutch Islamophobia“, *Fennia – International Journal of Geography*, 2017, Vol. 195, No. 1, pp. 85-101
29. Grondelle, V., „The Demandingness of Multiculturalism and its Future Discourse“, Paper for Intercultural Communication, in *International Studies on Media, Power and Difference*, Pompeu Fabra University Barcelona, Barcelona, 2018, pp. 1-12
30. Janssen, G., *Historiographical Review. The Republic of Refugees: Early Modern Migrations and the Dutch Experience*, The Historical Journal, Cambridge University Press, Cambridge, 2016
31. Kaya, A., „Multiculturalism: The Culturalisation of What is Social and Political, Perceptions“, 2013, Vol. 18, No. 3, pp. 63-91
32. Kerssies, J., „The relation between the Dutch and European discourse on migration“, Wageningen University – Department of Social Sciences, 2020, <https://edepot.wur.nl/529921>
33. Kraak, J., „The Securitization of Migration in the Netherlands During the European Refugee Crisis: A critical discourse analysis of the political migration debate and the influence of the populist radical right“, Wageningen University, *Sociology of Development and Change*, 2018 <https://edepot.wur.nl/463575>
34. Leeuw, M., S. Van Wichelen, „Civilizing migrants: integration, culture and citizenship“, *European Journal Of Cultural Studies*, Vol. 15, No 2, 2012 pp. 195-210. <https://doi.org/doi:10.1177/1367549411432029>
35. Maurice, E., „Tusk: 'Wave of migrants too big not to be stopped', 2015 <https://euobserver.com/migration/131363>
36. Meer at al., „Examining ‘Postmulticultural’ and Civic Turns in the Netherlands“, *Britain, Germany, and Denmark, American Behavioral Scientist*, 2015, Vol. 59, No. 6, pp. 702 –726
37. Mosher, R.M., *Speaking Together: exploring discourses of ‘Dutchness’ in language learning, voluntarism, and active citizenship*, York University Toronto, Ontario, 2015
38. Nielsen, D., „Rationalization, Transformations of Consciousness and Intercivilizational Encounters, Reflections on Benjamin Nelson’s Sociology of Civilizations“, in: Arjomand S.A., Tiryakian E.A. (eds.) *Rethinking Civilizational Analysis*, SAGE Studies in International Sociology, 2004, No. 52, pp. 119-131
39. Penninx, R., „After the Fortuyn and Van Gogh Murders: Is the Dutch Integration Model in Disarray?“, Lecture in the International Seminar for Experts „Integrating Migrants in Europe – Comparing the Different National Approaches“, organised by the Cicero Foundation in the series Great Debates, Paris, 2005
40. Prak, M., „Economy and Society: The Dutch Republic in the Seventeenth Century. The Culture of Prosperity“, in *A World Transformed: Studies in the History of Capitalism History of Capitalism*, 2016, Vol. 2, pp. 12-21
41. Rajaram, P., „Whose Migration Crisis is? Editorial Introduction Intersections“, *East European Journal of Society and Politics*, 2016, Vol. 2, No. 4, pp. 5-10
42. Selm, J., *Migration in the Netherlands: Rhetoric and Perceived Reality Challenge Dutch Tolerance*, Migration Policy Institute, 2019 <https://www.migrationpolicy.org/article/migration-netherlands-rhetoric-and-perceived-reality-challenge-dutch-tolerance>
43. Scholten, P., *Framing Immigrant Integration. Dutch Research-Policy Dialogues in*
44. *Comparative Perspective*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2011
- a. Scholten, P., R. Holzacker, „Bonding, Bridging and Ethnic Minorities in The Netherlands: Changing discourses in a changing nation“, *Nations and nationalism*, 2009, Vol. 15, No. 1, pp. 81-100
45. Sholten, P., „The Dutch Multicultural Myth, in *Challenging Multiculturalism Europe Models of Diversity*, Edinburg University Press, Edinburg, 2013, pp. 97–119
46. Scholten, P., „Between National Models and Multi-Level Decoupling: The Pursuit of Multi-Level Governance in Dutch and UK Policies Towards Migrant Incorporation“, *Migration & Integration*, 2016, Vol. 17, pp. 973–994
47. Schrover, M., „Pillarization, Multiculturalism and Cultural Freezing. Dutch Migration History and the Enforcement of Essentialist Ideas“, *BMGN – Low Countries Historical Review*, 2010, Vol. 125, No. 2-3, pp. 329–354
48. Smith, J., *Debating civilisations interrogating civilisational analysis in a global age*, Manchester University Press, Manchester, 2017
49. Spiegel, P., *Financial Times*, „Refugee influx threatens fall of EU, warns Dutch PM“, Nov 26, 2015 <https://www.ft.com/content/659694fe-9440-11e5-b190-291e94b77c8f>

50. Tibi B., *Islam between Culture and Politics*, Palgrave Macmillian, London, 2001
51. Venterink, L. H., *Orientalist Discourses in Dutch Politics: The Refugee Crisis*, MA Religion, Conflict and Globalization, Rijksuniversiteit Groningen, 2018 <https://ggw.studenttheses.ub.rug.nl/382/>
52. Versteeg, P., *The discovery of Dutch identity. A critical exploration*, VU University Amsterdam, 2015, <https://www.researchgate.net/publication/276082946>
53. Wodak, R., „Discourse and European Integration“, MIM Working Papers Series, Vol. 18, No 1, 2018, pp. 1-32
54. VVD, *Lees hier de brief van Mark*, 2017, <https://www.vvd.nl/nieuws/lees-hier-de-brief-van-mark/>
55. Uitermark J., *Dynamics of Power in Dutch Integration Politics. From Accommodation to Confrontation*, Amsterdam University Press, Amsterdam, 2012
56. Yoffe L., „The Leader in Both Directions: Retracing the history of immigration and integration policies in the Netherlands“, (Part 2), 2014 https://www.waseda.jp/fcom/soc/assets/uploads/2015/01/bun41-42_05.pdf

Рецензент: гл.ас. д-р Волета Тончева-Златкова

ЕДИН КАЗУС НА ПРОТИВОРЕЧИЯТА МЕЖДУ ОБЩИНСКАТА АДМИНИСТРАЦИЯ И ГРАЖДАНСКОТО ОБЩЕСТВО, ОТНОСНО ПАРКИРАНЕТО В СТОЛИЦАТА

Стоян Иванов Димитров
докторант в катедра „Икономическа социология“

c.dimitrov@unwe.bg

Резюме: Разглежда се проблемът с паркирането в центъра и широкия център. Анализират се противоречивите отношения между живеещите там и общинската администрация, която се опитва чрез ограничаване на свободното паркиране да синхронизира интересите на различните заинтересовани социални групи. Разглежда се историята и решаването на конкретен казус от различните нива на съдебната система, свързан със завеждането на съдебен иск срещу столична община от група обитатели на центъра, с мотива че са дискриминирани от общината. Показва се възникването на гражданско общество за решаване на проблемите с паркирането в центъра и широкия център. Изследва се динамиката на взаимодействие на гражданското общество, Столична община и българското право.

Ключови думи: гражданско общество, Столична община, паркиране в центъра и широкия център, българска правна система

A CASE OF CONTRADICTIONS BETWEEN THE MUNICIPAL ADMINISTRATION AND CIVIL SOCIETY REGARDING PARKING IN THE CAPITAL

Stoyan Ivanov Dimitrov

Summary: The problem of parking with the center and the wide center is considered. The contradictory relations between the people living there and the municipal administration are analyzed where the administration is trying to restrict free parking in order to synchronize the interests of different stakeholders. There is presentation of the history and the resolution of a specific case from different levels of the judiciary system related to the filing of a lawsuit against a Sofia municipality by a group residents of the center, on the grounds that they are discriminated against by the municipality. It shows the emergence of civil society involved in the the problems of parking in the center and the wide center. The dynamics of interaction of civil society, Sofia Municipality and Bulgarian law is examined.

Keywords: civil society, Sofia Municipality, parking in the center and the wide center, the Bulgarian legal system

Въведение: Парадоксът с паркирането в центъра и широкия център

В гр. София има следния парадокс по местоживеене. От една страна собствениците и обитателите на центъра са в привилегировано отношение спрямо тези от кварталите, тъй като жилищата в центъра са по скъпи, най-важните социални институции са в центъра, даването под наем на жилища е на по-висока цена и пр. От друга страна, обитаващите в центъра и широкия център са в непривилегировано положение спрямо тези от кварталите относно един много важен и социално значим проблем – паркирането. Възможностите на живеещите в центъра и широкия център за паркиране са многократно по малки в сравнение с живеещите в кварталите. Причините за това са много: по-голяма гъстота на населението в центъра и широкия център, по тесни улици, липса на паркинги, прекалено голямо движение по улиците, паркиране на автомобили на живеещи в кварталите, но работещи в центъра софийски жители и пр. Това неравенство създава разбираемо възмущение на живеещите в центъра и широкия център.

Столична община прави усилия за решаване на проблема с паркирането в центъра и широкия център – например ограничаване на свободното паркиране. Тези усилия не винаги са адекватни. А дори и да са адекватни, пак предизвикват недоволство в гражданите от центъра и широкия център. Ето гражданите често водят дела срещу общината в различните институции на съдебната система. От известно време в тези „битки“ между гражданството и Столична община се включват и неправителствени организации.

Каква е историята на възникване на казуса с паркирането по местоживеене в централна градска част?

1. Казусът с паркирането по местоживеене в централна градска част

За пръв път ограничение във свободното паркиране на моторните превозни средства в централните части на София – „Синя зона“, е въведено с Решение № 5, по протокол № 38 от 26.01.1998 г. на Столичен общински съвет и в последствие с поредица от решения се разширява (същите могат да се намерят в архива на СОС). Разрешено е паркирането на автомобилите, но само срещу заплащане, с цел намаляване на прекомерно натоварения трафик. Получава се обаче един казус, който и досега не може да бъде преодолян с приемливо за страните решение. А именно какво правим с притежателите на автомобили живеещи в централната част на столицата? За да се спази нормативния акт на Столична община, а именно Наредбата за организация на движението на територията на Столична община, живущите в границите на зоната също трябва да заплащат паркирането си на час, като и времетраенето му е ограничено от 2 до 4 часа в зависимост от зоната.

Предвид протестите на гражданите и търсейки социален баланс, Столичния общински съвет приема режим на платено преференциално паркиране за притежателите на МПС живеещи по постоянен адрес в централните части на столицата. Издава се винетен стикер срещу годишна цена, на живеещите постоянно в рамките на зоните за платено почасово паркиране, даващ право на неограничено във времето паркиране на личните автомобили в близост до жилището им.

Гражданите обаче недоволни от нееднаквото третиране в сравнение с живущите в крайните квартали на столицата, които не заплащат за домуването на автомобилите си завеждат съдебен иск срещу столична община с мотива че са дискриминирани от общината. Върховният административен съд отменя режима на платено преференциално паркиране в НОДТСО, като незаконосъобразен, тъй като създава привилегировано третиране на група граждани. Тоест всички граждани на столицата са със равни права и щом гостите и/или живущите в крайните квартали заплащат паркирането си в зоните почасово, то и гражданите живеещи постоянно в центъра също трябва да ги заплащат в еднакъв размер!?

„Никаква законова разпоредба, обаче, не дава право на административен орган да въвежда безрочно право на платено паркиране в т.нар. „синя зона“, и да въвежда „преференции“ или привилегии за живеещите в тази зона, поради което и като е сторил обратното, СОС е приел един незаконосъобразен нормативен акт.“¹

Стига се до парадокса, че тъй като ВАС отменя режима на платеното преференциално паркиране на МПС по постоянно местоживеене, гражданите отново са във ситуация на платено паркиране на автомобилите си на час до дома си!?

2. Дефиниране на проблема с паркирането в центъра на София

Понастоящем проблемът с паркирането в столицата е изключително актуален и значим. Паркирането на личните автомобили е извънредно затруднено. Така е в границите на цялата столица. Но особено затруднено е паркирането в центъра и широкия център. Причината е, че в центъра и широкия център работят много от жителите на столицата, а също и от област София. Работят дори и хора от други области. Всяка сутрин те се насочват към работните си места. Много от тях предпочитат за целта да използват личните си автомобили. Освен това в центъра и широкия център са разположени много от централните държавни институции, а също и институциите на общинското управление. Разположени са и офисите на много фирми. Така че освен работещите в тези институции и фирми, към центъра и широкия център всеки ден се насочва и голям поток от клиенти, които също се стремят да използват с личните си автомобили.

В центъра и широкия център, обаче възможностите за паркиране са твърде ограничени. Градското устройство на София е планирано, когато моторните средства за придвижване са били изключение. Жителите на столицата са били десетки пъти по-малко от сегашните. Никой не е очаквал сегашното многобройно население и изобилието на лични автомобили. За съжаление обаче пътищата по които трябва да се движат тези моторни превозни средства са претърпели изменение само по отношение на настилката – асфалтирани са, но по отношение на тяхната пропускателна възможност постиженията са скромни.

Особено в централната градска част на столицата ширината на пътищата се е запазила същата от царско време, тоест съвсем тесни непозволяващи дори разминаване на две транспортни средства по тях, особено тези които са предназначени за превоз на товари. Стига се до парадокса да загубиш

¹ Решение № 15599 от 17.12.2009 г. на Върховен административен съд, стр. 4.

твърде много време за да достигнеш дадена институция, сравнено с времето необходимо за извършване на административната услуга. Проблемът придобива трагичен оттенък, когато даден автомобил за бърза медицинска помощ не можеше да достигне до специализираното лечебно заведение. Върху тези тесни улици паркират не само жителите на гъсто заселените централни райони, но и работещите в центъра и широкия център, клиентите на институциите и фирмите, товарните автомобили на фирмите за снабдяване и пр.

Проблемът е че милионите лични автомобили не могат да бъдат паркирани по централните градски части по липса на достатъчно пространство за това. За да се осигури такова пространство е необходимо разрушаване на много сграден фонд а за това са необходими огромни инвестиции. А и проблемът с паркирането в София не е изключение, напротив и в другите европейски столици съществува подобна ситуация.

Подземни и надземни многоетажни паркинги не са били планирани нито преди 9.09.1944 год., нито след това, по време на бързото увеличаване на столичното население, чрез строежа на квартали с панелни жилища.

В тези квартали, проблемът с паркирането не е така драматичен, както в центъра и широкия център, поради проектирането на открити паркинги в междублоковите пространства.

Сериозните проблеми за паркиране създават напрежение в столичното население. Създават противоречия между обитаващите центъра и широкия център и работещите в тези райони, които използват личните си автомобили. Големият брой фирми, административни сгради държавни и общински, търговски вериги, банки и пр., обуславят струпването на служители, работници и клиенти в централна градска част. В същото време живущите в тези райони не могат да оставят автомобила си до дома си, поради вече заетите паркоместа от приходящи пътни превозни средства от крайните квартали на столицата.

3. Начало на конфликта. Изявен конфликт

С въвеждането на кратковременното почасово паркиране от столичната общинска администрация е сложено началото на конфликтната ситуация. Първоначално приетата от Столичен общински съвет цена за 1 час паркиране е в размер на 1 лев в „синя зона“, а максималния престой е за не повече от 3 часа. С разширяването на зоните цената е вече 2 лева на час в „синя зона“, а за „зелена зона“ е 1 лев – времетраенето е за не повече от 2 часа в „синя зона“ и 4 часа за зелена зона.¹

Паркирането на автомобили в определената „синя зона“ не се допускат без заплащане. В наредбата не е предвидено право на преференциално паркиране за граждани по местоживеене без заплащане във времето на действие на режима „Синя зона“ – от 08.30 до 18.30 часа в делнични дни.²

Засегнати са финансовите интереси на гражданското общество по отношение на паркирането на автомобилите им. Предмета на спора е, че досега не са заплащали паркирането си на публични общински територии и съответно желаят да се запази този статут. Първоначално гражданите излагат жалбите си писмено или гласно по телефона до общината. Вербалните аргументации на терен са най – предпочитаното средство за убеждаване на противниковата страна. Появяват се изолирани случаи на упражнено насилие спрямо служителите отговарящи за контрола по почасовото паркиране.

За да не плаща за паркирания автомобил пред дома си на ул. „А. Кънчев“ гражданинът А. М. поставил надпис върху него „Живея в квартала!“ . Това подръчно средство обаче не го е спасило от принудителното преместване на автомобила му на наказателен паркинг – наложено поради незаплащане на цената за паркиране в „синя зона“. В жалбата си се оплаква, че общинските власти явно имат претенции той да живее в този квартал.³

¹ Т. 1 от Решение №73 от 17.12.2015 г. на Столичен общински съвет за определяне на цени във връзка с Наредба за организация на движението на територията на Столична община

² Чл. 47, т. 1 от Наредба за организация на движението на територията на Столична община(НОДТСО), приета на 19.05.2005 г. от Столичен общински съвет с Решение №322 по Протокол № 48, изменена и допълнена от СОС с Решение № 301 по Протокол № 14 / 12.06.2008 г., в съответствие с чл. 22 във връзка с чл. 21, ал. 1, т. 13 от закона за местното самоуправление и местната администрация(ЗМСМА) и чл. 23 във връзка с чл. 19, ал. 1 от закона за пътищата, кметът на Столична община е издал Заповед РД – 09 – 3412 / 16.06.2008 г.

³ Жалба № 876 07 от 09.07.2007 г. при „Център за градска мобилност“ ЕАД.

Г-жа М. Р. протестира срещу принудителното задържане на ППС с поставеното му техническо средство тип „скоба“, като настоява да и се върнат парите за него, тъй като тя живее постоянно в района на зоната за почасово платено паркиране. Жалбата не е удовлетворена. В наредбата (НОДТСО) към него момент не е предвидено право на преференциално паркиране за граждани по местоживеене.¹

До намиране на социално приемливо решение за паркиране на автомобилите по местоживеене, се е допускало по изключение паркиране без заплащане при спазване на определени условия – поставен зад предното стъкло на автомобила копие на регистрационния му талон.²

През втората половина на 2008 г. Столичния общински съвет изменя Наредбата за организация на движението на територията на Столична община като добавя нов раздел за платено преференциално паркиране на ППС по постоянен адрес на собствениците им. Определена е годишна цена на услугата в размер на 70 лева срещу която се издава винетен стикер удостоверяващ правото на жителите по постоянен адрес да паркират автомобила си в близост до дома си – неограничено време.³

Според общината еднократната годишна цена за ползването на услугата платено паркиране на ППС по постоянен адрес на местоживеене е символична, в сравнение с размера на сумата, която гражданите живущи в централната част на столицата биха плащали ако попадат в общия режим на почасово платено паркиране. Тази годишна цена би могла да бъде приблизително 3 000 лева – изчислена на база 1 лев за час паркиране в рамките на платената зона във времеви интервал от 8.30 до 18.30 часа в работни дни.

Мотивите на Столичен общински съвет за определяне на преференциалния размер на цените за паркиране на ППС на живущите в зоните е, че не са гарантирани постоянно свободни места за паркиране, възможно най-близко до жилищата им и, че не през цялото време на режима на зоните се ползват същите, както и историческата онаследеност на липса на достатъчно гаражи и паркинги.

Общинското ръководство счита, че с въвеждането на платеното паркиране по постоянен адрес и определяне на символична такса за това право, ще се постигне баланс между интересите на лицата, живеещи в зоната с ограничения за паркиране и престой от една страна, и интересите на тези граждани или гости на столицата, които посещават въпросната зона с други цели (работа, образование, лечение, туризъм и т.н.). Този баланс следва да е разрешен справедливо с оглед интересите на тези лица, на които ежедневно, денонощно и целогодишно им се налага да оставят автомобилите си в зона за кратковременно платено паркиране, докато за категорията на краткотрайно паркиращите е характерен по-кратък престой, както и възможност за избор – собствен или обществен превоз.

Приемането от общинската администрация на преференциални цени за паркирането, не е приемливо за живеещите постоянно в централна градска част, понеже те смятат, че са дискриминирани спрямо живущите от крайните квартали. Гражданското общество заема непримирима позиция спрямо общината, като контраатакува нейните решения в съда.

Г-н Ц. В. възразява срещу въведеното платено преференциално паркиране по местоживеене на 24.07.2008 г. с решение № 460 на Столичен общински съвет, като заявява, че ще предприеме мерки пред отговорните институции за отмяната му.⁴

Г-н Й. П., М. Б. възразяват срещу принудителното задържане на автомобилите им, чрез поставеното техническо средство тип „скоба“ с мотива, че живеят постоянно в квартала попадащ в границите на „синя зона“. Жалбата им не е удовлетворена тъй като те не са заплатили цената за паркирането си на час в зоната за платено паркиране, нито са заплатили годишната еднократна цена за винетен стикер по постоянно местоживеене.⁵

През 2008 г. Ц. И. В. подава съдебен иск срещу Столична община по адм. д. № 5779/2008 г. в Административен съд – София-град. Съдебното дело е за оспорване на Наредбата за изменение и допълнение на Наредбата за организация на движението на територията на Столична община, приета с Решение № 460/24.07.2008 г. по протокол № 17 от същата дата от Столичния общински съвет (СОС), с която е създаден нов раздел 2.3 „Режим на платено преференциално паркиране на ППС по

¹ Жалба с вх. № 333 от 04.07.2008 г. при „Център за градска мобилност“ ЕАД.

² Писмо с рег. индекс 9300 – 587 / 13.06.2007 г. на Кмета на Столична община.

³ Чл. 51а, Раздел 2.3. Режим на платено преференциално паркиране на ППС по постоянен адрес от НОДТСО, доб. с Решение № 460 по протокол №17 от 24.07.2008 г.

⁴ Ж. с вх. № 468 от 12.09.2008 г. при „Център за градска мобилност“ ЕАД, водеща се с рег. индекс 94 – Ц – 3105 / 10.09.2008г. при Столична община.

⁵ Ж. с вх. № 480 от 19.09.2008 г./ и /Ж. с вх. № 492 от 29.09.2008 г. при „Център за градска мобилност“ ЕАД.

постоянен адрес на собствениците им. Тъй като губи делото в Административния съд Ц. И. В. обжалва във Върховния административен съд. ВАС с Решение № 15599 от 17.12.2009 г. ОТМЕНЯ Наредба за изменение и допълнение на Наредба за организация на движението на територията на Столична община, приета с Решение № 460 по Протокол № 17 от 24.07.2008 г. на Столичен общински съвет, с която е създаден нов раздел 2.3 „Режим на платено преференциално паркиране на ППС по постоянен адрес“ и Приложения № 14 и № 15 към нея. Решението е окончателно и не подлежи на обжалване.

Съдебното дело е спечелено от гражданите, но резултатът е негативен за тях тъй като с отмяната на раздела за платеното преференциално паркиране по местоживеене, съдът се произнася, че гражданите живеещи постоянно в центъра трябва да заплащат за паркирането си по общия ред, тоест на час. И гражданството сега започва да подава жалби с обратен знак – иска да им се даде възможност да си закупват винетен стикер за паркиране по местоживеене – разбираемо е тъй като елементарните финансови сметки показват, че е по добре да платиш сто лева отколкото няколко хиляди.

Г-жа С. М. констатира в своето писмо, че липсва „преференциално паркиране на живеещите в „синя зона“ и тя счита, че е дискриминирана от общината като е принудена да заплаща на общо основание паркирането на автомобила пред дома си.¹

Г-жа Л. Д. в писмото си се оплаква, че трябва да заплаща цена за паркиране на ППС до дома си на общо основание. Тя счита че общината „нехае“ за решаване на този проблем и също, че „нехайството е умишлено, с оглед по-продължителното наливане на средства в бюджета за сметка на все по-обедняващия данъкоплатец“.²

През 2012 г. Столичния общински съвет с решение № 148 по Протокол № 12 от 22.03.2012 г. изменя Наредба за организация на движението на територията на Столична община, като добавя раздел Режим на локално платено паркиране на ППС на собственици на жилищни имоти, попадащи в зоните за почасово платено паркиране. Паркирането на автомобилите е вече в конкретна подзона, в която се намира съответния жилищен имот. Зоните са разширени като освен „синя зона“ е определена и „зелена зона“ за почасово платено паркиране. Годишната цена за винетен стикер е в размер на 150 лева, а за „зелена зона“ – 100 лева.

Интересно е писмото на г-н К. Н. до местната изпълнителна власт на Столицата, в което той заявява, че не очаква отговор. Същият се жалва срещу определените с приетите от СОС изменения в Наредба за организация на движението на територията на Столична община /НОДТСО/ такси за локално паркиране на ППС по адрес на собственост на жилища на гражданите в зоните за платено паркиране, след като измененията в наредбата са вече приети от СОС, както и срещу всички останали по-високи такси, които трябва да плаща, защото живее в центъра („Идеалният център“).

Господин К. Н. изразява своята гражданска позиция и неудовлетвореност от живота в центъра на столицата, като счита, че да се живее в центъра не е предимство, защото са въведени голям брой високи обременителни такси, а условията на живот съвсем не са с високо качество.

В „лирично“ отклонение жалбоподателят отправя критики към местната изпълнителна власт на столицата относно логиката, която я ръководи при вземането на решения и поставя въпроса дали тази логика е една за всички решения?³

В този етап конфликта навлиза в острата си фаза, понеже гражданското общество събира всичките си сили привличайки на своя страна и неправителствените организации.

По повод изменението на Наредбата /НОДТСО/ с Решение №148 от 22.03.2012 г. на Столичен общински съвет, в Административен съд- София град е образувано съдебно производство по жалби на Сдружение „Гражданско движение Днес – Общество срещу произвола“, Сдружение „Гражданско движение Днес“, М. А. Б., П. П. П., И. М. П., К. В. Н., Р. П. В., О. К. Кандулков, В. З. С., К. И. И., Р. И. Н., А. А. М., К. Х. К., [фирма] представлявана от управителя А. Д., М. Д. П.

С решение №1321 от 25.02.2013 г. Административен съд – София град ОТМЕНЯ Наредба за организация на движението на територията на Столична община. Столична община и „Център за градска мобилност“ ЕАД обжалват и с Решение № 15650 от 26.11.2013 г. Върховен административен съд с мотива, че липсва правен интерес от страна на ищите-неправителствени организации, ОБЕЗСИЛВА решение № 1321/ 25.02.2013 г. по адм. д.№ 5765/ 2012 г. по описа на Административен съд София – град, и прекратява съдебното производство.

¹ Ж. с вх. № Ж-195 от 01.04.2010 г при „Център за градска мобилност“ ЕАД.

² Ж. с вх. № 200 от 07.04.2010 г. при „Център за градска мобилност“ ЕАД.

³ Жалба 94-К-148/29.05.2012 г. при Столична община.

Гражданското общество губи битката с общинската власт, но въпреки това предлага интегративно решение чрез което всички страни да спечелят. През 2013 г. гражданско сдружение „Софийски обществен съвет“ прави предложение с внасянето на три доклада до Столична община относно решаването на проблема с паркирането на МПС.

„Една от основните каузи на сдружението е подпомагане на общинските органи в отстраняването на недоразуменията, произтичащи от определени текстове в НОДТСО, както и съдействие при изграждането на работеща обществено приета политика за решаване на проблема с паркирането на територията на града.“¹

От 28.06.2013 г. сдружението стартира инициатива за събиране на ПОДПИСКА за приемане на регламент в НОДТСО, според който автомобилите на гражданите, които живеят в зоните с платено паркиране да домуват в тях срещу равна законосъобразна такса, покриваща административните разходи по издаване на стикера. За периода юни – септември 2013 г. инициативата е подкрепена от над 930 граждани. Сдружението счита, че усилията на Столична община за намаляване трафика в централна градска част, трябва да се осъществява чрез прилагане на взаимно приемливи работещи механизми, които не накърняват достойнството на гражданите и демократичния принцип за тяхната равнопоставеност.

„Недопустимо е да се продължава стратегията за намаляване на трафика, по-чист въздух, пониско ниво на шума и подреденост с финансови рестрикции и санкциониране правата на „малка група хора“, без воля от отговорните органи за прилагане на съпътстващите мерки.

В заключение настояваме Общинският съвет да преразгледа тенденцията на решенията си по проблема до момента и да приеме предложението ни. Убедени сме, че то ще сложи край на дългогодишните експериментални промени на Раздел 2.3. от НОДТСО и ще гарантира неговата законосъобразност, устойчивост и ефективност при прилагането му. Основното достойнство на това решение ще бъде съчетаването на волята на местното гражданско общество с постигане на най-съществените цели в мотивите по разглеждания доклад.“²

Инженер Б. С. П. с постоянен адрес бул. „Витоша“ е подал предложение до председателя на ПК по Транспорт и туризъм при Столичен общински съвет, относно намаляване на такса „синя зона“ за живущите на пешеходната част на бул. „Витоша“. Гражданинът моли да се промени нормативната уредба в НОДТСО, с цел годишната такса за първи автомобил в размер на 150 лв. да се замени със себестойността на издавания винетен стикер, който според него е в рамките от 2 до 4 лева. Мотивите му са, че живущите в пешеходната зона на бул. „Витоша“ въобще не могат да стигат до жилището си с автомобила си, като са принудени да носят на ръце багаж, малки деца с колички, като понякога това е от доста отдалечено свободно паркомясто „синя зона“. Той смята, че заемането на паркоместата от живущите ще намали замърсяването на въздуха поради намаления оборот на приходящи автомобили. Дава за пример добра практика от Европейския съюз, като например в град Мюнхен живущите в централна градска част били освободени от такса за паркиране по местоживееене.³

4. Анализ на казуса за противоречията между обитаващите центъра на гр. София, столична община и българското право относно паркирането

Има ли неравнопоставеност относно възможностите за паркиране между живеещите в центъра и широкия център, от една страна и останалите софийски квартали? Показахме, че да, има! Това означава, че между тези два вида софийски граждани има неравенство относно един значим социален проблем – паркирането в близост на жилището. Ако живущите например в ж. к. „Люлин“ могат да паркират автомобилите си пред дома си безплатно, то техните съграждани на бул. „Христо Ботев“ го заплащат. Тоест софийските граждани, които са с равни права по конституция – без изключения, в действителност са неравнопоставени по териториален признак. Това социално неравенство на живущите в центъра се проявява и спрямо самите тях. Тези граждани, които са с настоящ адрес нямат право на паркиране до дома си дори при заплащане на преференциална такса, каквото право имат живущите по постоянен адрес в централна градска част.

¹ Доклад СО-9300-309/05.09.2013 г.

² Цитат от доклад на сдружение „Софийски обществен съвет“ до Столична община с Изх. номер: 24/11.09.2013 г.

³ Вх. № СОА17-ГР94-6137-РЕГИСТРИРАН НА 02.10.2017 г. в Столична община, рег. в „Център за градска мобилност“ ЕАД с вх. №8900/10.10.2017 г.

В процеса на социална диференциация са се оформили два пласта на софийското общество. За критерий на настъпилата социална стратификация в дадения случай, е послужило местоживеенето на субекта. Еднаквото третиране на индивидите по конкретно местоживеене оформя и съответната социална група в това общество. Групата на гражданите живеещи в центъра е разделена на две фракции, като тук признака за неравенството е наличието на постоянна регистрация по местоживеене.

Осъзнават ли двата вида граждани това неравенство? Да, осъзнават го. Живущите в кварталите не реагират на него, защото не са засегнати. Живущите в центъра и широкия център реагират много активно, тъй като това неравенство засяга жизнено важен за тях проблем. Те често прибегват до помощта на различни видове съд за да решат своите проблеми с общината. Реакцията на живущите в центъра и широкия център в началото е неадекватна – в резултат на съдебно дело спечелено от тях става връщане на изцяло платеното паркиране. Впоследствие те сравнително адекватно, макар и с превес на собствения интерес започват да координират взаимоотношенията с общинските власти.

На определен етап се намесват и неправителствените организации. Тъй като е нарушено еднаквото третиране на софийските граждани по отношение на паркирането на ППС пред дома им, Гражданските организации се намесват в защита на това нарушено тяхно право. Организираните подписки на гражданите за мнението им по този казус, провеждат се срещи със общинското ръководство с подаване на предложения и становища, внася се спора в съда. В голяма степен, обаче дейността им е безрезултатна и този казус е поредното потвърждение, че за да има функциониращо гражданско общество – трябва да има напълно развита демократична система на управление. Защото само в среда на плурализъм, е възможно мнението на гражданите да се взема под внимание. Възникването на гражданското общество в България след 10.11.1989 г. е факт, но този факт трябва да се тълкува с уговорки. Възниква гражданско общество, но кога ще се стигне до успешното му и пълноценно функциониране никой не може да каже.

Каква е оценката за правилността на взетите решения от общинската администрация относно платеното паркиране за жителите в централна градска част?

Обективният показател възприет за тази цел е количественият анализ на подадените писмени жалби през определен период (вж. Табл. 1). Ако през 2012 г. подадените жалби от физически и юридически лица са 875 броя, то през 2017 г. вече са 2611. Ръстът на увеличение за конкретния период от 6 години е 2,98 пъти. Тоест въпреки предприетите мерки за решаване на казуса с паркирането, недоволството на столичани прогресивно расте.

А каква е сравнителната оценка за правилността на взетите решения относно платеното паркиране за столичните ръководства на София и Дюселдорф – Федерална Република Германия?

За 2017 г. общия брой подадени жалби срещу въведените зони за почасово платено паркиране на МПС в София са 2611, а за 2018 г. в Дюселдорт са 1 000 броя (вж. Цит. лит. т. 6).

Таблица 1

Данни за количеството на подадените писмени жалби, сигнали и предложения касаещи зоните за почасово платено паркиране в София

Година	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Общ брой подадени възражения	875	988		1614	2225	2611

Как може да се определи дейността на различните видове и йерархични нива на българските съдилища по този казус? Може ли да се оцени като високо професионална или не? За какво говорят отмените на едни или други решения? Успява ли съдът да изиграе ролята на арбитър в решаване на неравенствата и сблъсъкът на интереси?

По начало правосъдната система се движи след настъпилите вече промени в общественото развитие. Социална трансформация след 1989 г. води до изменения в социума, за които законодателството не е пригодно. Това води до рязко понижаване на нейната ефективност, на професионализма, на ролята ѝ на арбитър. Но освен тази основна причина, според мен има още един важен момент за неефективността на правосъдната система. Това е преекспонираният модел за разделението на властите на Монтеско. От една страна независимостта на съда при разрешаването на даден спор е задължителен елемент от правилното му функциониране, но в нашата българска реалност откъсването на правораздавателните органи от обществения живот, води до асинхронност с динамиката на социалните трансформации. Ето защо по подобие на развитите демократични страни, и в България нараства ролята на гражданските организации като коректив на бюрократизиралата се

държавна система и особено на правната система. Обаче гражданските общности могат да действат само в реална плуралистична среда, в условията на развито гражданско съзнание сред широките маси, което в случая липсва. И се получава работа на празен ход, кръгово движение без възможност за изход. Една от най-големите бариери пред дейността на гражданските организации, заложени от българското право, е че пред съда не могат да защитават чужди права и законови интереси при липса на пълномощия и мандат.

Върховният административен съд има много интересно виждане, че Подаване на жалба срещу подзаконов нормативен акт принципно в интерес на обществото и правната сигурност е недопустимо, тъй като това разбиране било изоставено от законодателя, от правната теория и съдебната практика.

Къде остават тогава гражданските организации и движения бореци се за идеи и ценности? Къде е четвъртата власт служеща за коректив на неимоверно разрасналата се бюрократична държавна администрация?

Видно е, че за да стане ефективна дейността на НПО-тата в защита на гражданските права и интереси пред съда, са необходими промени в самото законодателство.

Заклучение

Казусът с противоречията между обитаващите центъра на гр. София, Столична община и българското право показва, че в България постепенно се формира гражданско общество, което активно отстоява правата си както пред държавните институции (в случая Столична община), така и пред българската правосъдна система. Показва още, че за съжаление българската правосъдна система все още не може да действа ефективно и компетентно. Показва и че гражданските организации вече се ангажират с реалните проблеми на гражданите. Което е много важен момент в тяхната еволюция.

Използвана литература

1. Информация за жалби и предложения на граждани – Столична община, „Център за градска мобилност“ ЕАД, дирекция „Мобилност и паркиране“ с ограничение 2017 г. включително.
2. Наредба за организация на движението на територията на Столична община
3. Решение № 1321 от 25.02.2013 г. на Административен съд – София град
4. Решение № 15599 от 17.12.2009 г. на Върховен административен съд
5. Решение № 15650 от 26.11.2013 г. на Върховен административен съд
6. Решение № 2 от 20.03.2009 г. на Административен съд – София-град
7. Цитираните данни са получени чрез официална кореспонденция по ел. поща: Столица Дюселдорф, провинция Северен Рейн – Вестфалия, Федерална Република Германия, Офис за управление на трафика, Регулиране и контрол на движението, както и управление на паркоместа, Началник на отдел г-н Томас Грошейнрих. Thomas Großheinrich, Landeshauptstadt Düsseldorf, Der Oberbürgermeister, Amt für Verkehrsmanagement, Verkehrsregelung und -lenkung sowie Parkraumbewirtschaftung, Sachgebietsleiter.

Рецензент: гл.ас. д-р Даниела Кръстева

ДЖЕНДЪР НЕРАВЕНСТВА НА ПАЗАРА НА ТРУДА

Тереза Иванова Трайкова
докторант в катедра „Икономическа социология“, УНСС

terezatraykova91@gmail.com

Резюме: В настоящата статия ще се разгледа джендър неравенството на пазара на труда. За тази цел ще се изясни кога е възникнало то, по какъв начин са го възприемали различни древногръцки философи и автори. Ще се обърне специално внимание на това каква е неговата същност. Ще бъдат изяснени и понятия като трудова дискриминация и джендър стереотип. Обект на статията ще бъдат и влиянията на джендър неравенствата върху двата пола на пазара на труда. Посредством анализ ще бъдат представени неговите негативни последици върху тях.

Настоящата статия няма претенции за изчерпателност и е ориентирана към представяне на базови знания за този феномен.

Ключови думи: джендър, пол, джендър неравенство, пазар на труда, трудова дискриминация, джендър стереотипи

GENDER INEQUALITIES IN THE LABOR MARKET

Tereza Ivanova Traykova

Abstract: This article will look at gender inequality in the labor market. To this end, it will be clarified when it originated, how it was perceived by various ancient Greek philosophers and authors. Special attention will be paid to its essence. Concepts such as labor discrimination and gender stereotypes will also be clarified. The subject of the article will be the effects of gender inequalities on both sexes in the labor market. Its negative effects on them will be presented through analysis.

This article does not claim to be exhaustive and is aimed at presenting basic knowledge about this phenomenon.

Keywords: gender, gender inequality, labor market, labor discrimination, gender stereotypes

Въведение

През последните години терминът „джендър“ е особено актуален, макар да се използва с грешна конотация в обществото. В последващата статия ще се разгледа джендър неравенството на пазара на труда. То несъмнено съществува и има своето негативно влияние върху представителите на двата пола. Не само на пазара на труда в България, но в целия свят. Джендър неравенството придобива все по-голяма популярност и с всеки изминал ден се открива в различни сфери на живота. Правят се редица изследвания за неговата същност, мащаб и последици. Много автори, социолози, културолози и антрополози се занимават с този феномен, още от Древността. Проблемът е актуален и мащабен. Не бива да се подминава от обществото с лека ръка, тъй като крие своите особености и тъмни страни.

1. Джендър неравенство на пазара на труда

1.1. Дефиниране на понятието „джендър“

Английската дума „gender“ (джендър) произлиза от латинската „genus“, която означава „род“.¹ В научната литература като синоними се употребяват понятията „социален пол“, „родов пол“ и „род“. Чрез понятието „джендър“ се проследява ролята, идентичността и различията в дейността на мъжете и жените, които зависят не от биологичните различия между тях, а от социалната организация на обществото.²

¹ Якова, И., Н. Йонкова, Социология на пола, изд. „Неофит Рилски“, 2012, с.26

² Стойчева, В., К. Котларска, Да преподаваме джендър равенство. Помагало за учители, изд. „ПИК“, ВТ., 2006, с.26

1.2. Възникване на джендър неравенството

Още от Древна Елада произлизат две разбирания за ролите на мъжете и жените в дадено общество. Те са изразени от най-влиятелните древногръцки философи, а именно Платон и Аристотел. Те са учител и ученик, но имат коренно различни виждания за женския пол и неговите функции в обществото. Различното им мнение е свързано с противоположните им схващания за джендър неравенството като феномен. Според Платон човешката душа няма пол, т.е. жените и мъжете не се различават според своите способности. Те са еднакви по природа. Само това, че се възприемат като същества от различен пол ги различава и физически. Това е причината в идеалната държава според Платон, жените да имат възможност да заемат равни с на мъжете социални роли. При условие, че получат образование, обучение и възможности да се реализират. Според него единствено физическите характеристики на жените могат да оправдаят различието в ролята им в обществото. Аристотел от своя страна смята, че неговия учител грешил. Той не възприема идеята за равенство между половете. Според него „мъжете са по-висши по природа и това няма как да бъде заличено от опити за образователно изравняване на половете“. Аристотел твърди, че жените са по-слабият и физически и душевно пол. Той поддържа идеята, че ролята на жената се определя от естествените ѝ качества. Философът смята, че „женската душа притежава качества, които са приписани на женското тяло“. Това се явява причината жената да е неспособна да участва наравно с мъжа в управлението. Основната функция на жената е репродуктивната. За мъжа от своя страна остават всички дейности, които се извършват извън пределите на дома, като едно от тях е политиката. Според Аристотел жените не притежават граждански права, защото не са граждани, което означава, че не могат да заемат участие в управлението на държавните дела.

Римското право приписва на жените по-нисък статус в обществото. Жените не се радват на равни права нито в домовете си, нито в обществото. Семейното право на римляните разглежда мъжа като пълен господар в семейството, а жената е третирана като негова собственост. Това без съмнение я прави подчинена на неговата воля. Жената няма никакво право на дял от семейната собственост, а наследството ѝ става собственост на нейния съпруг. Римските принципи, които са съчетани с разбиранията на древногръцките философи намират своето отражение в ранното християнство. Идеята за подчинената роля на жените в обществения живот вече има своята роля и в християнския свят. Августин Блажени твърди, че подчинената роля на жените е част от естествен ред, според който в човешкото общество е справедливо по-нисшият да служи на по-висшия. Според Августин мъжете превъзхождат жените по разум, което означава, че трябва да ги превъзхождат и по власт.

В епохата на ранното Средновековие отново се приема схващането на Аристотел, че мъжът има основна роля в акта на зачеване, а жената дава възможност на плода да се развие. По-късно Тома Аквински свързва голяма част от идеите на Аристотел с християнските догми. Той приема схващането, че жените са „дефектни“. Според Аквински както Господ е първоизточник и цел на човека и цялото Творение, така и мъжът е първоизточник и цел на жената.

Разбирането за подчинената роля на жената доминира през цялото Средновековие. То без съмнение поражда предразсъдъка, че политическите и публичните дейности не могат да бъдат изпълнявани от жените.¹

Едва в буржоазното общество е края на XVIII век започва открито да се говори за равни права за представителките на „нежния“ пол. Буржоазното общество първоначално не допуска жените да бъдат конкуренти на мъжете в производствения процес. Те са изключени от много икономически, политически и лични решения. По това време жените нямат равен достъп до собствеността си, нямат образователни възможности, също така да подписват договори и да приемат каквато и да е било работа без съгласието на мъжете си. В този период работничките, които получават по-ниско заплащане за труда си и са експлоатирани отправят първите си публични искания за изравняване на правата и възможностите на жените с тези на мъжете. По това време жените сами си създават обществени ниши, в които упражняват икономическо и политическо влияние в обществото.²

В днешно време жените отново са обект на дискриминация, която е пряко свързана и е в следствие от джендър неравенството. Джендър неравенството без съмнение съществува във всички слоеве на обществото. То е актуален проблем, който не бива да се negliжира. Неговото проявление на пазара на труда в България и в световен мащаб не бива да бъде пренебрегвано.

¹ Wollstonecraft, M, Vindication of the Rights of Woman, New York, Bartleby, 1999., p.19

² Раянова, К., Правата на жените в системата на правата на човека, УИ „Ангел Кънчев“, Р., 2014, с.36

1.3. Дефиниране на джендър неравенството на пазара на труда

Проблемът с неравенствата и в частност джендър неравенствата е широкоспектърен и разпространен из целият свят. В своята същност „джендър неравенство“ означава неравнопоставеност между половете. Неравенство между представителите на двата пола се наблюдава в почти всички области на обществения живот, като то има огромно отражение в пазара на труда. Там то заема централна роля.

По същество джендър неравенството на пазара на труда представлява неравното третиране на мъжете и жените на него.

1.4. Последници от джендър неравенството на пазара на труда

1.4.1. Различните нива на достъп до пазара на труда и професиите

Те са свързани с факта, че някои жени имат по-ниски шансове за достъп до определени професии, спрямо мъжете. Това се случва поради определени предразсъдъци на обществото. Някои професии са определени като строго „женски“ или „строго мъжки“. Това прави достъпа на противоположния пол до определената професия затруднен. В обществото се приема, че една жена не може да изпълнява ролята на шофьор на тир, или миньор. Определени професии не са подходящи за жени, поради факта, че те са по-слабия физически пол. За типично „женски“ професии се приемат фризьор, маникюрист, хигиенист и т.н. Професиите, които са свързани с полагане на грижи за деца и възрастни също се възприемат като типично „женски“.

1.4.2. Различният достъп до възможности

Този различен достъп се изразява в това, че на жените рядко им се предоставят такива възможности, за разлика от на мъжете. По презумпция работодателите са по-благоклонни към мъжете по отношение на отдаване на различни възможности за реализация на работното място. В огромна част от случаите те считат, че един мъж би се справил много по-добре от жена, която би заела същата позиция. Възможността за израстване в кариерата за жалост се отдава, като отново работодателя се води от различни предразсъдъци, които са свързани с пола.

1.4.3. Трудова дискриминация

Дискриминацията по същество се възприема като негативно отношение към отделните лица или групи, която е основана на различни характеристики, като едната от тях е пола. Самият акт на дискриминация, както Колинс твърди може да бъде таен или открит, инцидентен или системен.¹

Дискриминацията, свързана с признака „пол“ е свързана с факта, че даден индивид е или мъж или жена. По правило тази дискриминация засяга жени, които получават по-неблагоприятно третиране в сравнение с мъже, но това не е валидно за абсолютно всички ситуации, в които попадат половете при своя „престой“ на пазара на труда. Мъжете също могат да бъдат дискриминирани, като това се случва от определени работодатели.

Този тип дискриминация често е в резултат на определени полови стереотипи и предразсъдъци, които са следствие от различните културни, социални, религиозни и исторически възприятия за ролята на мъжа и жената в обществото.

По същество трудовата дискриминация е сериозен проблем на пазара на труда. Този проблем не бива да бъде замаскиран и пренебрегван. Той води до различни последици за представителите на двата пола. Част от тези последици са липса на мотивация, занижаване на собственото самочувствие, неувереност, напрежение и т.н. В следствие на това служителите не се чувстват комфортно на своето работно място.

1.4.4. Невъзможен достъп до определени работни позиции

Представлява точно този ограничен достъп, който работодателите налагат, поради предразсъдъците си към двата пола. Те възприемат определени професии и задължения като строго „мъжки“ или строго „женски“. Това им разбираше ги кара да не дават възможност на мъжете или жените да получат достъп до определени работни позиции.

¹ COLLINS. Большой толковый социологический словарь. Т. I, АСТ, М., 1999, с. 182

1.4.5. Уволнение поради бременност

От уволнение поради бременност вероятно са пострадали доста жени, преди то да бъде забранено на работодателите. Директива 92/85 на Европейският съюз забранява уволняването на служителки в периода от началото на бременността до края на отпуската по майчинство. Тази директива обаче не ги защитава при съкращаване на персонала. Бременните и кърмачките не са с привилегии при това положение. Тогава работодателят има право да уволни бременната жена или кърмачката.¹

Кодексът на труда от своя страна предвижда в своя **чл.309**, че когато бременна жена или кърмачка, както и служителка в напреднал стадии на лечение ин-витро изпълнява неподходяща за здравето ѝ работа, работодателят трябва да предприеме необходимите мерки за временно приспособяване на условията на труд, като целта е да се опази здравословното състояние на служителката.²

1.4.6. Липса на промяна в трудовото възнаграждение

Следващата ситуация, която се наблюдава при трудовата дискриминация като част от джендър неравенството е и липсата на промяна в трудовото възнаграждение. Промяната в трудовото възнаграждение е много важен фактор за мотивиране на персонала. Тук отново жените са потърпевшите за сметка на мъжете.

1.4.7. Различно отношение при даването на възможности за преквалификация

То се изразява в привилегироването на мъжете за сметка на жените при възможност за издигане в йерархията. Масова практика е работодателите дори да не дават шанс на млади жени да започнат работа в тяхното дружество поради факта, че още не са семейни или не са се възпроизвели. Всъщност възможността за бъдещо раждане е една от най-големите причини жените да бъдат дискриминирани на пазара на труда и да бъде ограничен техния достъп до него.

В световен мащаб жените са по-малко склонни от мъжете да участват на пазара на труда. Често те избират работа, която да им позволява да се грижат за децата си. Това им налага да се съобразяват с работното си място и времето, за което могат да полагат труд. За да може една жена да изпълнява социалните си роли на майка и служителка на пазара на труда, тя трябва да се съобразява с редица фактори. Работното място и работното време, са най-важните от тях. Това се засилва, в случай когато майката няма на кого да разчита, за да се погрижи за детето/децата ѝ докато тя е на работа. Не винаги бабите и дядовците са на разположение за оказване на такава помощ. По презумпция в съвременното общество жените носят по-тежък товар за домашната работа и отглеждането на децата от мъжете. Това потвърждават и Алла Кирова и Капка Стоянова като твърдят, че „основната функция на жените е да извършват репродуктивна работа, т.е. работата, свързана с грижи за семейството – домакинска работа, домашно стопанство, раждане и отглеждане на деца, грижи за болни и възрастни членове на семейството.“³

Жените са водещи и в грижите за възрастни и болни роднини. Това още повече ги отдалечава от това да бъдат по-заети на пазара на труда. В тази ситуация на мъжете се пада да осигурят материалното обезпечение на семейството.

При съвременните общества огромна част от домакинствата имат нужда от повече от една заплата, за да си осигурят нормален стандарт на живот. Това дава допълнителна мотивация и свобода на жените да заемат своето място на пазара на труда. Кое то разбира се не отменя вменените им задължения в семейството и домакинството.

1.4.8. Джендър неравенство в заплащането на труда

Неравенствата в заетостта са една от най-явните причини за съществуващата и все по-осезаема разлика в заплащането на труда между двата пола. Различията в заплащането значително ни разкриват наличието на недостатъци при определянето на стойността на труда, който изпълняват мъжете и жените. Те се наблюдават по-конкретно в значително по-ниските доходи на жените и са явления, които се наблюдават не само на пазара на труда в България, но в световен мащаб. Разликите в заплащането на мъжете и жените несъмнено не само ни показват, но и ни доказват, че съществуват неравенства по пол на пазара на труда, не само в другите сфери на социалния живот. В най-честия случаи тези джендър неравенства ни показват, че жените се явяват по-ощетените, което

¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/?uri=CELEX%3A31992L0085>

² <https://www.lex.bg/laws/ldoc/1594373121>

³ Кирова, А., К. Стоянова., Джендър неравенства в платения и неплатения труд в България., АИ „Проф. Марин Дринов“, С., 2008, с. 9.

от своя страна доказва, че те получават по-ниско заплащане независимо от това, че притежават еднакви с тези на мъжете образование, квалификация, умения и опит. Причина за това най-често са съществуващите стереотипи на пазара на труда, както и сегментацията в него. Като все още съществуващи тези неравенства в заплащането на мъжете и жените ни показват как не е постигната толкова желаната от всички общества равнопоставеност между половете, не само в социалната сфера на живота, но и в икономическата такава. Джендър неравенствата в заплащането на труда наполовина нагледно ни илюстрират ниската ефективност на икономиката и продуктивността на труда на дадено общество. Това без съмнение довежда до различен принос на мъжете и жените за икономически растеж и формирането на семейния бюджет.

Различията в заплащането по пол създават редица бариери пред жените, като част от тях са: съществените разлики между търсенето и предлагането на определени професии, предлагането на различни форми на заетост, ограничаване на мобилността на жените, както и неравностойното третиране на двата пола. Върху различията в заплащането по пол влияят причини, които са свързани с човешкия капитал, като те отново са повече в полза на мъжете, отколкото на жените. Те намират своето изражение в наличен собствен капитал за започване на бизнес, който мъжете успяват да натрупат, поради по-голямата си заетост на пазара на труда, спрямо жените. По време на престоя си на пазара на труда, мъжете често си осигуряват и делови контакти, които им позволяват да развият собствен бизнес и са важни, толкова колкото и натрупания собствен капитал, с който разполагат преди да стартират собствен бизнес. Поради факта, че не са толкова заети в семейството мъжете разполагат и с мобилност. Те биха могли да прекарват повече време извън населеното място, в което живеят, отколкото жените, поради факта, че не са заети колкото тях с грижите за домакинството, възпитанието на децата и полагането на грижи за по-възрастни членове на семейството, които имат нужда от помощ. Тази помощ лежи отново върху женските плещи.

Следва да се отбележи, че съществуват и ситуации, в които жените получават по-високи от мъжете трудови възнаграждения. Това директно индикира, че не само те са обект на джендър дискриминация при заплащането на труда. Съществуват и работодатели които не се водят от джендър неравенството, което е в директен ущърб на жените при оценката и подбората на своя персонал.

1.4.9. Джендър разделение на труда по пол

Разделението на труда по пол е свързано най-вече с предпочитанията на двата пола към какъв труд да се насочат. Самото понятие се използва най-често в социологията. Това разделение на труда е свързано с това, че мъжете са насочени предимно към производството, а жените към възпроизводството. Ролята, която обществото приписва на жената е на майка и домакиня. Наемният труд е предназначен основно за мъжете, които са освободени от неплатения труд в семейството. За жените е определен домашния труд. Разделението на труда е пряко свързано с разбирането за мъжки и женски дейности. Наблюдава се ясно изразена феминизация в определени икономически сектори и професионални сфери. Както и ясно изразено мъжко присъствие в други такива.

1.4.10. Различия в участието на двата на пола на пазара на труда

Въпросът с различията в участието на двата пола на пазара на труда е пряко обвързан с проблема с равнопоставеността на половете и възприетите им от обществото социални роли. Тези роли те изпълняват в обществото и семейството. Нагласите, които преобладават в обществото по отношение на техните роли като семейни партньори бива разглеждан в две сфери на труда, или така наречените платен и неплатен труд. Изключително важно е какво е тяхното участие в различните сфери на труда. Ролите на жените и мъжете се преплитат, защото в повечето семейства е нужен и доходът, който жената би могла да получи на пазара на труда. Това неминуемо е свързано с идеята за по-добър стандарт на живот на семейството. Тези причини налагат на жените да се „включат“ и да заемат своето място на пазара на труда. Различията в участието на жените и мъжете е тясно свързано със семейните им ценности. По презумпция мъжете са с по-висок социален статус, спрямо жените. Като този по-висок статус те си осигуряват именно на пазара на труда. Самият достъп до пазара на труда на жените е ограничен, което е в следствие на хоризонтална и вертикална сегрегация в заетостта. Като жените се характеризират с високо участие в неформалния сектор, като там различията в заплащането на мъжете и жените са различни. Трудовият живот и семейните ангажменти ограничават свободното време на семейните партньори, което довежда до ограничаване на възможностите за реализация. Неравностойното разпределение на труда в семейството е в следствие от съществуващите различия в заплащането на труда на представителите на двата пола.

Често жените биват принудени да приемат несъответстващи на квалификацията и опитът им професии. Това се случва в следствие на различното третиране на двата пола от работодателите. Жените понасят негативни последици и поради факта, че използват родителският отпуск или така нареченото „майчинство“ много повече от мъжете. Това ги отчуждава от възможността за преквалификация и знания, които биха натрупали през това време. Все повече жени губят мотивация на пазара на труда. Те дори приемат неприемлива за тях работа, като по този начин губят от своя професионален статус, както и трудовите им права са силно ограничени.

Всички изброени фактори, като част от джендър неравенството допринасят за неговите негативни влияния върху половете на пазара на труда.

Заклучение

В настоящата статия са представени същността, елементите и проявлението на джендър неравенството, в частност на пазара на труда. Отделено е специално внимание на неговите проявления и влияния върху жените, които търсят своето място на пазара на труда или вече са го намерили, но изпитват трудности да го запазят. Представени са гледните точки на различни автори и древногръцки философи, като идеята е да се докаже, че джендър неравенството е съществувало още в Древността.

Джендър неравенството, не само е съществувало още в Древността, но и е актуално и до ден днешен. Факторите описани по-горе в текста дават яснота по въпроса какви са негативните влияния върху половете на пазара на труда. Трудовите права на жените са силно ограничени, като този феномен дава основа за загуба на мотивация на пазара на труда. Настоящата статия няма претенции за изчерпателност и е ориентирана към представяне на базови знания за този феномен.

Използвана литература

1. Кирова, А., К. Стоянова., Джендър неравенства в платения и неплатения труд в България., АИ „Проф. Марин Дринов“, С., 2008.
2. Раянова, К., Правата на жените в системата на правата на човека, УИ „Ангел Кънчев“, Р., 2014.
3. Стойчева, В., К. Котларска, Да преподаваме джендър равенство. Помагало за учители, изд. „ПИК“, ВТ., 2006.
4. Якова, И., Н. Йонкова, Социология на пола, изд. „Неофит Рилски“, С., 2012.
5. COLLINS. Большой толковый социологический словарь. Т. I, АСТ, М., 1999.
6. Wollstonecraft., M., Vindication of the Rights of Woman, New York., Bartleby., 1999.
7. <https://www.lex.bg/laws/ldoc/1594373121>
8. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/?uri=CELEX%3A31992L0085>

Рецензент: гл.ас. д-р Красимира Вълчева

ХАЗАРТЪТ КАТО СОЦИАЛЕН ФЕНОМЕН

Кристиян Иванов
докторант във „Висше училище по застраховане и финанси“

kristiyankrasimirovivanov@gmail.com

Резюме: Този доклад цели да разгледа, обобщи и даде пълнота на теоретико – практично схващане за този социален феномен наречен „хазарт“ от научна гледна точка. За целта е отчетена научната работа и са цитирани изводите на водещите учени и специалисти по темата, но също така нормативната уредба и практики в някои от най-развитите пазари по света.

Ключови думи: хазарт, шанс, риск, печалба, залог

JEL Code: L83, K23, I31, G41, G15

THE GAMBLING AS A SOCIAL PHENOMENON

Kristiyan Ivanov

Abstract: This report aims to review, summarize and give a completeness to a theoretical – practical understanding of the social phenomenon called „gambling“ from a scientific point of view. For this purpose, the scientific work and conclusions of the leading scientist and experts is taken into account, but the regulations and practices in some of the most developed markets as well.

Key words: gambling, gaming, chance, risk, win, bet

JEL Code: L8, K23, I31, G41, G15

Увод

Източниците, сведенията и данните за произхода на хазарта съвсем условно ни водят някъде далеч в периода на палеолита с разказ за човек, който хвърляйки и претълкувайки няколко животински кости е предприемал едно или друго действие и е определял едно или друго решение в зависимост от начина на разположение на костите. Както никой не може съвсем точно да каже от кого е измислена първата молитвата, музиката, земеделието или медицината, така и хазарта не може да бъде категорично датиран, сигурното обаче е това, че той е просто по-стар от писаната история.

Етимологията на думата хазарт има арабски произход, думата „al zahr“ (в превод „зар“) е транслитерирана като „ал захр“, а с времето от нея произлиза и английската дума „hazard“ (риск, опасност, шанс). Предполага се, че първите ѝ употреби са били през периода на кръстоносните походи, когато рицарите тамплиери се завръщали от обетованата земя вече научили играта на зарове от местното население.

Дискусия на релевантна литература

Спецификата на хазарта и неговата мистика и противоречивост го поставят в интересите на различни научни и практични направления от бизнес, наука и изкуство до спорт, медицина и дори култура. Това съвсем естествено определя дълъг списък от учени и специалисти, заинтригувани от увеличаващата се нужда за полезна научна и практична работа. По обясними причини голямата част от проучванията по темата са дело на учени, които се асоциират към пазари и територии по света изградили традиции и натрупали полезен опит, който повече или по-малко са превърнали в полезен за обществото модел. Дефиниция и определения за хазарта (Шафер, Х., 2000/2002); (Борна, Ш., и Лоури, Дж., 1987); (Либман, Б., 2009), но също така и неговите елементи (Кларк, Т., 1988), мотиви (Уилямс, Р., 2017) добре обмислени и описани в науката, поставят здрава основа и залягат в изработката на не една нормативна рамка по света. Разработките свързани с „ласкавото“ отношението към пристрастяващите технологии (Адам, А., 2018), както и формирането на т.н. „хазартна икономика“ (Манов, В., 2011), като цялостна икономическа съвкупност от агенти, са изключително актуални и значими теми, които изискват една трудна, но много важна политико-икономическа „делка“, в консенсус с професионален научен анализ и оценка.

Описание на методологията

Информацията и материалите, данните, източниците използвани и представени в изследването са подбрани на база различни методи и подходи като: наблюдение, анализ, синтезиране, систематизиране и обобщаване на информацията, професионално изследване, старателно изследване на обектите и целите, като са взети под внимание и са цитирани както местни, но също така и световно признати международни източници общодостъпни за широката публика и научните среди.

Изследване на данни и източници

Дефиницията, която законодателя в Република България дава по отношение на хазарта и това „що е то хазарт“ в Гл. I Чл. 2 (1) от закона за хазарта е следната: „Хазарт е всяка игра на случайността, в която има залог и може да се получи печалба или да се загуби залогът.“¹ Това определение дава една широка представа и има за цел да очертае основният принцип на хазарта и то по отношение само на игрите. Без допълнителни уточнения, условия и метрики обаче, бихме могли да определим много широка граница от игри до дейности и практики от много на брой сфери на живота, които в цялост или в определени части да охарактеризираме като хазарт. Хазартът по своята същност и генезис би могъл да бъде описан и като склонността на даден индивид да подлага себе си и околната среда на риск, независимо от формата която приема.

Общото схващане основано на опита за едно по-дълбоко, всеобхватно и ясно за разбиране от широката публика определение за хазарт е наистина свързано с понятието „риск“ – индивидуален, колективен или даже глобален². Според мен обаче, за да направим коректен анализ ще трябва да разгледаме както хазарта, така и риска в най-тесен и широк смисъл по отношение значението на това понятие, и също така съобразно склонността на всеки един индивид вземайки под внимание неговата „природа“ – всъщност способността му да оцени вероятността (при дадените обективните условия) определено събитие да се случи.

Вероятността би могла да се определи като „отношение на конкретно бъдещо събитие към общото число на всички осъществими събития от дадения ред“³. Тя също така може да се мисли и като отношение на дадено бъдещо събитие към вече осъществилите се подобни събития в миналото, според степента на тяхната относимост и представителност. И в двата случая е нужен субект, който да направи това съотнасяне, но докато в първия от тях субектът е като че ли еднакво дистанциран от съпоставяните величини, във втория той самият е включен в процеса, тъй като неговата субективна преценка за миналото е необходимо условие за конструиране на отношението.

Широко известна е тезата на Даниел Бернули (1700-1782), който пръв изказва идеята, че анализът на вероятностите не е достатъчен, за да се оцени значимостта на ефектите от бъдещите случайни събития. Нужно е те да се съпоставят с преценката за това, което би „спечелил“ или „загубил“ даден конкретен субект в случай, че даденото събитие се осъществи. В съчинението си „Изложение на нова теория за измерване на риска“ (1731) Бернули аргументира тезата, че за да се вземе решение за действие въз основа на очакванията да настъпят определени събития в бъдеще, не е достатъчно да знаем степента на тяхната вероятност. Нужно е да ги оценим и съобразно ефекта им върху онези блага, ценности, ресурси, които са важни за нас. С други думи, не е достатъчно анализът на това колко е вероятно да настъпят определени събития в бъдеще да се използва като аргумент при определяне на едно или друго поведение, а трябва да се вземе предвид и тяхната полезност (или вреда) за този, който ги анализира⁴ (Bernoulli, 1954; 23-36).

Иначе казано, в основата на понятието хазарт лежат други понятия като „вероятност“ (възможност), „риск“ (оценка на определена вероятност за определено събитие да се случи), евентуални ползи или загуби.

Може да се каже, че желанието за поемане на риск провокирано от хазартен импулс дори предшества човечеството. Наблюдавани са различни животни, от пчели до примати, които възприемат риска, като възможност за една по-голяма и удовлетворяваща награда. Проучване на Университета „Дюк“ от 2005 г. установява, че маймуните от порода макак предпочитат да преследват по-опасна (рискова) цел, което им дава всеки път различна по големина на усещането наслада и по-голяма

¹ Закона за хазарта, Глава I, чл. 2 (1)

² Бек, Улрих, Световното рисково общество. Обсидиан, С., 2001.

³ Градинаров, Борислав, Силата на системния фактор. Издателство „Изток-Запад“, С., 2019, с. 93.

⁴ Bernoulli, Daniel, Exposition of a New Theory on the Measurement of Risk in *Econometrica*. <https://pdfs.semanticscholar.org/ef51/2f15aa1c294c7575aa329a7fecd80be6633b.pdf>

крайна удовлетвореност, отколкото преследването на безопасна цел (без рискова), от която винаги получават едно и също чувство и резултат.¹ Интересен е още фактът, резултат от това изследване, който показва, че маймуните предпочели по-рисковата цел, дори когато тя им давала по-малка ползност от безопасната, но те продължавали да избират по-рисковата такава дори при ефект на намаляваща възвръщаемост. Преследването на „джакпота“, условно казано, не е нищо ново. Именно способността за поемане на риск силата, която в голяма степен движи света напред.

Хазартът още може да бъде разглеждан и като склонността на индивида, в условията на невъзможност във всеки един момент правилно и точно да оценява изхода от възникнала ситуация, но въпреки всичко, да се опита да се възползва от очакван позитивен краен резултат. Такива ситуации може да бъдат както строго лични засягаща отделния човек, но така също и от обществена значимост. Действията и последствията от тях и в двата случая се отъждествяват с така наречения човешки фактор.

Социалното министерство на Нова Зеландия например, в официалният си сайт под заглавие „Gambling in New Zealand“, публикува следната дефиниция и елементи определящи хазарта: „Игри на късмета, които биват неформални или организирани и законово регулирани като игрите с карти, залагане на конни надбягвания, казино игри, покер машини, томболи, лотарии, спортни залози и инвестиции на стоковата борса“.² Определението е във връзка със необходимостта от дискусия относно ревизиране и промени в закона за хазарта в страната, а автор е проф. д-р Холард Дж. Шафер, който е професор в направление „Поведенчески науки“ към „Harvard Medical School“, директор на направление „Пристрастяване“ към „Cambridge Health Alliance“, но също така е и национален консултант и ръководител на множество проекти свързани с психичното здраве в това число и на „Massachusetts Council on Compulsive Gambling“. В края на дискусията, министерството определя хазарта като сложен обществено-политически и здравен въпрос, които изисква широк дебат, включващ участието на всички сектори и общности. И в завършек определя, това че решенията, които ще се взимат днес, ще имат ефект върху здравето и благоденствието на хората и обществото утре.

Канадската държавна организация отговаряща за професионалното здраве и сигурност на работещите „Canadian Centre for Occupational Health and Safety“ определя „хазарт“, като дума, която може да има объркващо значение. Речниците не винаги дават ясна дефиниция на думата хазарт и много често я свързват с думата „риск“ или „опасност“, което дава отговор, защо голяма част от хората използват тези термини като взаимнозаменяеми. Понякога погрешно вредата като резултат се определя като хазарт, вместо да се търси и посочи истинският източник на хазарта. Рискът от своя страна е възможността или вероятността на даден човек да бъде наранен или да изпадне в тежко положение, което е реалния ефект и следствие от излагането на хазарт.

В исторически план мненията относно хазарта имат склонността да отразяват социалния и морален климат на деня. Проблемите с хазарта не са нищо ново за обществата доказателство, за което са съществуването на научни трудове свързани с прекомерния хазарт още от XVIII в. Повечето специалисти, медици и психолози в наши дни смятат, че проблемния хазарт и пристрастяването не са морален дефект, а вече признато биологично, когнитивно и поведенческо разстройство. Различните психични разстройства биха могли да доведат до проблеми в това число хазартна зависимост, но и обратно на тази логика, хазартът и злоупотребата с него също би могло да доведе до психични и дори физични проблеми. А на ниво макроикономика – и до формиране на „хазартна“ икономика³ – цялостната икономическа съвкупност от агенти (не система).

Пристрастяването към хазартна зависимост, но не само, има своите научни обяснения. В рамките на медицинските и научните общности идеята, че търсенето на удоволствие изключително стимулира пристрастяването, е отпаднала. Лекарите и учени днес вярват, че много хора участват в потенциално пристрастяващи дейности, за да избегнат дискомфорта, както физически, така и емоционален – например чрез хазартно поемане на кредити, които са високорискови⁴. Хората обикнове-

¹ Meredith, D., Gambling Monkeys give insight into neutral machinery of risk, информационен източник: „Duke University“, <https://today.duke.edu/2005/08/PlattNatureNeuroGamble.html>, August 2015.

² Ministry of Social Development New Zealand, <https://www.msd.govt.nz/about-msd-and-our-work/publications-resources/journals-and-magazines/social-policy-journal/spj21/21-gambling-a-social-hazard-pages22-40.html>, (последно видяно: 20.03.2020 г.)

³ Манов, Васил, От хазартна към интелигентна икономика. Издателство „Аси Принт“, С., 2011.

⁴ Манинг, Робърт, Нация на кредитните карти. Последниците от прирастеността на Америка към кредита. Издателство „Ciela“, С., 2005

но участват в психоактивни преживявания, за да се чувстват добре и по-добре. Корените на пристрастяването се намират в дейности, свързани с търсенето на усещания, които в един или друг момент биват и форми на неосъзнато самолечение.

В ежедневните разговори много хората небрежно намекуват за пристрастяване и определя себе си като „шоколадови наркомани“ или „работохолици“. Пристрастяването обаче не е термин, който учените и лекарите използват с лека ръка. Едва през 2013 г., когато официално „Американската психиатрична асоциация“ публикува версия пета на ръководство за идентифициране и класифициране на психични заболявания „Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, 5th Edition (DSM-5)“, терминът „пристрастяване“ се появява. В това издание пристрастяването е включено като категория и съдържа описания на разстройства свързани както с прием на субстанции като алкохол например, но така и разстройства не свързани с употребата на вещества, а именно хазарта.¹ В други научни източници на пристрастяването се гледа ласкаво, както например „пристрастяващите технологии“, към които отначало винаги има голям интерес².

Тревожен е фактът, че проблемният хазарт заема все по-голям дял сред подрастващото население последните години. Според последните проучвания, процентът на проблемните играчи (комарджии) сред младежите е по-висок от този при възрастните.

Проф. Робърт Уилямс от „University of Lethbridge“ в Канада твърди, че мотивът за участие в хазартни игри има по-неясна концепция от този нужен за алкохол или цигари. Това според него се дължи на факта, че значението, функцията и достъпа до хазарт зависят от културата на хората и времеви период, в който живеят.

В преиндустриализираните и западни общества хазартът и игрите обикновено са се свързвали с божествени сили; определяне на божественото бъдеще; смятало се е че влияят върху реколтата, дъждовете, войните, болестите и други важни за живота на тези хора събития. За разлика от тях обаче, хазартът в западното общество бил дейност, развлечение, отдих, място за социализиране между отделните членове на това общество, която имала за цел и евентуално спечелване на пари. По-късно в съвременните индустриализирани общества и особено в живота на късния постмодернистичен човек хазартът се превърнал и в начинание, и възможност за изграждане на съвсем съзнателни, стратегически комерсиални връзки и контакти, които биха могли да разкрият възможност за предимство и евентуална печалба в бъдещи търговския и бизнес отношения.

Научните дефиниции за хазарт на различните места по света имат някои общи, но и някои различни признаци. Така например, „The Australian Productivity Commission“ определя хазарта като: „...забавление, основано на залагане на пари върху събития с неясен изход, базирани на случайността, с възможност от спечелване на повече от заложените пари, но при основния принцип, че играчите като група играчи ще загубят във времето. Фактът, че играчите неизбежно губят всичко и че хазартът е предназначен да бъде развлекателна дейност, отличава този вид разходи от инвестиционните, при които шансът също играе важна роля.“³

„The U.S. Research Council“, на свой ред, определя хазарта като: „...залагане на пари или други вещи върху случайни събития или мероприятия, които имат произволни или несигурни резултати“.⁴

Ако изхождаме от икономическа гледна точка обаче, трябва да вземем под внимание дефиницията на проф. Шахийн Борна от „Ball State University“ и Джеймс Лоури определят хазарта като „...пренасочване на богатството на базата на преднамерен риск, включващ печалба за една страна и загуба за друга, обикновено без въвеждане на продуктивен труд от двете страни“.⁵

Като цяло, може да се заключи, че няма общоприето академично определение относно хазарт. Очертава се обаче една последователност свързана с факта, че по-голямата част от тези академич-

¹ Prof. Howard J. Shaffer, PhD, „What is Addiction“, информационен източник: „Harvard Health Publishing/Harvard Medical School“, <https://www.health.harvard.edu/blog/what-is-addiction-2017061911870>, (последно видян: 22.03.2020 г.).

² Алтър, Адам, Неустоими. Възходът на пристрастяващите технологии и бизнесът, който ни държи в темен плен. Издателство „Хермес“, С., 2018.

³ Prof. Williams, J. Robert/Assoc. Prof. Volberg, A. Rachel/Stevens M.G. Rhys/Williams A. Lauren/Arthur N. Jennifer (2017) The definition, dimensionalization, and assessment of gambling participation, Report prepared for the Canadian Consortium for Gambling Research, източник: <https://hdl.handle.net/10133/4838>, видяно на 02.02.2020 г., с. 9.

⁴ Пак там, с. 9.

⁵ Shaheen Borna, James Lowry, „Gambling and Speculation“, информационен източник: „Journal of Business Ethics“, 1987, с. 219.

ни определения съдържат три основни елемента. Първият елемент е необходимостта от паричен или материален залог; вторият е насочен към целта на залога, която е спечелване на допълнителни пари или материални блага, като следствие на правилно предвиждане на резултат от дадено събитие; и третия елемент представлява несигурния бъдещ резултат от събитието. Всички тези академични дефиниции обаче биват по-малко единни, логични, последователни, когато се разгледа въпроса относно такива обстоятелства, като това дали едно събитието има напълно случаен и произволен („random or chance based“) по своята природа характер или съществува и елемент на умение („skill based“); дали винаги има отрицателно математическо очакване за играча; и дали тази дейността води до намалена икономическа полза („economic utility“).

Има известно разминаване сред мнението на експертите от гледна точка и на това, кои конкретни дейности представляват хазарт. Това е въпрос на много и различни дискусии свързани с финансови, морални и правно-етични проявления, които трябва да бъдат съобразени и оценени. Експертите обаче са единодушни в това, че към дефиницията за хазарт, следва да бъдат включени следните дейности: лотарии, моментни лотарии, частни залагания между хора, бинго, електронни („Slot“) машини, казино игри на игрални маси, спортни залагания и залагания на конни надбягвания. По отношение на това дали благотворителни томболи и лотарии трябва да попадат под същото определение за хазарт, мненията са противоречиви. Същото се отнася и за търговията на финансовите пазари, а дебата тук е значителен и бих казал труден, най-вече свързан с това какви и/или кои спекулативни дейности на финансовите пазари трябва да бъдат поставени под заглавието хазартна дейност.

Прави впечатление е, че през последните 100-ина години законодателите и съдилищата отделят значително време и усилия за изясняване на това, какво представлява и какво не представлява хазарт от законова гледна точка. Това което присъства и се съдържа в общоприетите правни норми и законодателството на повечето страни е насочено към дейностите свързани със „залагане“ и „игра“. За разлика от многообразието при академичните определения, породени от опитите на учените да проучат, анализират и оценят възможно най-широк спектър от обстоятелства свързани с това „що е хазарт“, всъщност се наблюдава значителна еднаквост в правните дефиниции свързани със залаганя и игри между различни страни.

Залагането („wagering“) обикновено е определено от закона, като залагане на пари или нещо друго със съществена стойност, върху резултат от несигурно събитие, срещу някого, отстояващ различни възможности спрямо изхода и резултата от събитието.

И въпреки общите принципи в различните юрисдикции по отношение на тези законови дефиниции, липсата на изчерпателност и категоричност свързана с някои детайли предизвиква известна двусмисленост и колебание в пълното им разбиране и прилагане. Такива са например дефинирането на игрите в тълкуването на частта „gaming“; целта на залога или с други думи целта на материалния интерес; естеството на наградата; връзката „резултат-награда“ и особено природата на шанса. В Америка например, повечето щати допълнително поставят условието, че за да се определи една игра като хазартна, то преобладаващ трябва да бъде елемента на случайност („chance“), докато Канада определя като хазарт всяка игра включваща в себе си някакъв елемент на шанс.¹ Освен това „Canadian Criminal Codes“ забраняват игрите, които смесват умения и шанс или т.н. „mixed games of chance and skill“, ако изрично не е посочено каква е частта на шанса (случайността) спрямо личните умения на играча или с други думи какво е съотношението „случайност/умения“ в конкретната играта.

Тук също е мястото да изясним значенията на думите „gaming“ и „gambling“ в контекста на темата хазарт. „Gaming“ е оригиналният архаичен термин, използван за описване на това, което в наши дни разбираме като „gambling“ или казано на български език „хазарт“. В резултат на това историческо значение законодателството в областта на хазарта в повечето страни свързва термина „gaming“ с „gambling“.

В „The Dictionary of Gambling and Gaming“ проф. Томас Кларк от „University of Nevada“ Лас Вегас, извежда три важни елемента определящи понятието „gambling“ и те са: „consideration“, „chance“ и „reward“. Той определя първото като възможността за очаквано възнаграждение или отплата. Иначе казано, форма на престация, която представлява увеличение в стойностен или материален аспект. „Gambling“ трябва да включва в някаква степен елемента случайност, което в дадената ситуация ще се възприеме само по себе си като един произволното настъпващ риск, който

¹ Bennett Liebman, „Chance v. Skill in New York’s Law of Gambling: Has the Game Changed?“, „Gaming Law Review and Economics“, Mary Ann Liebert Inc., 06.11.2009.

с по-голяма или по-малка точност би могъл да бъде пресметнат. Възнаграждението или „reward“ е нещо, което има реална материална стойност, но която би могла да надхвърли по размер и стойност очакванията заложи в първия елемент „consideration“.

„Gambling“-а може да бъде определен като рискуване на пари или нещо ценно, върху изхода от едно случайно събитие като игра на карти или зарове.¹ Проф. Кларк определя и понятието „gaming“, като играене на игри на късмета с цел материален или паричен интерес. Което, независимо от еднозначността на двата термина, в известна степен носи усещане за една по лека форма на хазарт. Независимо от всички дефиниции и нюанси на определенията, „gaming“ и „gambling“ означават „хазарт“ и всички становища са еднозначни, категорични и обединени около схващането за поемане на риск.

Описание на резултатите от изследването

В опит за изготвяне на една по-универсална и едновременно с това широка дефиниция за хазарта би трябвало да бъде съобразено, от една страна разбирането на хората по отношение значението на думата „хазарт“, но от друга страна и на всички останали термини предизвикващи у обществото мисловни връзки, преки и косвени асоциации и възприятия свързаните и/или препрещащи към хазарт. Трябва коректно и категорично да се анализират и добре да се оценят всички онези дейности и мероприятия, които в по-голяма или по-малка степен приличат на хазарт, но не са хазарт. Подходяйки последователно и методично, с голямо внимание и отговорност трябва да бъдат съобразени тежестта и важността на основните доводи изложени в научно-експертната дефиниция, но в симбиоза със силата на правната, законовата такава. Всички тези мероприятия би следвало екзактно да разграничат „хазарт“ от „не хазарт“, което съвсем логично да инфилтрира и изкрystalизира една бих казал естествена дефиниция за хазарт.

И така, хазарт е залагането на пари и/или друга ценност за залагащия, върху напълно случайно събитие, което има не прогнозируем изход или върху друг тип събитие в което съществува елемент на случайност, с надежда и ясно намерение за спечелване на допълнително количество пари и/или друга ценност, но и с осъзнато разбиране за съществуващ риск от пълна или частична загуба. Постоянството, честотата или плътността, както и обема на залаганята, не би следвало да се считат за съществено определящи, защото те имат отношение единствено към патологията на залагащия и в голяма степен често са резултат от маркетинговите подходи на приемащия залози. Негативното математическо очакване към залагащия също не би следвало да бъде възприемано като задължителен елемент или абсолютен критерий определящ хазарта. Този критерий по-скоро е едно допълнително предимство с цел по-голям икономически (бизнес) интерес и е присъщ на комерсиалните форми на организирана хазартна дейност. Що се отнася до икономическата полезност или вреда от хазартната дейност, като определящ критерий, тя също не би могла да бъде ключова и определяща хазарта като дейност. В подкрепа на това ще покажем, че ако зложим фикцията (юр.) към дейността на финансовите пазари по света винаги и неизменно под една или друга форма да водят до икономическа полезност за индустрията, правителствата и обществото, най-общо казано, чрез предоставяне на допълнителни финансови средства, често пъти дори и без материален залог, и това да бъде абсолютното условие, което ги отличава от хазарта.

Обобщавайки дефиницията за хазарт, бихме могли да систематизираме няколко основни и най-често използвани атрибути определящи и разграничаващи в идейно и практическо отношение хазарта от спекулата и инвестициите на финансовите пазари. Тези разлики се основават на следните действия, дейности и използвани инструменти (атрибути): времевата рамка която ги определя; нивото на риск; очакваната възвръщаемост и не на последно място фактора шанс спрямо умения. В по-редки случаи, към тази група биват включени още детерминанти като: има ли придобит актив; има ли реален залог; има ли окончателен резултат, който да бъде обвързан с конкретно събитие; и има ли икономическата полезност от дейността. На фигура 1 са представени в табличен вид:

¹ Prof. Clark L. Thomas, „The Dictionary of Gambling and Gaming“, Lexik House Pub., 1988, с. 88.

	Хазарт	Спекула	Фин. инвестиции
Атрибути	<i>Различия от спекула и фин. инвестиции</i>	<i>Различия от хазарт и по-малко от фин. инвестиции</i>	<i>Различия от хазарт и по-малко от спекула</i>
Времева рамка	Обикновено кратко	Променливо	Продължително
Ниво на риск	Обикновено висок	Обикновено висок	Нисък
Възвръщаемост	Отрицателна, често слабо променяща се	Смесена и силно променяща се	Положителна, но и променяща се
Фактор „шанс“	Висок	Висок	Висок
Придобиване активи	Не	Понякога са случва	Да
Залог	Да	Да	Не
Събитие/резултат	Да	Обикновено ДА	Обикновено НЕ
Иконом. полезност	Ниска	Смесена	Висок

Източник: „National Center for Biotechnology Information, U.S. National Library of Medicine“

Фигура 1. Разлики на база основни атрибути

Дейностите и инструментариума използван при спекулациите и инвестициите на финансови пазари обикновено, значително се отличават от същите използвани в хазарта. Хазарта обикновено включва закупуването на някакъв вид лотарийни билети, билети за изтриване, талони за бинго, конни надбягвания, спортни залагания, частни залагания, жетони/чипове, електронни игрални автомати и различни класически казино игри. За разлика от тях инвестициите и спекулациите обикновено са свързани с покупката на акции, облигации, борсови стоки, валути, недвижими имоти, деривати, ценности с колекционерска стойност и др.

Времевата рамка или обхват във времето при повечето форми на инвестиране е продължително, защото често инвестициите се правят за период от месеци или години. За разлика от тях, при повечето форми на хазарт резултатът е известен само след секунди, минути или дни, въпреки че има форми на спортни залагания с много по-дълги хоризонти, като например залог върху резултат от събитие, което ще се състои след месеци, като финал на шампионат например. Времевата рамка при спекулациите е сравнително променлива в зависимост от вида дейност, за която се отнася. Моментната търговия залагаща на постоянни флукутации съществува във времева рамка определена от секунди, минути и часове, докато опциите и фючърсите например обикновено се нуждаят от седмици, месеци, а понякога и години, за да бъдат реализирани.

Следващия елемент е ниво на риска, който определя вероятността залогът или инвестицията да бъдат напълно загубени. Съобразно логиката, математиката и естеството на хазарта, съществува голям риск да загубите частично или изцяло залога при участие в повечето му форми, въпреки че има някои изключения от това правило, които всъщност запазват интереса към него. Разбира се залагането на ясен фаворит при спортните залагания предопределя нисък риск, но и ниска възвръщаемост от залога. Някои финансови инвестиции и механизми, като облигации, взаимни фондове, акции от тип „blue-chip“, гарантиращи инвестиционни договори („GICs“) и др. също предполагат по-нисък риск. От друга страна спекулативните сделки търсещи динамична ежедневна търговия, високорискови опции и фючърси, акции от тип „penny stocks“ водят със себе си един значително по-висок риск от реализиране на загуби.

Рискът разбира се е свързан с очаквана възвръщаемост, било то положителна или отрицателна. Инвестициите под формата на GICs съвсем естествено имат положителна очаквана възвръщаемост, поне докато финансовата институция, предоставяща тази гаранция съществува. Положителната очаквана възвръщаемост обикновено е валидна и за повечето акции и облигации във времето, но за разлика от тях почти всички търговски форми на хазарт са предварително проектирани така, щото да носят отрицателни математически очаквания за играча. Това за радост не е напълно валидно за всички форми на хазартни игри. Голяма част от тях в това число спортни и конни надбягвания, игри като покер, маджонг и др., имат дългосрочната положителна очаквана възвръщаемост настъпваща за малък брой по-опитни и можещи играчи.

Роля на шанса, късмета или случайността съпоставена към уменията на играчите е още една от характеристиките, използвана за разграничаването на хазарта от спекулата и инвестициите. Както вече беше споменато, случайността е ключова характеристика на голяма част от хазартните игри, разбира е има и такива, при които значително влияние върху резултата и изхода оказват уменията на играча.

Въпреки че не се споменава много често, придобиването на актив всъщност е отличителна характеристика на инвестицията спрямо хазарта. Още самото определение „инвестиция“, насочва мисълта към създаване или закупуване на актив, а финансовите печалби или загуби се дължат на поскъпване на капитала или амортизация на актива. При хазарта няма покупка на активи, а по-скоро собствените пари или материални блага се представят като „залог“. Също така при реализиране на печеливш залог обикновено веднага биват изплатени определена сума пари, докато при една успешна инвестиция това съвсем не е задължително условие.

Всички форми на хазарт включват залог или гаранция с пари или материални блага, докато при инвестицията активът не е поставен изрично в залог. Подобно на хазарта обаче, повечето форми на спекулации могат да изискват форма на залог (актив или договор), с цел в бъдещ момент този актив или дял да бъде продаден и реализирана печалба.

Всички форми на хазарт имат още очакван краен резултат, който е свързан с окончателно събитие. Инвестициите не чакат конкретен момент, който да породи окончателен резултат или събитие, на всяка цена. На лице са множество примери и ситуации, при които инвеститорът вероятно никога няма да продаде актива, който с придобил или създал, вследствие на направената инвестиция.

Икономическа полезност, като резултат на традиционната дейност на финансовите пазари, е онази полезна икономическа стойност, която в основата си цели осигуряване на средства за подпомагане начинанията на правителствата или индустрията. Докато хазартът в голямата си част е само един проводник на богатства от един сектор на икономиката към друг, което само по себе си няма как да има особена претенция за икономическа полезност в конкретния контекст.

Заклучение

Всички тези разсъждения още по-категорично доказват, това че дефиницията за хазарт, определяща дейността хазарт, изисква много внимателен научен и експертен подход, за да успее да постигне резултат, който полезно да покрива интереса на бизнеса, държавата и обществото, без да вреди на същите. Хазартът, макар в много хора да предизвиква известно недоверие и противоречие по отношение на неговия научен потенциал, е дейност от социално-икономическия живот, който заслужава отговорно отношение и управление от страна на държавата.

Използвана литература

1. Алтър, А., „Неустоими. Възходът на пристрастяващите технологии и бизнесът, който ни държи в техен плен.“, Хермес, 2018. (Alter, A., „Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked“, Penguin Press, 2017.)
2. Бек, У., „Световното рисково общество.“, Обсидиан, 2001. (Beck, U., „Risk Society“, Surbcamp Verlag, 1986.)
3. Градинаров, Б., „Силата на системния фактор.“, Изток-Запад, 2019. (Gradinarov, B., „Silata na sistemnia factor“, Iztok-Zapad, 2019.)
4. Манов, В., „От хазартна към интелигентна икономика.“, Аси Принт, 2011. (Manov, V., „From hazardous to intelligent economy.“, Asi Print, 2011.)
5. Манинг, Р., „Нация на кредитните карти. Последниците от пристрастеността на Америка към кредита.“, Ciela, 2005. (Manning, R., „Credit Card Nation“, Basic Books, 2000.)
6. Clark L. Thomas, „The Dictionary of Gambling and Gaming“, Lexik House Pub., 1988.
7. Borna. Sh., Lowry. J., „Gambling and Speculation“, „Journal of Business Ethics“, 1987.
8. Liebman. B., „Chance v. Skill in New York’s Law of Gambling: Has the Game Changed?“ „Gaming Law Review and Economics“, Mary Ann Liebert Inc., 2009.
9. Blakey, G. Robert, „The Development of Law of Gambling: 1776-1976“, U.S. Government Printing Office Washington, D.C. 20402, 1977.
10. Cabot, Anthony N., „Federal Gambling Law“, Trace Publication,, 1998.
11. Keuleers, E./Verbiest, T., „Cross-border gaming: the European regulatory perspective.“, Gaming Law Review, 2003.
12. Hannum C. Robert/ Cabot, Anthony N., „Toward Legalization of Poker: The Skill vs. Chance Debate“, „UNLV Gaming Research Review Journal“, 2012.
13. Arthur N. Jennifer, Williams J, Robert, Delfabbro H. Paul, „The conceptual and empirical relationship between gambling, investing, and speculation“, Report prepared for the National Center for Bio-

- technology Information, U.S. National Library of Medicine, източник (source): <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5370364/>, видяно (seen): 23.03.2021 г.
14. Bernoulli, D., „Exposition of a New Theory on the Measurement of Risk in Econometrica.“, източник (source): <https://pdfs.semanticscholar.org/ef51/2f15aa1c294c7575aa329a7fec80be6633b.pdf>, видяно (seen): 01.12.2020 г.
15. Meredith, D., „Gambling Monkeys give insight into neutral machinery of risk“, източник (source): „Duke University“, <https://today.duke.edu/2005/08/PlattNatureNeuroGamble.html>, видяно (seen): 01.12.2020 г.
16. Howard J. Shaffer, „What is Addiction“, източник (source): „Harvard Health Publishing/Harvard Medical School“, <https://www.health.harvard.edu/blog/what-is-addiction-2017061911870>, видяно (seen): 04.12.2020 г.
17. Williams, J. Robert/Volberg, A. Rachel/Stevens M.G. Rhys/Williams A. Lauren/Arthur N. Jennifer, „The definition, dimensionalization, and assessment of gambling participation“, Report prepared for the Canadian Consortium for Gambling Research, източник (source): <https://hdl.handle.net/10133/4838>, видяно (seen): 05.12.2020 г.
18. Blaszczynski. A., Australia Gaming Council, „Harm Minimization Strategies in Gambling“, източник (source): https://www.researchgate.net/publication/239548997_Harm_minimization_strategies_in_gambling_An_overview_of_international_initiatives_interventions, видяно (seen): 12.01.2020 г.
19. Ministry of Social Development New Zealand, източник (source): <https://www.msd.govt.nz/about-msd-and-our-work/publications-resources/journals-and-magazines/social-policy-journal/spj21/21-gambling-a-social-hazard-pages22-40.html>, видяно (seen): 07.12.2020 г.
20. Държавна Комисия по Хазарта, „Закон за Хазарта“, източник (source): <https://dkh.minfin.bg/bg/page/10>, видяно (seen): 08.12.2020 г.
21. Government of Canada, Canadian Centre of Occupational Health and Safety, „Hazard and Risk“, източник (source): https://www.ccohs.ca/oshanswers/hsprograms/hazard_risk.html, видяно (seen): 08.12.2020 г.
22. New Zealand, Ministry of Social Development, „Gambling: a Social Hazard“, източник (source): <https://www.msd.govt.nz/about-msd-and-our-work/publications-resources/journals-and-magazines/social-policy-journal/spj21/21-gambling-a-social-hazard-pages22-40.html>, видяно (seen): 08.12.2020 г.
23. National Research Council (US) Committee of Risk Perception and Communication, „Improving Risk Communication“, National Academies Press, 1989., източник (source): <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK218582/>, видяно (seen): 08.12.2020 г.
24. State Government of Victoria, Australia, „Hazard Identification, risk assessment and risk control“, източник (source): <https://www.education.vic.gov.au/school/students/beyond/Pages/hazidentify.aspx>, видяно (seen): 08.12.2020 г.
25. State Government of Ireland, Health and Safety Authority, „Hazard and Risk“, източник (source): <https://www.hsa.ie/eng/Topics/Hazards/>, видяно (seen): 09.12.2020 г.
26. Harvard Medical School, „What is Addiction“, източник (source): <https://www.health.harvard.edu/blog/what-is-addiction-2017061911870>, видяно (seen): 09.12.2020 г.
27. Canadian Consortium for Gambling Research, „The definition, dimensionalization, and assessment of gambling participation“, източник (source): <https://opus.uleth.ca/bitstream/handle/10133/4838/Williams%20the%20defn.%20dimensionalization%20and%20assessment.pdf>, видяно (seen): 09.12.2020 г.
28. Asia Pacific Association for Gambling Studies, „Journal of Gambling and Commercial Gambling Research“, източник (source): <https://journal.gamblingstudies.org/index.php/jgsg>, видяно (seen): 10.12.2020 г.
29. Government of Canada, Justice Laws, Criminal Code Part VII, „Disorderly Houses, Gaming and Betting“, източник (source): <https://laws-lois.justice.gc.ca/eng/acts/c-46/page-48.html#h-119418>, видяно (seen): 11.12.2020 г.

Рецензент: гл.ас. д-р Калин Боянов

ДОКТОРАНТСКИ ЧЕТЕНИЯ 7

научни изследвания

КОЛЕКТИВ

Предпечатна подготовка: Виолета Здравкова

Издадено на 10.06.2021 г.
ISBN 978-619-232-483-4

ИЗДАТЕЛСКИ КОМПЛЕКС – УНСС