



## **ПАРЛАМЕНТАРТНИ ИЗБОРИ '2013 И РОЛЯТА НА МЕДИИТЕ**

---

Анализ на начина, по който медиите са информирали аудиторията по време на предизборната кампания през април-май 2013 г. по пет предварително избрани теми

Доц. д-р Мария Нейкова, съвместно със социологическа агенция ЕСТАТ ООД

АНАЛИЗЪТ Е ИЗГОТВЕН С ФИНАНСОВАТА ПОДКРЕПА НА БАЛКАНСКИЯ ТРЪСТ ЗА ДЕМОКРАЦИЯ В РАМКИТЕ НА ПРОЕКТ „РОЛЯТА НА МЕДИИТЕ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА ГРАЖДАНСКОТО УЧАСТИЕ В ОБЩЕСТВЕНИЯ ЖИВОТ”, ИЗПЪЛНЯВАН В ПАРТНЬОРСТВО С ЦЕНТЪРА ЗА ЛИБЕРАЛНИ СТРАТЕГИИ

**B | T | D** The Balkan Trust  
for Democracy  
A PROJECT OF THE GERMAN MARSHALL FUND



## Съдържание

Резюме .....	3
Основни изводи .....	3
Увод .....	4
Общи резултати .....	5
Петте избрани теми .....	12
Облагането на доходите на физическите лица .....	15
АЕЦ Белене .....	20
ЕРП дружества .....	21
Забраната на тютюнопушенето на закрито .....	23
Коментарните текстове .....	24
Приложения .....	28
Приложение 1 .....	28
Приложение 2 .....	29
Приложение 3 .....	30

---

Мария Нейкова е доктор по политология, доцент във Факултета по журналистика и масова комуникация на Софийския университет „Св. Климент Охридски“.

### МЕДИИТЕ И ПЕТ ИЗБРАНИ ТЕМИ

#### Резюме

Съдържащият се в доклада анализ има за цел да покаже по какъв начин медиите са информирали аудиторията по време на предизборната кампания по предварително избрани теми. Сред целите му е и това да предположи как и до каква степен медиите са стимулирали промяна в мнението по тях и доколко са окуражили гражданите да участват по-активно в политическия процес.

#### Основни изводи

- По предварително избраните пет теми медиите не са информирали целенасочено и не са допринесли за изработването на информирано мнение на избирателите.
- С публикуваните коментарни текстове медиите по-скоро са внушавали на своите аудитории, че няма смисъл от по-активно участие в политическия процес. Преобладаващата нагласа в коментарите е на тотално недоверие към партиите и техните обещания. Внушението, че става дума за празни политически обещания, че целта е само печелене на гласове на предстоящите избори, не би могло да мотивира аудиторията на медиите за участие в изборите.
- Коментарите-лично мнение разкриват една тенденция в таблоидизирането на българските медии - използването на език на ръба на откровената вулгарност.
- Контент анализът потвърждава по безспорен начин, че основната борба по време на предизборната кампания'2013 се разгръща между ГЕРБ и БСП.
- Основното съдържание на преобладаващата част от коментарите е сравняването на програми.

- Икономическата ситуация в държавата е провокирала медиите да канят икономисти, които да коментарат икономическите раздели на предизборните програми на партиите. Това се потвърждава както от специализацията на канените експерти, така и от противопоставянето на „икономическите сили” на двете основни съперничаещи си партии ГЕРБ и БСП. Последният споменат подход позволява да се сравнят предизборните платформи на ГЕРБ и БСП преди всичко в икономическата област и да се покажат включително някои еднакви обещания.

## Увод

Докладът не обхваща цялостното поведение на медиите по време на едномесечната предизборна кампания през пролетта на 2013 г. Фокусът му е върху предварително селектирани от възлагащата организация теми от Гласоводител. Гласоводител е продукт, който работи с предизборните платформи и програми на основните участници в изборите за Народно събрание през 2013 г. Това е третото му използване след изборите през 2005 и 2009 г. Партньор на Центъра за либерални стратегии в него е Българското училище за политика „Димитър Паница”, което е и възложител на настоящото изследване.

Екипът на Българското училище за политика избра следните пет теми за наблюдаване на медийното поведение:

1. АЕЦ Белене;
2. облагането на доходите на физическите лица;
3. енерго-разпределителните (ЕРП) дружества;
4. забраната за тютюнопушене на закрито;
5. отзоваване на народни представители.

Изборът беше ръководен от предполагаемия обществен интерес към всяка от темите: например за съдбата на АЕЦ Белене беше проведен първият в най-новата история на България референдум. Или изборът беше породен от хипотези, свързани с тежестта на темите в индивидуалното съществуване на

всеки избирател (доходите), или от споровете, които някои от тях предизвикват в общественото пространство (тютюнопушенето).

## Общи резултати

Петте теми се появяват през периода на проучването, който съвпада с едномесечната предизборна кампания - 12.04.-12.05.2013 г., в 553 текста в различни типове медии - печатни, електронни и интернет базирани, като медиите също така са и с различен обхват - национални и местни. Тези 553 текста са публикувани в 93 медии.

- *Най-голяма честота е регистрирана за темата за **облагането на доходите на физическите лица**. Тя се появява в 237 текста, които са както косвено, така и пряко обвързани с нея.*
- *Следва **АЕЦ Белене** - в 175 текста.*

Другите три теми се появяват в пъти по-малко текстове:

- ***ЕРП-тата** в 74,*
- ***пушенето** - в 37, и*
- ***отзоваването на депутати** - в 30.*

Създава се впечатление, че в медиите е отделено значително внимание на петте теми, но всъщност реалното положение е доста по-различно. То е представено в първия от основните изводи, който гласи, че по предварително избраните пет теми медиите не са информирали целенасочено и не са допринесли за изработването на информирано мнение на избирателите. По-нататък доста подробно ще бъде разгледано какви причини и фактори допринасят за това положение на нещата. Още тук обаче си струва да отбележим, че информационните медии по принцип и разглежданите тук в частност са ориентирани в своята работа главно към събитията. Събитията е доста лесно да бъдат превърнати в новини и да бъдат комуникирани за широка аудитория за разлика от проблемите и социалните промени например. Това обяснява случайното попадане на избраните пет теми в големия брой материали - в общия случай някъде се е състояло събитие, свързано с

предсрочните избори и някой от участниците между другото е споменал някоя от петте теми.

Откъде идват нюансите или различията. Най-напред трябва да видим какво е съотношението между текстовете, които са посветени на съответната тема, и текстовете, в които някоя от петте избрани теми просто се споменава.

*Малко са текстовете, които са пряко обвързани с някоя от избраните пет теми - 37.* Това е около една петнайста част от всички текстове, или по-малко от 7%. От 37-те текста 32 са публикувани в печатни медии, четири - в интернет, а в електронните медии (радио и телевизия) има регистриран един пряко обвързан с някоя от петте теми текст (това е репортаж в новините на Нова ТВ за тютюнопушенето, за който ще стане дума в последната част на доклада). Една от вероятните причини за последната констатация може би е стремежът на електронните медии да въвлечат в дебати и дискусии участващите в изборите политически сили и техните представители, а тези формати не са подходящи за задълбочено, цялостно и аргументирано представяне на една тема.

Данните само от регистрационната карта не са достатъчни за тълкуването на това съотношение, а и то трудно се поддава на анализ. (Това беше предварително ясно за екипа на възлагащата организация и той беше предвидил социологическа анкета с представители на аудиторията за уплътняване и доизясняване на картината на медийното влияние.) Данните не са достатъчни поради няколко фактора - първият, който създава проблем, е породен от това доколко уеднаквен е подходът на регистраторите. Макар да изглежда по-скоро технически, този проблем е породен от трудността личността на регистратора да се абстрахира в най-високата възможна степен от своите оценки или политически предпочитания. Вторият фактор е свързан със споменаването или пропускането да се спомене това дали текстът е платен, дали съответното (предизборно) участие е платено. Третият фактор е свързан с характера на текстовете от предизборната кампания - представяне на изборни програми, диспути между кандидати и т.н., които не предполагат особено задълбочаване по някоя отделна тема, а преминават в похвали колко са добри

за всички собствените идеи и намерения на даден кандидат, на партия или коалиция, и колко лоши, ощетяващи са предложенията на конкурентите.

Интересно е да се види как се подреждат медиите, които си разделят публикуваните текстове.

Води

- в. „Стандарт” с 32 текста, които са 5,8% от всички публикации.

Следват:

- в. „24 часа” с 29 текста (5,2%),
- в. „Труд” с 27 текста (4,9%),
- в. „Преса” с 21 текста (3,8%),
- vesti.bg, в. „Дума”, в. „Старозагорски новини” с по 17,
- dnevnik.bg и в. „Атака” - с по 15,
- dnes.bg и в. „Янтра днес” (Велико Търново) - с по 14,
- dariknews.bg - 13,
- 24chasa.bg, trud.bg<sup>1</sup>, БНТ 1, в. „Борба” (Велико Търново), в. „Черноморски фар” (Бургас) с по 11 текста.

Десет текста са се появили във в. „Банкеръ”, но при 10 текста стойностите вече падат под 2% (1,8%) и няма голям смисъл да се вземат предвид, нито да се анализират детайлно.

Тази класация, да наречем така горното подреждане, показва интересни неща, особено на фона на някои актуални анализи на българските медии. В оформилата се десетка преобладават вестници - печатни медии, някои със своите онлайн варианти, както и някои интернет базирани медии. Има само две електронни медии - БНТ 1 и онлайн версията на Дарик радио dariknews.bg.

„Телевизията е възприемана като достоверният източник на информация, докато останалите информационни канали се превръщат по-скоро в средство за забавление. От тази гледна точка може да се каже, че радиото и вестниците губят основната си функция - да информират - и се превръщат в

---

<sup>1</sup> Сайтовете на двете печатни медии попадат тук с текстове, които един път са регистрирани в съответните хартиени - б.а.

среда за забавление, конкурирайки се с интернет.“ Наблюденията в изследването на Институт Отворено общество „Краят на печатните издания? „Медийно потребление към юли 2013 г.” с автор Алексей Пампоров<sup>2</sup>, от което е цитатът, се разминават с констатираното за предизборния период поне по две линии: твърдението за отстъпление на вестниците и съпоставките столица - провинция. При положение, че „делът на лицата, които изобщо не четат вестници нараства от 20% през май 2009 г. до 30% през юли 2013 г.”<sup>3</sup>, настойчив става въпросът защо предизборните послания и информации за предизборни събития се появяват толкова много в печатните медии.

Една част от отговора на този въпрос - малка част - се съдържа в съществуването на партийните вестници „Дума” и „Атака”, но това в никакъв случай не обяснява наблюдавания превес. По-скоро обяснението може да се търси в степента на проникване на интернет, както и в съществената разлика в обемите на текстовете, които се появяват в електронните медии и в печатните - в електронните медии, например в телевизиите, платените предизборни форми като диспутите са в обем от по няколко хиляди думи, докато в печатните медии текстовете са по-малки.

Както ще видим по-нататък, потвърждава се твърдението, че вестниците се превръщат в среда за забавление - значителна част от коментарите в тях използват в подхода си към предизборното поведение на партиите иронията и сатирата, стигат дори до сарказъм.

Що се отнася да съпоставките столица - провинция, то в цитираното изследване се отбелязва, че средно в страната, както и в отделните населени места извън София се гледа с около 20% повече телевизия, отколкото в столицата.

Контент анализът изобщо не може да улови водещия фактор при медийното потребление - „възрастовата група на респондентите”<sup>4</sup>, или може

---

<sup>2</sup> Пампоров, Ал. Краят на печатните издания? Медийно потребление към юли 2013 г. Политики, бр. 04/13. Достъпно на: [http://politiki.bg/?cy=273&lang=1&a0i=224050&a0m=readInternal&a0p\\_id=1056](http://politiki.bg/?cy=273&lang=1&a0i=224050&a0m=readInternal&a0p_id=1056)

<sup>3</sup> Пак там.

<sup>4</sup> Пак там.



да го направи изключително рядко. Вестниците, при което това може да стане, са ориентирани към възрастните хора и пенсионерите - „Минаха години”, „Пенсионери” и „Ретро”. Те са попаднали с по един текст в извадката, но за отбелязване е, че и трите текста имат за главно действащо лице Сергей Станишев със или без БСП.

Както тук, така и във връзка с регионалните медии обяснението може да бъде търсено и в още една посока - работата на пиар-ите на партиите.

В направеното по-горе подреждане е забележим също така високият дял на някои регионални медии - в десетката са попаднали две великотърновски печатни медии, една от Стара Загора и една от Бургас. Може ли в този аспект да се разчитат политически предпочитания, като се има предвид, че те са допустими за печатните медии? Като че ли не политически предпочитания надделяват тук - например причината в „Старозагорски новини” да влезе в тази своеобразна класация явно не е в това, че Сергей Станишев ръководи листа в 27-ми Старозагорски избирателен район.

*Броят на текстовете с автор и без автор е почти изравнен. С автор са 263 текста или 47.5%, а без автор са 278 или 50.3%. До 100% сборът се допълва с 2.2% редакционни текстове.*

Ето какво е съотношението на представянето на партиите в медиите от челото на десетката (партия - главно действащо лице в брой текстове):

- в. „Стандарт”: ГЕРБ - 10; няма обвързаност с една отделна партия - 9; РЗС - 3; ДПС, СДС и КЗБ - по 2; БСП, ДСБ, Атака, Глас народен (Светльо Витков) - по един (т.е. общо КЗБ и БСП - 3);
- в. „24 часа”: ГЕРБ - 8; няма обвързаност с една отделна партия - 8; БСП - 6; КЗБ - 2 (общо БСП и КЗБ - 8, т.е. изравняват се с предходните две позиции); РЗС и Коалиция „Център свобода и достойнство” - по 2; ДБГ - един текст;
- в. „Труд”: БСП - 8; няма обвързаност с една отделна партия - 7; КЗБ и ГЕРБ - по 4; РЗС - 2; Коалиция „Център свобода и достойнство” и Лидер - по един; (общо БСП и КЗБ имат най-много главни действащи лица - 12);

- в. „Преса”: ГЕРБ - 7; няма обвързаност с една отделна партия - 6; КЗБ и БСП по 2 (общо БСП и КЗБ - 4); ГОРДА България, РЗС, НДСВ, Коалиция „Център свобода и достойнство” - по един;
- в. „Дума”: няма обвързаност с една отделна партия - 7; БСП - 6; КЗБ - 3 (общо БСП и КЗБ водят с 9 позиции); ГЕРБ - един текст;
- vesti.bg: БСП и ДСБ - по 5; няма обвързаност с една отделна партия - 4; КЗБ, ГЕРБ и ДБГ - по един; (общо БСП и КЗБ - 6 и водят подреждането);
- в. „Старозагорски новини”: ГЕРБ - 8; БСП - 3; СДС - 2; няма обвързаност с една отделна партия, РЗС, ДСБ и Коалиция “ДСБ - БДФ” - по един.

В горното подреждане най-напред може да се открие партийният вестник „Дума” - през предизборния период той се е съсредоточил само и единствено върху БСП и предвожданата от нея Коалиция за България. Единствената друга партия, която се появява във вестника през свое главно действащо лице, е ГЕРБ, чийто лидер Бойко Борисов е обект на критика в един текст - „съсипа България”.

Извън това прави впечатление съревнованието за повече присъствие между ГЕРБ и БСП. *Всъщност контент анализът потвърждава по безспорен начин, че основната борба по време на предизборната кампания'2013 беше между ГЕРБ и БСП.*

Маргинални или по-екзотични политически единици се появяват в единични публикации в „Стандарт” (Светльо Витков), в „Труд” - Лидер, в „Преса” - ГОРДА България, Движение България на гражданите на Меглена Кунева има единични появи на страниците на „24 часа” и vesti.bg.

На пръв поглед превесът на печатните медии изглежда безспорен, но това наистина е само на пръв поглед. В случая имат значение както големината на текстовете, за която вече стана дума, така и задълженията на обществените електронни медии. Като напомняме, че разглеждаме само текстове, които са пряко или косвено обвързани с петте избрани теми от Гласоводител, ето как изглежда поведението на електронните медии:

- **БНТ 1** е предложил 8 дебата с около 2000 и повече думи, най-продължителният е с 3600, а най-краткият - с 840 думи, още две предизборни хроники и едно участие на ДСБ и СДС,
- **ТВ 7** е предложила едно предизборно студио (1680 думи) и един почти два пъти по-кратък (900 думи) дебат. Излъчени са също участия на ГЕРБ (1500 думи), БСП (1200), Националния фронт за спасение на България и ГОРДА България (1140) и ВМРО (420), както и участие на президента Г. Първанов (1020 думи),
- **БТВ** е излъчила два дебата по 2520 думи, а също така две участия на Иван Костов - от 1000 и 840 думи и едно на Волен Сиеров (1020),
- **Дарик радио** е излъчило едно участие на ДСБ-БДФ (900) и едно на ДСБ (720), както и две хроники по 180 думи всяка,
- **Нова ТВ** е излъчила участие на Яне Янев, РЗС (840), и на Иван Костов, ДСБ (600), както и обект в новините (120),
- **БНР** е излъчило най-дългия дебат, в който е засегната някоя от темите - 3600 думи,
- **ТВ Европа** е излъчила участие на представител на ГЕРБ (660 думи).

Най-често една или няколко от петте теми се появяват по БНТ 1 и в това няма изненада. Общественият оператор е излъчил пет дебата (от посочените осем) в „Денят започва”, организирани в големи градове извън столицата, които са платена форма. А предаването с участието на представители на ДСБ и СДС е представено от водещия като „безплатен дебат на традиционната десница”. Дебатът, организиран по БНР, е безплатен.

Наблюдението, макар и ограничено само до петте предварително избрани теми, разкрива отсъствието на ясен регламент за достъп до медиите на политиците и политическите формации, трудността да се разграничат платените от неплатените форми, макар че Изборният кодекс гласи следното в „Достъп до източниците на информация”, чл. 129: „Кандидатите и партиите, коалициите от партии и инициативните комитети, регистрирали кандидати, имат право на еднакъв достъп до източниците на информация, която им е

необходима за целите на предизборната кампания”<sup>5</sup>. Поради ограничения характер на наблюдението обаче е излишно да навлизаме в тематиката за правата на участниците в предизборната кампания и на избирателите, нито в анализ на медийната среда в България. Въпреки това няма как поне да не се спомене това, че освен че липсва яснота за собствеността на печатните медии, няма данни и за техните тиражи. Така в разновидност на гадаене се превръщат опитите да идентифицираме аудиторията на отделните медии, както и да преценим евентуалното им влияние.

Като цяло се намираме в условията на сериозна криза на доверието на българите към парламента и правителствата. Разбира се, това е нещо, което далеч не е само българско явление. Ниският процент на участие в изборите е резултат на това трупачо се вече дълги години недоверие. От отчуждението на гражданите от политическите институции са засегнати и медиите, които не могат да изпълнят ролята си на (пълноценен) посредник за преодоляването на споменатото недоверие. У нас, в България, общата криза на доверието се допълва с криза на медиите, която се изразява в това, че аудиторията е лишена от достъп до качествена, адекватна и достоверна информация.

## **Петте избрани теми**

Какво се случва с петте избрани теми в наблюдаваните медии е основното, което ни интересува. Отговорът на този въпрос ни насочва към това, че за да помогнат на избирателите да се възползват от правото си да направят информиран избор, медиите трябва да ги информират честно и точно за платформите на политическите партии и възгледите на техните кандидати както изобщо, така и в частност по въпросните пет теми.

Когато темите попадат случайно в текстовете, това става понякога тривиално, понякога абсурдно безсмислено.

---

<sup>5</sup> Изборен кодекс. Обн. ДВ. бр.9 от 28 Януари 2011г., изм. ДВ. бр.36 от 10 Май 2011г., изм. ДВ. бр.45 от 14 Юни 2011г., изм. и доп. ДВ. бр.17 от 21 Февруари 2013г., изм. ДВ. бр.66 от 26 Юли 2013г. Достъпен на: <http://www.lex.bg/laws/ldoc/2135715515>

Ето няколко примера. Единият пример е от предаването „Седмицата” на Дарик радио с участието на Радан Кънев, ДСБ. Водещият пита: „Ще строите ли АЕЦ Белене?” Веднага си отговаря сам: „Прескачам този въпрос, за ДСБ това е ясно.” И отива в съвършено нова посока: „Коя пречка пред електронното правителство ще отстраните?”. За ДСБ може и да е ясна собствената позиция по въпроса за строителството на втора ядрена централа, но за широкия кръг избиратели това далеч не е сигурно. В този пример имаме илюстрация на често непоследователния подход на журналистите при интервюта, на прескачане между темите. Журналистите вероятно понякога забравят, че работят в интерес на хората, на своята аудитория, на които трябва да се припомня и обяснява ясно и изчерпателно.

Другият пример е от „Добро утро, България” на ТВ 7. Представителят на ВМРО-БНД Ангел Джамбазки казва: „Единствената гаранция за това, което ви казвам, сме ние самите, това, което сме правили ние назад във времето. Не сме участвали във властта, не сме продали от „Кремиковци” до „Софийска вода” през *ЕРП-тата*”. Такова споменаване мимоходом, както в случая на ЕРП-тата, в никакъв случай не може да обясни на зрителите нито какъв е проблемът с тези дружества, нито каква е позицията на партията по въпроса. Тук всъщност става дума за професионализма (или липсата на професионализъм) на водещите в електронните медии, важна част от който е умението да насочват своите събеседници към очакваните от аудиторията аргументи по важни теми, а не просто да ги оставят да говорят каквото си искат.

Във в. „Уикенд” е публикувано голямо интервю със Стефан Данаилов под заглавие „Синът ми Владко намери път към мен”. В него след въпроса за Владко авторката насочва събеседника си в съвършено нова посока с предложението „Да поговорим за политика” и тогава в отговора на Данаилов се появява *АЕЦ Белене*.

Или ето този откъс от интервюто със Св. Витков в „Стандарт”:

Въпрос: „Ще махате ли *плоския данък*?”

Отговор: „А кой го сложи? Плоските хора също трябва да се махнат”.

Явен опит за оригиналничене при отсъствие на икономически аргумент, но какво дава на евентуалните читатели като разбиране?! Отново, този път в печатна медия, интервюиращият не се е намесил в интерес на читателите, за да поиска уточнение поне за това кои са плоските хора.

Когато в „Труд“ решава да представи нови имена, ориентирани се към политика, избира Станка Златева и Детелин Далаклиев (Станка Златева и Детелин Далаклиев: Не смятаме политиката за мръсна работа, в. „Труд“, Красимира Станкова, 13.04.). Вестникът представя двамата спортисти като „известни, свестни и контактни - със сигурност това е печеливша комбинация за всяка партия, която иска с нови лица да привлече повече гласове за себе си в урните“. Текстът е поднесен като опит на вестника да разбере „какво е накарало големи имена в родния спорт като Станка Златева и Детелин Далаклиев, в чест на чиито победи е звучал химнът на България, да се включат в политическата въртележка?“ В големия текст от повече от 1700 думи обаче не става ясно какъв точно би бил политическият принос на двамата наистина големи спортисти и това проличава ясно в последния въпрос към тях: За или против *плоския данък* ще гласувате? Както може да се очаква, отговорите не предлагат никакво обсъждане по същество:

„С.З.: Смятам, че плоският данък трябва да остане. Добре е да има равнопоставеност между хората, а не едните да плащат едни суми, останалите - други.

Д.Д.: И двете позиции имат плюсове и минуси, но трябва да се чуе мнението на финансистите“.

Тези илюстрации достатъчно добре разкриват *мимолетното, случайното попадане на иначе важните пет теми в огромната част от регистрираните текстове.*

\*\*\*

Най-голям интерес спрямо целта на проучването представляват коментарно-аналитичните текстове, а сред тях, разбира се, най-вече онези, които са посветени на някоя от петте теми.

## Облагането на доходите на физическите лица

Със сигурност неведнъж ще стане дума за това, че текстовете, пряко обвързани или изцяло посветени на някоя от петте теми, са твърде малко. Нека затова да видим някои от тях. Да вземем за пример коментара на Валери Найденов „Лъжа №1: Плоският данък вдигал приходите” с подзаглавие „БСП най-сетне се реши да обещае нещо, което никога няма да може да изпълни”, публикуван в „168 часа” на 12.04.2013 г. Коментарът критикува едновременно БСП и неолибералите и либертарианците от Института за пазарна икономика, сравнява държавата ни с Англия, Германия, САЩ, Франция, Китай, Швейцария и влиянието на „кривата на Лафър” върху приходите от данъци. Основната критика все пак е насочена към БСП и се разгръща на фона на прогнози за коалиране в перспектива.

Това същевременно съвсем не е единственият коментар, който оставя впечатлението, че авторът се опиянява от своето умело жонглиране с термини, имена и данни, без да се интересува особено доколко разбираемо съдържание предлага на аудиторията.

В. „24 часа” възлага на Владимир Каролев - „Икономистът, който не е ангажиран с кампанията на нито една партия, прави в няколко текста критичен анализ на предизборните програми на основните политически сили”, както го представя вестникът - задачата да коментира за читателите програмите на няколко партии. Първата програма, която е представена на 13 април, е на Движение България на гражданите (ДБГ) на Меглена Кунева. Каролев отбелязва, че в икономическия раздел се предвижда запазване на съществуващата данъчна система. Вероятно щедростта на предизборните данни на социологическите проучвания е довело до това вестникът да включи ДБГ сред основните политически сили.

Икономическите програми са в центъра на коментарите на в. „Банкеръ”. На 13 април във вестника са публикувани няколко коментара. В коментара с автор Петър Илиев (заместник-главен редактор на вестника) самото заглавие подсказва посоката: „Чудя се за кого да гласувам”. Зад чуденето на автора всъщност се разгръща неговата съпоставка на

икономическите програми на ГЕРБ и БСП, като централен елемент е сравняването на подходите в областта на данъчната политика.

Другият коментар е на Александър Маринов - „Моделът трябва да се смени” (и в него темата за ЕРП-тата просто попада в едно изброяване на автора). Този коментар изобщо не е предназначен за масовата аудитория - в него става дума за „исландския казус” - отхвърлянето на неолибералните догми, които привързват политиците към интересите на корпоративните елити, както за „краудсорсинг” на конституцията като символ на нова истинска демокрация, като текстът завършва с многозначителното сравнение на конституциите на САЩ и България, като основа за твърдението на автора, че смяната трябва да започне от връщането на властта в ръцете на народа.

В същия брой има и трети коментар - „Десни колизии” - от Димитър Ганев (вж Приложение 1). Този текст атакува преувеличаването на ролята на пазара като регулатор на всичко и в него плоският данък само се споменава. *Такива споменавания само увеличават натрупването в резултатите от емпиричното проучване, но не водят до фактическо присъствие и сериозно аналитично обговаряне на темата за данъчното облагане на доходите.*

Сред авторите на тези коментари, макар и вероятно възприемани като професионални журналисти от широката аудитория, всъщност има хора и с други занимания и интереси, включително партийни. Александър Маринов например е бил депутат от БСП в 36-ото и 37-ото Народно събрание, три години е бил заместник на парламентарната група на партията, а след разрива с БСП през 1996 г. подава оставка и основава Българския социално-либерален съюз. Ал. Маринов се занимава с политически и социологически анализи - доктор е по социология. Създадената от него партия няма успех и на изборите за Европейски парламент през 2009 г. той оглавява листата на партия Българска социалдемокрация. Отговорите на въпроса „Кой говори в медиите”, колкото и да е важен от гледна точка на честното, непредубедено информиране на аудиторията и също така честното, непредубедено коментиране пак в неин интерес, обаче излизат извън задачите на настоящия анализ.



Изследването показва, че очевидно *медиите са провокирани от икономическата ситуация в държавата да канят икономисти, които да коментарат предизборните програми на партиите.*

Вече стана дума за Владимир Каролев. „Труд” кани Билян Балев от Института за нов икономически напредък и в броя на 15.04. той анализира икономическата част на програмата на БСП, като се съпоставя с положението в европейските държави. Според автора програмата на БСП е „по-скоро консервативна, без намерение за големи радикални промени, от които България се нуждае сега”. И продължава с конкретен пример: „насочвайки се към по-високото потребление, БСП лансира само една по-смела идея за възстановяване на *прогресивното подходно облагане*, като реалният ефект се изразява в това данъкът върху минималната работна заплата да се върне в потреблението”.

На 18.04. в. „Дума” предлага голямо интервю с макроикономиста проф. Димитър Иванов. Между другото в разговора той успява да вплете своето несъгласие с обещанията за плоския данък и да го развие в по-широк план: „Много важно е *премахването на плоския данък и заменянето му със социално справедлива система на прогресивно облагане на доходите.* И аз съм за това. Но данъците не са морална категория, а чисто икономическа. В този смисъл причините, обуславящи т.нар. справедливост на данъците, са важни, но икономическите цели, които данъците обслужват, са още по-важни. С обещанието „доходите до 4500 лв. да се облагат с данък до 10%” - не се постига всъщност нищо. Как ще излезе публичният ни сектор - образование, здравеопазване, ред, вътрешна сигурност, комуникации, отбрана и пр., от невероятния колапс, в който се намират, ако ние непрекъснато намаляваме данъците? Дилемата „бизнес-публичен сектор” в България не работи за нито една страна на това уравнение. Ние сме просто парадоксална икономика. Как ще се развият моторите на дългосрочния растеж като наука и образование, здравеопазване, без силни и увеличени държавни разходи и на фона на слабите бюджетни приходи? А икономиката може да получи свежи пари по два начина: или чрез повишаване на данъците, или чрез заем. Разбира се, може и

чрез увеличаване на бюджетния дефицит, чрез намиране на вътрешни резерви, чрез печатане на пари, но всичко това изисква много други жертви. Вземането на заеми е всъщност само едно отлагане на повишаването на данъците”.

Важността на икономическата тематика за тези избори се потвърждава от текстове като коментара на Петър Ганев във в. „Сега” (17.04.) - „Важното е вотът ясно да разграничи безогледните популисти”. Авторът, който е старши икономист в Института за пазарна икономика, е доловил голямото значение на данъчната политика за предсрочните избори и пише следното: „Данъчните обещания, изглежда, ще играят важна роля на тези избори. Да припомним, че още в края на 2012 г. Красен Станчев подсказа, че се задава изборна надпревара за „разглобяване на данъчната система”. Това, което чуваме към момента, не е толкова надпревара за разглобяване, колкото голям дебат около плоския данък. Забележете, че почти никоя партия не говори за по-ниски или по-високи данъци или дори някаква форма на децентрализация - повечето държат в някаква степен на данъчната стабилност, като коментират единствено плоския данък. Едни ще го премахват, други ще го държат, трети ще слагат необлагаем минимум. Това, което сякаш е по-интересно, е, че всички изхождат от аргумента да има ниско облагане или по-малко тежести за бедните, или за средната класа. Ако този аргумент бъде приложен към косвените данъци, осигурителната система или дори абсурдните такси в страната, със сигурност биха се родили доста добри идеи. Фокусът на партиите обаче е по-скоро да влязат в популистката риторика - ще вземем от богатите, за да дадем на бедните - а не толкова да правят истинска политика за бедните и средната класа”. Това е един от малкото текстове, които посвещават по-голямо внимание на темата за данъчната тежест и навлизат в по-големи детайли и разсъждения по нея. Кое то вероятно се дължи на това, че авторът е специалист „в разнообразни области като фокусът пада върху конкуренция, данъци, икономическа свобода, климатични промени, енергетика, крайна бедност”<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Икономическа библиотека на ИПИ и БМА. Достъпна на: <http://library.ime.bg/bylgariya-v-mejdunarodnite-klasacii/>

Икономиката е безспорно централна тема и това се потвърждава както от специализацията на *канените експерти*, така и от *противопоставянето на „икономическите сили“ на двете основни съпернически си партии ГЕРБ и БСП*. Пример за такова „премерване“ на икономическите сили на двете партии предлага в. „Стандарт“. Той дава възможност на предприемачи три дни да задават въпроси на Делян Добрев и Пламен Орешарски, след което те отговарят. Това е *подход, който позволява да се сравнят предизборните платформи на ГЕРБ и БСП преди всичко в икономическата област и да се покажат няколкото еднакви обещания*.

Коментарът „Данъци-манъци... шменти-капели... ни живи - ни умрели?!“ на Панчо Тантров във в. „Преса“ (вж. Приложение 2) вероятно говори достатъчно дори само със заглавието си. Този коментар-лично мнение разкрива една тенденция в таблоидизирането на българските медии - *използването на език на ръба на откровената вулгарност, очевидно смятан за подход, доближаващ медията до широката аудитория*. Но ако медиите оценяват така своята аудитория, то защо смятат, че политиците трябва да имат по-високо мнение за нея?! Това е също така илюстрация за превръщането на вестниците по-скоро в среда за забавление, за което стана дума по-рано, отколкото за научаване на съществени неща от социално-политическата действителност.

Пряко обвързан коментар с първата от петте избрани теми - данъците - се появява в „Капитал Daily“ на 22.04. Под заглавието „Какво ни обещават партиите“ на тази дата вестникът започва да осъществява намерението си в няколко поредни броя да „представи подробно сравнение между платформите на шестте политически сили, които според социологическите проучвания имат най-големи шансове да влязат в следващия парламент (ГЕРБ, БСП, „Атака“, ДПС, „България на гражданите“ и ДСБ). В първата статия от поредицата разглеждаме плановете за данъчната и осигурителната политика на партиите за следващия управленски мандат. В следващите броеве очаквайте планираната пенсионна и социални политики, здравеопазване, обща икономическа политика

и образование. Отделно ще бъдат обобщени и възгледите на по-малките партии, които засега са с малки шансове за парламента”.

В синхрон с етикета на сериозно издание вестникът подхожда сериозно и задълбочено към темата и освен че е подчертал значението ѝ, като започва поредицата си с нея, също така задълбочено я разработва: „Данъчно-осигурителната система е основата за провеждане на икономическата и социалната политика на една държава. Затова и по време на избори партиите сериозно се заиграват с нея. Засега *плоският данък* е основата на спора - да се запази или да се върне прогресивното облагане по модела, действал до края на 2007 г.

За плосък данък се обявяват ГЕРБ, „България на гражданите” и ДПС, докато прогресивно облагане искат една дясна партия - ДСБ, и БСП. Всички опозиционни партии считат, че държавата губи най-малко два милиарда лева от съществуващия в момента сив икономически сектор и от данъчните измами. Това означава, че голям дял от продукта, който икономиката създава, се реализира, без да бъде обложен.

Макар и управлението на ГЕРБ да започна с обещание да се спрат данъчните измами. Скандалите от подслушани телефонни разговори на премиера, членове на правителството и митнически представители породиха съмнения за волята на предишното правителство да се справи с проблема. ГЕРБ е една от малкото партии, които не афишират в предизборната си платформа мащабни действия за справяне със сивия сектор, но за сериозността на проблема предупреждава и Европейската комисия, според която една трета от икономиката вече функционира в сивия сектор и от нея не се събират никакви данъци”. Както се вижда, темата за данъчното облагане на доходите е коментирана в „Капитал Daily” на широк фон, а не е ограничена само до предизборните обещания.

## АЕЦ Белене

В. „Репортер”, гръмка представян като „Информационно чист продукт, гарантиран от вестникарска лаборатория Блъсков и фамилия” (!), ни предлага

коментара на информационно неясния Антон Тодоров „Предизборните гримаси на БСП”. Текстът, който започва така: „Ако незапознат с политическата специфика в България човек се опита да анализира българските партии, отчитайки единствено официалните им версии за собствената идентичност и способности, със сигурност ще изпадне в сериозно затруднение. Няма как да бъде иначе. Бившите комунисти от БСП например, които имат само един завършен управленски мандат за всички години на прехода, заявяват без капчица свян себе си като единствена управленска алтернатива. Устремили са се към властта, без да могат да дадат доказателства, че след тях няма да ни сполети поредна катастрофа”, по-нататък се занимава с приликите между България и Русия.

Авторът критикува БСП и по повод на Белене пише следното: „Като добавите и директно заявеното намерение за рестартиране на АЕЦ „Белене”, изпълнението на предизборните пукотевици на социалистите наистина могат да доведат до крах националните финанси.

Да поставяш рестарта на проект за 20 млрд. лева като ключов за възраждането на страната, при положение, че днес почти се спират ТЕЦ-ове заради липса на пазар на произведения ток това само БСП може да измисли. Толкова е налудничаво и в директен конфликт със здравия разум. Страхувайте се също от официалните привидности на БСП, изразени в документите на тази партия. Там целта често е да се прикрие възможната политика, която тази партия ще води, ако отново е във властта”.

Това е често срещан похват при коментарите, когато твърденията целят да убедят аудиторията повече с епитети и квалификации, без обаче да се привеждат конкретни данни, които реално да ги подкрепят и защитават.

### **ЕРП дружества**

В началото на коментара във в. „Дума” с краткото заглавие „Ламя” (13.04.) Светла Василева пише така: „Енергийните дружества искат цената на тока да се вдигне с 20 на сто... Всеки българин ще каже, че това е цинично. И

ще бъде хиляди пъти прав след 4-годишния тайфун ГЕРБ, оставил нищета, мизерия, безработица, фалирали фирми и вилнеещи монополи”.

Текстът преповтаря известни аргументи и не толкова анализира проблема с високата цена на електроенергията, колкото цели да покаже, че управлението на ГЕРБ е било лошо: „Абсурдното е, че тия, дето ни натресоха трагедията, искат пак да управляват! За последните две години с неутолима алчност и със стахановски устрем ГЕРБ преизпълниха 3 пъти плана за солари до 2020 г. И превърнаха тока в ламя - за доходите ни. Сега отново искат мандат. За какво? За още от същото?”

Във „Виртуозът на моментите” (сп. „Тема”, 14.04.) Веселина Седларска покрай критиката на Бойко Борисов и на общата предизборна ситуация с недостатъците на основните партии, съвсем между другото намесва ерепе-тата и АЕЦ Белене.

Тук ще отворим една малка скоба, за да посочим, че с годините на „прехода” в българските медии се установи някакво своеобразно преливане и смесване, като при дифузията, която е процес на пренос на материя или енергия от област с по-висока концентрация към област с по-ниска концентрация. В журналистическия случай посоката не е напълно ясна обаче. Веселина Седларска, която е наблюдател в сп. „Тема”, както и Любослава Русева, която работи за в. „Преса” и сп. „Тема”, са също така сред петимата основатели на сайта reduta.bg, за който във „Вместо програма”<sup>7</sup> те пишат, че там „няма главни редактори, собственици и изобщо представители на кастата, която борави с абсолютната истина”. Като начало в reduta.bg те ще събират текстовете си, които „иначе са пръснати по разни вестници, списания, блогове и сайтове”. Текстът „Разводи по сицилиански” на Любослава Русева се появява в reduta.bg, ако се съди по датата на първия коментар под него<sup>8</sup>, на 13.04., а

---

<sup>7</sup> Вместо програма. Reduta.bg. Достъпно на: <http://reduta.bg/v2/node/987>

<sup>8</sup> Русева, Л. Сюжети по сицилиански. Reduta.bg. Достъпно на: <http://reduta.bg/v2/article/%D1%81%D1%8E%D0%B6%D0%B5%D1%82%D0%B8-%D0%BF%D0%BE-%D1%81%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8>

текстът „Разводи по италиански” (разликата е само в една дума в заглавието) в сп. „Тема” е с дата 14.04.

### **Забраната на тютюнопушенето на закрито**

В „Сюжети по италиански” Русева в типичния си стил да използва някакъв европейски или световен стандарт, спрямо който да отнесе сюжета, който ще коментира, намира опора в италианското кино от 60-те години, за да изгради убедителен паралел с раздялата в ГЕРБ между депутата Емил Димитров и лидера Бойко Борисов. Така тютюнопушенето проблясва мимолетно в разкритията на Комисията за установяване на конфликт на интереси за поведението на Димитров.

Един от първите материали, изцяло пряко обвързан с една от петте теми, се появява в Новините на Нова ТВ (19 часа, 20-а новина) на 18.04. Интересно е да се отбележи, че макар за тютюнопушенето да има едва 37 косвено или пряко обвързани с него текста, му се падат най-много от ясно посветените на злободневната тема текстове. Излъченият репортаж е доста голям, като в него са представени със звукови цитати на партийните лидери позициите на предвожданияте от тях формации (вж Приложение 3).

Темата за позицията на Сергей Станишев/БСП за пушенето предизвиква голямо внимание и тя попада в новините на много вестници на 22.04.2013 г.: „БСП ще връща пушенето в кръчмите”, подзаглавие „Сергей Станишев ще гледа под лупа новите назначения в енергетиката”, в. „Преса” (Христо Христов); „БСП връща пушенето в заведенията” във в. „Телеграф”; „БСП е за връщане на залите за пушачи в заведенията”, в. „Класа”; „Станишев връща залите за пушачи”, в. „Репортер”; „Сергей пак котка пушачите”, в. „Всеки ден”; „Сергей сваля цигареното вето” с подзаглавие „Цветанов държи шефа си с информация, твърди социалист № 1”, в. „Стандарт” (Матей Бонев); „БСП иска залите за пушачи обратно” с подзаглавие „Станишев обеща да следи кадровите смени в енергетиката”, в. „Дума” (текстът с автор Петър Георгиев е на първа страница с пренос на втора).

Причината за това най-вероятно не е само в близостта на темата за тютюнопушенето до всеки човек, или че тя няма нужда да бъде аргументирана с данни, числа или т.н. Причината за това изобилие на заглавия само за едно събитие е и във възприемането на изказванията на политиците като легитимни от нашата политическа култура, както и в лесния достъп на журналистите до тях. Разбира се, в събитийното ориентиране на медиите, за което стана дума в началото.

По темата за отзоваването на депутатите на практика няма какво да се анализира, защото тя се появява мимолетно в много малък брой текстове.

## **Коментарните текстове**

Както може би стана ясно от анализа, *сравняването на програми е основно съдържание на преобладаващата част коментари*. Така е и в коментара на Лилия Цанева, в. „Труд“ (15.04.), „Изборна програма или изборна хипноза“. Както в голямата част от коментарите, и тук *основното сравнение е между ГЕРБ и БСП, а така се появяват и темите, които следим*. В частта за ГЕРБ: „Зачеркнал си швейцарското правило за пенсиите, но сега ще го връщаш. Запазваш плоския данък, с който се гордееш, нищо, че е приет от друг (в случая тройната коалиция)“. В частта за БСП: „Гвоздеят“ премахване на плоския данък, въведен от Пламен Орешарски като финансов министър и отменен от Орешарски като кандидат-премиер обаче си звучи, меко казано, странно и рисково, на ръба на излитането от виража на завоя“. Приведените кратки откъси илюстрират появяването на темата за данъчното облагане на доходите чрез отношението към плоския данък на ГЕРБ и БСП, партиите - главни конкуренти на предсрочните избори.

Специално внимание заслужават коментарите в местните медии. „Новият парламент 5 пъти по-голям“ с подзаглавие „И всички вляво - това показват обобщените предизборни обещания на партиите“ във в. „Седмица“, Казанлък, на Иван Велчев (19.04.) е много голям текст, който използва ирония, преминаваща на места в сатира, за да бъде обрисувана ситуацията с



предизборните обещания и амбициите на 38-те партии и 7-те коалиции, които са в надпревара към парламента.

Друг коментар на същия автор излиза във вестника на 26.04. - „Радикално леви размисли“ след едно посещение...“. В този текст Иван Велчев съсредоточава вниманието си върху БСП и нейните предизборни обещания, към начините на редене на листите на партията.

Налага се впечатлението, че *преобладаващата нагласа в коментарите е на тотално недоверие към партиите и техните обещания*, което ясно личи още в заглавието на следващия материал например: „Код „Розово“ за предсрочните избори“ с подзаглавие „Формациите се надпреварват да дават неизпълними и лъжливи обещания“ във в. „Репортер“ от 19.04. *Внушението, че става дума за празни обещания, че целта е само печелене на гласове на предстоящите избори, не би могло да мотивира аудиторията на медиите за участие в изборите.*

Има коментари, които съчетават *важността на икономическите проблеми с недоверието в обещанията на партиите*. Такъв е текстът на Страхил Делийски във в. „Преса“ (19.04.) под заглавието „Кой какво ни обещава за икономиката“. Авторът започва така: „Предизборната кампания е в кулминацията си, а с нея и борбата за сърцата на българските избиратели. За сърцата, защото основните политически партии са фокусирали посланията почти изцяло върху емоционалните нагласи. Сякаш политиката е любов и омраза, а не дейност, която трябва да решава всекидневните проблеми на различните социални групи, чиито представители партиите претендират да бъдат. В страните с висока степен на демократична култура предизборната кампания е поле за сблъсък на различните визии за управление, които са пакетирани като рационални политически предложения. В основата на тези предложения е икономиката и неслучайно от дълго време насам специалистите по електорално поведение говорят за „икономизация на политическите предпочитания“. Това означава, че избирателят поглежда предложенията на партиите в сферата на икономиката и финансите и с оглед на социалната си позиция преценява кое от тях е най изгодно за джоба му. Може да звучи малко

цинично, но това е в основата на рационалния политически избор. Защото телевизионното шоу не пълни хладилниците.

В този смисъл икономическите и финансовите политики са основното поле, на което партиите се позиционират като леви или десни“.

Подобен е коментарът на Александър Маринов във в. „Банкеръ” от 20.04. със заглавие „Сатанинско упорство в грешките“, който започва така: „Известна е мисълта „Човешко е да се греши, сатанинско е да се упорства в грешката“. Нашата действителност роди много добра перифраза на тази мъдрост - наскоро чух една безпощадно точна реплика към участник в дискусия, рецитиращ изборния слоган на ГЕРБ: „Вие воля за власт имате, срам нямате!“ Всъщност, репликата е напълно валидна за всички, които са участвали в разсипията през последните години, а днес отново са се наредили на опашка за власт. Воля, по-точно мерак за власт, безспорно има, и то в излишък. Но чувство за срам? Готовност да се признае грешката? Покаяние? Тези нагласи и постъпки са напълно чужди на българските елити. Липсата на каквато и да било готовност да се отчитат и да носят отговорност пред обществото пък се е превърнала във втора природа на политиците ни“.

В броя на „Банкеръ” от същата дата е поместен и коментарът на Калоян Атанасов „Едно-две-три, дайте им пари!“ с обясняващото основната тенденция подзаглавие „Предизборните програми и изяви на основните партии преливат от празни социални обещания“.

*Общото в тези коментари е експресивното слово, което скрива отсъствието на конкретика и измерими аргументи.*

Масова практика са интервютата с водачи на листите в провинциалните вестници или дори публикуване на материали на шабовете като публикацията на Коалиция за България със същото заглавие и подзаглавие „Общински предизборен център Айтос“ във в. „Черноморски фар”, Бургас (на 22.04.).

Пиар-ите на партиите явно са свършили доста добра работа, защото са осигурили интервюта с водачите на листи. При това става дума за *коментарни интервюта, чийто общ брой е 82*, в които се споменава някоя от петте следени теми. Присъствието в този жанр е следното:

- Сергей Станишев (БСП) - 7,3%,
- Делян Добрев (ГЕРБ), Иван Костов (СДС), Костадин Марков (СДС), Мариана Бояджиева (БСП) - 4,9%,
- Бойко Борисов (ГЕРБ), Лиляна Павлова (ГЕРБ), Янаки Стоилов (БСП) - 3,7%,
- Драгомир Стойнев (КЗБ), Милка Христова (КЗБ), Корнелия Нинова (БСП) - 2,4%.

При появата на някоя от петте предварително избрани теми в електронните медии това става най-вече в интервюта на Иван Костов, ДСБ.

Свидетелство за успешната работа на пиар-ите са също еднаквите текстове в провинциалните вестници, тоест по-широкото разпространяване на една и съща информация, например: „ГЕРБ: Заставаме зад Цветан Цветанов”, в. „Черноморски фар”, Бургас, и „ГЕРБ с декларация срещу опитите на БСП да създадат изкуствен компромат”, във в. „Бургас днес и утре”, и двата от 19.04. И в двата вестника става дума за това, че „ГЕРБ-Бургас застава зад всички действия на заместник-председателя на ПП ГЕРБ Цветан Цветанов и борбата му с организираната престъпност, в качеството му на министър на вътрешните работи“.

\*\*\*

В заключение може да се обобщи, че предизборната кампания в медиите, макар и проследена само през пет предварително избрани теми, показва липсата на дискусия по същество по проблемите на българската държава и българското общество, а е калейдоскопично дефиле на обещанията на партийни лидери и водачи на партийни листи, съпроводено от журналистически коментари, които ни казват в прав текст, че няма смисъл да играем ролята на негова публика.

## Приложения

### Приложение 1

„На 24-ата година от началото на промените десницата (традиционната и, както лидерите ѝ твърдят, автентичната) в България е в тежък нокаут. Не поради тежко кроше, прав или ъперкът, който левицата ѝ е нанесла, а заради невъзможността да консолидира собствените си сили и да убеди гласоподавателите в тезите си.

Зад раздробяването и свиването на българската десница стоят много по-сериозни причини от личните взаимоотношения между лидерите. След финансовата криза, поразила света през 2008 г., икономическата философия на дерегулация, която повечето десни партии в Европа и Америка проповядваха, беше компрометирана. За обозначаване на явлението се използват различни имена - неолиберализъм, пазарен фундаментализъм, либертарианство, но спорът за понятията тук не е толкова важен. Въпросната концепция доведе до изкривявания в политиката и икономиката в целия свят, а истинският размер на деформациите все още не е известен. С просто око се вижда обаче свиването на средната класа и овладяването на ресурсите от малцина. Впрочем едно от „достиженията“ на ултрадясната идеология е, че успя да направи Карл Маркс отново актуален.

В българските медии от две-три години се води открит дебат за последиците от провала на пазарните илюзии. В него участват Огнян Минчев, Петър Волгин и Валери Найденов. От другата страна са Калин Манолов и известните икономисти пазарници от неправителствени организации. Политиците обаче не дебатират. Най-много БСП, които въведоха *плоския данък*, да извикат от време на време плашилото „неолиберализъм“, за да сплотят предизборно редиците.

След 1989 г. левицата също нямаше еднозначно отношение към миналото си, а и до днешен ден не е намерила сили да го осъди. Въпреки мимикрията в нея все пак имаше хора, които признаваха грешките и престъпленията. Ситуацията с десните партии години след краха на пазарните илюзии, чиито основни глашатаи бяха те, е „ни лук ял, ни лук мирисал“. Никой не намери за необходимо да погледне назад и да каже „сбъркахме в сляпата вяра в свободния пазар“. А тъкмо едно просто „извинявайте“ щеше да бъде най-печелившият политически ход. Защото то можеше да убеди голяма част от високообразования електорат, че реалният прочит на миналото в българската политика все пак е възможен.

Тази седмица се видя как личността на покойната Маргарет Татчър, която заедно с Роналд Рейгън се смята - правилно или не - за политическото лице на неолибералните идеи, разделя Великобритания на два лагера. Всичко това е косвено свързано и с България и пътя, който тя извървя. Интересен въпрос е дали той можеше да бъде по-различен. Но тук вече навлизаме в друга област - за сериозните политически дебати, които у нас така и никога не се провеждат...”

## Приложение 2

„В развитите демокрации, към които се стремим, на хората им е все едно кой е ляв и кой десен, виги - тори, демократи - републиканци, таратанци! Гласуват за този, който им гарантира по-ниски данъци за хората и за бизнеса! Как е у нас: 1. ГЕРБ - под сурдинка казват, че няма да пипат плоския данък, и бълнуват някаква данъчна ваканция. Ваканция значи ЛИПСА! Ще опростят данъци на някои, дето не са ги внесли, а тия, дето сме ги внесли... да го духаме, а? 2. БСП - която е чисто дясна партия на олигарсите, срамежливо пусна интифа за необлагаема минимална заплата, плосък данък до 4500 лв., а нагоре - прогресивно подоходен. Кого лъжете с този финт. Тези с над 4500 лв. не са на заплати...

3. ДПС - мълчат, като... електората си. На тях и без това все им е вътре.

4. Волен - за данъци не мисли! Мисли за гаджето Гаджева и за държавата и държавната субсидия.

5. На Кунева - всичко ѝ е такъв качамак, че не забелязва, че не е сложила сиренце в него. Всички обаче мълчат за убийствените за народа неизбежни косвени данъци - акциз и ДДС. Всички мълчат за кождерските данък сгради, пътен данък, винетки и такси смет! Мълчат за безобразните държавни такси! Мълчат за % на социалните и здравните такси, удръжки от заплатите и за това къде отиват парите ни.

Бенджамин Франклин беше казал: „Неизбежни са смъртта и данъците.” Но у нас двете идват накуп!”

### Приложение 3

„Като говорим за изборите, един важен въпрос отсъства от предизборните програми на политическите партии и в същото време той вълнува голяма част от хората в страната. Става дума за тоталната забрана за тютюнопушене на обществени места. Ще я отменят ли народните представители в следващия парламент или ще я запазят? По-малко от месец преди изборите потърсихме отговор на този въпрос от партиите, които бяха в предишното НС или според социолозите са основни претенденти за следващия парламент.

Репортер: Пълната забрана за тютюнопушене беше въведена с почти пълно парламентарно единодушие през пролетта на миналата година. Този консенсус обаче е под въпрос за следващото НС. Оказва се, че в политическите среди тоталното цигарено табу вече има сериозни противници. Дотолкова, че вероятността скоро отново да се пуши на закрито е 50%.

Таня Андреева: Едно либерализиране, но при ясни условия, при ясно разделяне в заведения, в офиси, в бизнес сгради на пушачи и непушачи би било една добра стъпка в тази посока да се мисли.

Репортер: Така почти сигурната бъдеща депутатка и непушачка потвърди обещанието на Сергей Станишев БСП да отмени пълната забрана за пушене. Основният опонент на левицата в лицето на ГЕРБ обаче е категоричен, че ще я брани докрай. Същото обещаваат и от България на гражданите.

Даниел Вълчев: Ние считаме, че тази забрана трябва да остане. Така е в целия цивилизован свят, така е в европейските страни. И в този смисъл забраната, разбира се, трябва да остане. Ние считаме, че това беше правилно решение.

Репортер: Атака накланя везните в обратната посока.

Волен Сидеров: Да, бих я отменил, защото тя пречи на бизнеса. Имам данни, че много заведения са пред фалит заради тази забрана и в крайна сметка трябва да се уважи желанието на хората.

Репортер: Макар да се води основен защитник на интересите на тютюнопроизводителите, ДПС клони по-скоро към запазване на забраната.  
Лютви Местан: Вероятно позицията на ПГ на ДПС, без да се ангажирам с предварителна прогноза, ще бъде по-скоро по посока на забрана.

Репортер: За облекчаване на забраната мислят и в СДС. На обратната позиция са бившите им партньори от ДСБ.

Иван Костов: Аз поставям на най-високо място, това е здравето на младите хора, които работят в тези заведения. Никой не може да накара човек да влезе, освен ако не го насили, въпреки волята му да влезе и да обслужва заведение, което има цигарен дим. Това не е редно. Това не е европейско.

Репортер: Компромис по австрийски модел пък ще предложи партията на Яне Янев, който също като Костов е ревностен непушач.

Яне Янев: Тези заведения, които искат да се пуши в тях, да имат такава възможност, но да са заведения само за пушачи, а други заведения да са само за непушачи.”