**Политическо поведение и ангажиране на младите хора**

*Ирена Тодорова*

*асистент в департамент „Политически науки”*

II част

**Форми на политически мобилизации**

Освен формалното членство в политическа партия съществува и друг тип участие в политически организирания живот или членството в политическо движение, което според Антоний Тодоров е по-нетрайно, но може от своя страна да изисква много по-голяма ангажираност. Това поведение се обуславя най-често от предишния политически опит на индивидите и социалните групи, имащи последващ ефект върху политическото ангажиране. В случая опита се разбира като част от индивидуалната и груповата политическа култура и се смята, че може при определени обстоятелства да бъде използван. Но има и друго мнение, което е господстващо напоследък, че мобилизацията в различни движения е някак си сама по себе си, а не резултат от предишни мобилизации, споменът от които се е запазил и може да бъде отново използван. (по Тодоров, 2010: 291)

Ангажирането в различни политически движения не би могло да се разглежда по-същия начин, по който се обяснява членството в политическа партия. Особено в ситуации, в които обществото е в криза то би могло да възникне спонтанно без предварителна обосновка. В книгата си „Частно щастие, публична дейност” Албер Иршман (Hirschman 1998) разглежда ангажирането и дезангажирането като поредица от дълги цикли на участие и оттегляне в частния живот, като по същество скъсва с биологичния подход. Хиршман също отбелязва и икономическия аспект ( подход ) при тези процеси или преценката на ползите от ангажирането, която е винаги субективна. (по Тодоров, 2010: 291)

Антоний Тодоров разграничава два типа партийно ангажиране (милитантизъм): стар (като например на комунистическите партии) и нов (или „дистанциран милитантизъм”). Според него милитантизмът се характеризира със силна самоидентификация с партията и отдаването на огромно значение на членството за личността. Вторият тип обаче дистанцираният милитантизъм запазва в по-голяма степен индивидуалната автономия и е основен подход при анализа на „новите социални движения” или както впоследствие ще ги наричам нови мобилизации. При тези движения членството не се формализира, но това не пречи личната ангажираност да е висока и индивидите да отдават изключително голямо значение на участието си. (по Тодоров, 2010: 294)

Ружа Смилова обяснява появата на нови мобилизации особено сред младите с драстичния спад на партийно канализираната ангажираност и преориентиране от всеобхватна идеологически мотивирана политическа ангажираност към политическа активност по конкретни въпроси, които не са идеологически мотивирани. Подобно преориентиране на политическата дейност на младите към директно постигане на целите без участието на партиите разкрива и очевидната загуба на легитимност на самите партиите. (Смилова, 2008)

Такова поведение се наблюдава все по-често, пример за мобилизации от такъв тип биха могли да бъдат Окупирай Уолстрийт в САЩ, Възмутете се в Испания или Анонимните – ние сме легитимни защото сме анонимни. В България все още няма мобилизации, прерастващи в движения, появява се обаче нов тип протестна култура, която излиза от традиционното схващане за политическо участие – „активизъм пред монитора“.

Едни от най-честите въпроси, който възникват около подобни форми на политическо участие са фокусирани върху тяхната кохерентност. Разпространено е мнението, че новите мобилизации (социални движения), които възникват в Интернет по ясни, пряко засягащи индивида проблеми не са последователни в посланията, които отправят и респективно размиват представата за конкретни резултати. Обикновено подобни социални движения изработват исканията си, докато протичат. Едни хора искат едно, други – друго, в един момент се събират и заедно достигат до онова, което всички си представят като общо искане. (Тодоров, 2013) Разбира се съществува и друга хипотеза, която отрича възможността за гражданска самоорганизация възниканала отдолу и разглежда тяхната поява, като предварително подготвен сценарий от заинтересовани от подобни прояви групи или политически партии. Аз ще възприема по-скоро схващането за тяхната спонтанност, като не отричам възможността впоследствие да бъдат манипулирани или политизирани.

Повечето процедурни решения в тези колективи или нови мобилизации се вземат с консенсус, но този консенсус по нищо не прилича на комунитарния идеал – единодушие. В интернет не се гласува, но пък мрежата на мнението би оживила една в по-голяма степен последователна и близка до гражданите демокрация. (Кардон, 2012: 100)

**Младите и новите извънпартийни мобилизации**

Съществува мнението, че младите хора са по-скоро наблюдатели, отколкото участници в политиката. Мога да възприема това твърдение за вярно, тъй като изследванията по темата го доказват, но не бих искала да го наложа като дефинитивно. Младите хора посочват нежеланието си да членуват в политически партии защото доверието в тях е изцяло подкопано, но не отричат възможността за партийна ангажираност при появата на нов политически субект. Също така младите са все по-малко склонни да са инициатори на граждански инициативи и протести, но не непременно отказват да се включат в тях. Липсват лицата или нека ги наречем младежките лидери, които да мобилизират, личната инициативност се явява по-слаба (почти невидима ) от желанието за директно включване – *не участвам, защото няма кой да ме поведе.*

Он-лайн пространството запълва до известна степен този дефицит на лидерството, като дава възможност за обединяване около каузи и интереси на случаен признак. Виртуалното включване обаче мобилизира граждански енергии, които често остават без център, без говорители и без „манифест”. Протестното поведение на младите, което започва първо в Интернет, а след това намира реално измерение, ме кара да смятам, че именно липсата на въпросните три компонента обяснява честото разочарование от последващия ефект. Размишлявайки върху младежкия интернет активизъм (гражданственост) в мен възниква въпроса възможно ли е да говорим за участие он-лайн, когато то не съществува оф-лайн?

Резултатите от прочуване на „Медиана” – „Медийно поведение на младежката аудитория в онлайн среда” направено през март 2012г. сред 15-29 годишни показва, че младите хора в България са „интернет зависими”. Близо една четвърт са посочили, че се изнервят, не знаят какво да правят, чувстват се изключително дискомфортно, когато нямат Интернет. Тези, които използват мрежата са 85% от 15-29 годишните, а сред най-младите (15-17 г.) 91%. 42% от младежи са посочили, че ползват Интернет всеки ден, а 25% са отговорили „почти непрекъснато съм свързан”. За една четвърт от младежите Интернет вече е станал основно средство за информация, а 40% търсят информация за събития първо там.

Имайки предвид тези данни можем спокойно да смятаме, че Интернет се превръща в предпочитана социална среда, където младите формират познания, мнения, нови контакти и изменят физическата си реалност. Можем да мислим дори че социалните и културните неравенства вече се определят вътре в зависимост от използваните он-лайн практики. От друга страна бързината на разпространение на информацията премахва желанието за следене на радио или телевизионни емисии или пък закупуването на вестник. Интернет допринася за разпространението на цял куп съдържания, които досега са били сдържани. Това отпускане разклаща традиционните граници, в които е било организирано знанието и разширява пространството на критиката, предлагайки нови източници на гражданско удостоверяване. (Д. Кардон:74)

Младежкият интернет активизъм е възможен и обясним, и по друга причина – достъп по всяко време чрез мобилни и други дигитални устройства, даващи възможност за он-лайн връзка почти навсякъде.

Разпространено е мнението, че младите хора са най-активни в социалните мрежи особено във Фейсбук. Според проучване на българо – датска компания „Комфо” (разработва приложения за Фейсбук) през 2011 г. броя на потребителите на социалната мрежа в България е близо 2 183 220 активни потребители, като следва да се има предвид че от тогава насам броят им е нараснал значително. [[1]](#footnote-1) Най-често във Фейсбук са младежите на възраст между 25 и 34 години 31% и 26% от 18-24 годишните. Относително слабо е присъствието на по-възрастното поколение. Друго проучване на демографията и потребителските навици във Фейсбук показва, че ползващите социалната мрежа са по-млади от средностатистическия интернет потребител. Интересен факт е, че степента на образование на потребителите е сравнително висока. Най-висок е процента на тези със средно образование 60, 1%, след тях са потребителите с висше образование 29, 3% бакалаври и 24, 0% магистри, а 14, 2% в момента са студенти. Със 100 - 200 приятели във Фейсбук са около 29, 0% от анкетираните, а с над 500 11, 82 %. Най-висок дял 36% бележат посочилите се като квалифицирани служители.

По-внимателният прочит на данните разкрива, че Фейсбук е среда на млади, с по-малко дипломи, разнообразни по своя социален профил потребители, които посредством функциите на социалната мрежа изразяват своята представа за света и споделят своята гражданска позиция. В този смисъл съвсем обяснимо е трансформирането на реалното политическо участие във виртуално или то е там където са младите – в Интернет. Мрежата позволява на младите да се групират в ниши по близост, за да разговарят, да се подиграват, да разпространяват информация като същевременно оценностяват своята идентичност. Чрез подобни микро изяви, много по-близки до размяната на думи, отколкото до публикуването на статия, те си присвояват Интернет като социално пространство от особен тип. (Кардон, 2012: 58)

Социалните мрежи и Интернет като цяло позволяват на хората да си кажат каквото искат и когато си искат, да провокират дискусии и разговори спонтанно, да се мобилизират и изработват колективи отдолу. Хората се чувстват освободени в словото си, а признаци на влияние като социален статус, религия, пол, възраст, образование, остават второстепенни. С други думи, всеки може да се изрази без да се позовава, да формира знания на момента да бъде „авторитет”. Но тази свобода и равенство често остава само привидна. Интернет формира лидери посредством техническите компетенции и грамотност на потребителите и демонстрираното желание за участие. Натискането на бутона „харесвам” под статия или коментар на приятел не е достатъчна форма на активност, нито пък приетата покана за включване (било то в протест, петиция, дискусия). Развитието на участието „натисни копчето” е неотделимо от масовизацията на употребите и предизвиква множество дебати. Но обезценяването на тези действия с мотива, че не са на същото изискано ниво като традиционните форми на дебата е само елитарен и консервативен начин да се затвори вратата на новите публики в Интернет. Мрежата сама по себе си дисквалифицира мълчаливите и пасивните и възпроизвежда разделения, чийто източник е неравното разпределение на социокултурните капитали. Корективът, предлаган от Интернет за тези скрити неравенства е разширяването на участието към формите на изразяване, които са много по-малко социално-културно взискателни. Интернет реабилитира малки, незначителни и мърморещи форми на участие. (Кардон, 2012:90)

Интернет допринася значително за покачване на степента на включване в гражданските и политическите процеси сред младите хора - активизират се, отправят искания, правят опити да влияят. Влиянието разбира се остава незначително, тогава когато се свежда до коментар във Фейсбук по политическите теми от деня, но поне отправя послания към институциите, че нещо не е наред. Паралелно, с нека го наречем „коментарното” участие Интернет мобилизира енергии, които се самообединяват изключително бързо около конкретна тема, а някои от тези мобилизации водят до реални протестни действия.

Бихме могли да разграничим два типа протести, които наблюдаваме напоследък и намират началото си именно в интернет пространството: протести от гняв (като се позовавам на Дичев), които се отнасят до безработица, бедност, безнаказаност, не носят резултат, но посочват проблемите и протести около конкретна кауза, които са обосновани и мотивирани предимно от екологични въпроси или грубо потъпкване на общия интерес.

Например, през февруари 2012г. около 1500 младежи се включват в протест против споразумението АСТА за борба с пиратството в Интернет. Това недоволство е обосновано от притесненията за ограничаване на свободата и словото в Интернет. Не е изненадващо, че най-активни в този процес са младите хора, тъй като младежкото присъствие във виртуалното пространство е най-голямо. Протестът се организира във Фейсбук (недоволството срещу “ACTA” започва от статия на студент, която критукува същността на документа ), където заявилите желание за натиск над управляващите чрез протестни действия са в пъти повече или 9000 души, но както споделят организаторите „подкрепата в Интернет означава и подкрепа за идеята“. Борбата срещу „ACTA” е борба срещу несправедливостта – социална критика, ръководена от представата за преразпределение на ресурсите, по-евтини познания, дрехи или музика.

През септември същата година в село Катуница синовете на Кирил Рашков (по известен като Цар Киро), който е от ромски произход (съден за престъпна дейност), убиват младо момче. Последвалите масови протести са продиктувани най-вече от чувството за несигурност, „циганска безнаказаност” и „цигански тормоз”, както личи от форумите в Интернет. Протестите около тези събития носят множество измерения, било то политически или етнически, в своята същност са съставени от млади хора, които се опитват с действията си да покажат несигурността, в която живеят. Заради безредици младежи биват задържани и отново във Фейсбук се организира група „В подкрепа на арестуваните българи в Катуница”.

Така, както този протест, така и множество други са провокирани от жертва, същия жертвен мотив се открива и в протестите по повод загиналите млади хора при автомобилни катастрофи или убийства от сбивания пред дискотеки или други подбуди. Този мотив за протестно действие се оказва по-силен от този за студентските такси и младежката безработица.

Еко каузата и защитата на природата със сигурност остават онези теми, които обединяват най-много младежи: Промените в Закона за горите, Шистов газ, Странджа, Иракли, Витоша, ГМО културите са все примери за протести, организирани от млади хора. Интернет във всички случаи се оказва силно мобилизиращо средство. Мрежата от хора и скоростта, с която се разпространява посланието позволява навременна обществена реакция, макар и често тя да не намира реално изражение извън виртуалното пространство, поне разкрива отношение.

Общото между гражданските мобилизации – ad hoc е че са провокирани не просто от конкретен проблем, а от вече случили ли се събития. Друга отличителна характеристиката е обединяването през Интернет. Ивайло Дичев, професор по културна антропология, определя протестите в България, като проява на едно и също недоволство, провокирано от различни контексти, където емоцията на възмущението замества разумния политически анализ. Тези протести са симптоматични, където цялата общественост е белязана. Хем повече равенство, хем по-ниски данъци. Хем човешки права, хем „циганите на сапун”. Хем сигурност, хем свобода. (Дичев, 2012)

Според него се появява ново глобално обществено мнение - без център, без говорители. Гражданите очакват, политическа воля за промяна, която да зададе перспективи, усещане за смисъл и солидарност, но разнопосочните искания и граждански послания поставят политиците в ситуация да не правят нищо, което от друга страна демотивира гражданите за последващи действия. Само по себе си политическото участие е безсмислено при отсъствието на кауза и идейна идентичност. В този смисъл конкретиката при исканията е от съществено значение за въздействие върху политиката.

Протестното поведение на младите е едната страна на политическо участие. Ако вземем тези примери можем да смятаме, че се заражда някаква форма на граждански действия, които ще имат бъдещи проявления. Не бива обаче да се изключва факта, че независимо, че медиите дават публичност на тези прояви (макар и не дотам обективно – историите на участниците, разкриват различна страна от тази, която се отразява в Новините) и дават основание да смятаме, че това е крачка към справянето с апатията, все още е твърде ограничена степента на младежкото политическо участие.

Протестните форми на поведение и интернет активността по политически теми са онова измерение на гражданско участие, до което най-често се докосват младите хора – новите извънпартийни мобилизации. Колективистичните подходи сега не са толкова разпространени и няма как да бъдат при наличието на все по-засилващият се младежки индивидуализъм. Индивидът сам по себе си има своето място в политическата система и е свободен да се обединява само при нужда, само когато го касае. В днешните реалности организирането се случва бързо през интернет технологиите, но и със същата сила се разпада. Виртуалните дискусии по теми от злободневието се случват, платформите показват съществуването на една критична маса млади хора, които чакат да бъдат припознати от институциите, като коректив, като участник, но множествената идентичност, която се оформя извън реално пространство крие проблеми. Интернет идентичността не е документалната идентичност, тя не е свързана с отделно място или родословно дърво и не е законово регламентира, поради тази причина трудно би могла да бъде припозната като легитимна.

Активността е продукт и на информираността, колкото повече познание, толкова повече желание за въздействие. С други думи прозрачността на институциите ( чрез е-правителство, отворени данни) е от съществена важност за политическото участие. Улесненият достъп до документите и решенията на националните и местни власти би подсилил включването в процеса по взимане на решения, но не би могъл да бъде основна предпоставка.

Все още можем да твърдим, че младите са по-скоро наблюдатели, отколкото преки участници в политическия процес. Тази публика обаче си пробива нов път, активизира се, някак си, макар и неосезаемо започва да влияе. Гражданствеността, която държа да подчертая не се изразява само в гласуване на избори придобива различно измерение, което се крие в силата на Интернет, на социалните мрежи, на блоговете и форумите. Неоспоримо е, че все по-малко млади хора имат възможност да се обричат на дългосрочни проекти/каузи – те струват време и пари. Партиите се деилогизират и се изпразват от ясно съдържание, с което си обяснявам и слабата им популярност.

*Институциите пък са тромави и на никой не му се занимава със свръх бързата администрация.* ( Г.С., 30г. )

Медиите на свой ред като средство, което следва да възпитава и да показва добрите примери не дават поле на изгубените в своята неизвестност млади хора.[[2]](#footnote-2) И именно заради този леко мрачен контекст и негативно конструиран образ публиката (в лицето на младите хора) остава все така статична.

Виртуалното като ново средство на политическото участие носи своите дефицити, това е и причината политиците да не вземат за легитимно случващото се там. Все повече млади хора се осмеляват с името, а не с псевдонима си да критикуват властта във фейсбук профилите си или личните си блогове, което е показател за отварянето на младите към общността. Все повече младежи (не платените[[3]](#footnote-3)) критикуват отявлено една или друга политик(а). Все повече млади хора биват заливани макар и косвено от нов вид гражданска енергия, която смея да твърдя скоро ще намери своето легитимно измерение.

Интернет създава възможност за ангажираност, за информираност, за участие, превръща се в социализиращ фактор. Младите хора откриват там възможностите да влияят и да се самообединяват, обогатяват дори своята политическа култура.[[4]](#footnote-4)

Новите информационни технологии „облекчават” (правят я по-лесна) гражданствеността, същевременно близка до младите. Разбира се формите са подменени и ако все още не носят същата сила, то поне засилват разбирането за случващото се, което неминуемо в един момент ще извади публиката от ролята й на наблюдател и ще я направи основен съзидател на политическото.

**Изборно поведение на младите**

Как гласуват младите? Има ли поколенчески разлики в избора на определена политическа партия или той се предопределя от цялостните обществени динамики?

Ще се опитам да дам отговор на тези въпроси, като се базирам предимно на социологически изследвания, екзит полове и анализи на експерти в областта. Изводите нямат претенция да бъдат максимално изчерпателни, тъй като точното систематизиране на абсолютните данни от изборите по възраст не е възможна цел за това изследване.

Ще разгледам как гласуват младите по време на парламентарни избори 2001, 2005 и 2009, също така ще се спра и на европейските и президентските избори. Поради отсъствието на достатъчно информация обаче, проведените по места избори за кмет и общински съветници няма да бъдат анализирани.

Избирам периода след 2000 година, защото именно тогава свършва политическия преход, появяват се нови партии различни от БСП и СДС, изникват непознати до този момент форми на мобилизации. Краят на двуполюсния модел отваря възможности за различен политически избор пред младите хора: първо защото идва времето на поколенията на демокрацията родени през 80те, но формирали се в годините на преход и второ защото с появата на интернет технологиите се отварят нови канали за информация и комуникация, различни от традиционните, където виртуалната среда се превръща в социализиращ фактор, инструмент за повишаване на политическата култура.

Когато става дума за политически избор мислим в няколко посоки:

* политическа лоялност (партията, за която гласувам като константа);
* събитийните предпоставки като предопределящи/ мотивиращи избора;
* политическият избор, като избор за „силния на деня“;
* отказът от политически избор ( не гласувам защото не вярвам, че моя глас е решаващ или не гласувам защото не ме интересува ).

Що се отнася до политическата лоялност можем да смятаме, на базата на изследванията върху младите хора, че тези които гласуват винаги за една и съща партията са тези, които членуват в нея. Все по-рядко се наблюдават твърди избиратели в младежка възраст, повечето от младите най-често формират своя политически избор дни преди самите избори или въобще негласуват. Има обаче и друга, макар и малка група младежи, които са наясно със своите политически убеждения, но не се чувстват партийно представени – в този случай или отказват да гласуват или дават своя глас за малки и маргинални партии.

В референтно изследване на Антоний Тодоров (по данни на ББСС Галъп Интернешънъл) е посочена степента на политическа лоялност сред различните поколения. Макар и информацията да е от края на 1999 година позволява да се направят някои основни извода. В този период посочилите, че винаги гласуват за една и съща партия са 52%, тези които са склонни да гласуват и за друга партия са 27%, а често подменящи своя политически избор 17,4%. Изследването показва още и поколенска връзка с политическата лоялност. ( Тодоров, 2010: 394 )

**Дял на поколенията през 1999 г.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Поколение* | *%* | **Cum. %** |
| “Демокрация” (под 24 години) | 13,0 | 13,0 |
| “Перестройка” (25-29 г.) | 7,4 | 20,4 |
| “Реален социализъм” (30-46 г.) | 28,9 | 49,4 |
| “Пост-сталинизъм” (47-58 г.) | 22,2 | 71,5 |
| “Сталинизъм” (59-70 г.) | 17,0 | 88,6 |
| “Буржоазно” (над 71 г.) | 11,4 | 100,0 |

Таблица ( Тодоров, 2010: 394 )

От тази таблицата става ясно, че ниска политическа лоялност се наблюдава предимно при „демократичното” и „перестроечното” поколения или 25,7% от първото и 24,0% от второто заявяват, че винаги гласуват различно. Имам основания да смятам, че тази тенденция прогресивно нараства, т.е. младите са все по-малко склонни да гласуват за една и съща политическа партия. Причинните за това могат да бъдат различни от деидеологизацията на партиите до честата поява на нови политически субекти (НДСВ, Атака, ГЕРБ, България на гражданите на Меглена Кунева). В изследване на общественото мнение на НЦИОМ през 2012 година се посочва, че младите са по-склонни да подкрепят нова политическа партия, отколкото по-възрастните поколения. Образованието и материалният статус също са определящи за политическата лоялност, но най-голямо влияние има интереса към политиката, а той е сведен до минимум при младите хора.

Парламентарните избори през 2001 година изменят радикално политическата картина в България. Появата на НДСВ успява само за два месеца да се наложи като партия и да спечели изборите. Позиционирана в центъра НДСВ разбива общественото мислене по посока ляво - дясно и предлага послания различни от тези за комунизма и антикомунизма. Младите не помнят предишния режим, а десните се изчерпват откъм идеи, политическия избор е очевиден „младите се кефят на НДСВ”, както посочва социологът Михаил Мирчев.

НДСВ измества политическия дебат за комунизма и фокусира общественото внимание към въпроси, които пряко касаят хората - по-добър живот, по-малко корупция, функционираща пазарна икономика, но причините за тази промяна са породени и от поколенския характер. Към 2001 г. не по-малко от 12% от възрастното население в страната е на възраст под 16 години към 1989 г., т.е. няма личен жизнен опит от времето на комунизма. Към тях можем да добавим още 14%, които са изживели комунизма в съзнателна възраст от времето на „перестройката” (т.е. не познават сталинския комунизъм, а навлизат в активна възраст във времето на оживените спорове на историята и бъдещето, характерни за времето 1985-1989 г.). Така ще си дадем сметка, че към 2001 г. поне за 25-26% от избирателите (това представляват около 1,6 млн. души) нямат основания за особена чувствителност към темата за комунизма – тях той вече не ги вълнува, нито отрицателно, нито положително. ( Тодоров, 2010: 407 )

Според проучване на социологическа агенция АССА-М направено една година преди изборите (и преди появата на НДСВ) през 2001 година 75% от младите хора няма да гласуват, което е 2 пъти по-малко в сравнение с изборите през 1997 година. В същото изследване е посочено, че на СДС симпатизират около 24% от българите до 35 години, а на БСП - 6%. Тази прогноза се оказва не вярна, което отново потвърждава тезата, че младите се мобилизират при появата на нов политически субект. Друго изследване обаче направено от Българско сдружение за честни избори малко преди датата на изборите разкрива че 45% от младите българи няма да гласуват на парламентарните избори, а други 11% пък се колебаят.

Избирателната активност на парламентарните избори през 2001 година е по-висока с близо 4% или 66,01 % в сравнение с изборите през 1997 година, когато е 62,40% или 300 000 избиратели повече са гласували. Въпреки, че не можем да изчислим с точност колко от младите са гласували въобще на тези избори и респективно за кои политически сили, можем да смятаме, че появата на НДСВ мобилизира нови избиратели предимно в младежка възраст, които или са гласували за СДС преди това, или въобще не са гласували.[[5]](#footnote-5) Антоний Тодоров определя избирателите на НДСВ като мобилни избиратели, които обичайно не са избирали между „сините” и „червените”.

След 2001 година избирателната активност като цяло спада, нараства недоверието в политиката, политическите партии и институциите, независимо от мнението на някои изследователи за консолидация на демокрацията и стабилизирането на политическата система. Членството в партии и други колективни форми на участие намалява, като сред младите то е едва 3%.

През 2005 година се структурират нови политически партии като Атака и ГЕРБ (2005 – 2007), които допринасят за осезаемото разместване в политическото пространство. И двете партии са лидерски начело със силна фигура, без която просто няма да съществуват. Мобилизациите около тези нови политически актьори идват именно по посока крайно дясната реторика на Волен Сидеров, привличаща разочаровани и маргинални социални групи и популисткия дискурс на Бойко Борисов, типичен за всеобхватните партии (catch all). Наред с това можем да добавим и че СДС се разцепва, като напусналите заедно с Иван Костов създават нова партия Демократи за силна България. Тази разединеност на „сините” разколебава сериозна част от твърдите им симпатизанти и избиратели, което най-ясно личи от слабите им изборни резултати.

Какво обаче става с НДСВ по време на изборите през 2005 година? Създадената през 2001 г. партия увлича широк кръг от гласоподаватели, като включва разнородни социални и демографски групи. Въпреки това НДСВ не успява да привлече типичните за ОДС високообразовани градски слоеве и пенсионерите, които са традиционно ориентирани към БСП. Независимо от способността на НДСВ да привлича по време на избори нови избиратели ( 1/3 по данни на Алфа рисърч от този период ) получените гласове на парламентарните избори през 2005 година намаляват значително. За НДСВ са гласували 725 314 или 19,88% от избирателите, което е с над един милион по-малко избиратели в сравнение с 2001 г. Към тези сметки можем да добавим и отцепването на Новото време от НДСВ, което не успява да влезе в парламента, но отклонява около 3% от гласовете за НДСВ. Социологическите агенции показват, че за Емил Кошлуков (лидер на Новото време) са гласували предимно млади хора на възраст между 18 и 29 години. В изследване на Михаил Мирчев за електоралните нагласи на младите направено през ноември 2004г. се посочва, че повечето политически настроени младежи у нас се определят като хора с центристки убеждения. Данните показват, че 45% от младите между 18-29 г. се определят като хора с центристки убеждения, тези с десни възгледи са 23%, а 9% имат леви убеждения (като в началото на годината като леви са се определили 17% от младите). Подобни са и нагласите сред възрастовата група 30-39 г., където левите са 14%, десните 19%, а в центъра 44%. През 2001 година симпатизантите на НДСВ в младежка възраст според същото проучване са били 29% сред тези на 18 – 29 годишните и 24% сред групата на 30 – 39 годишните, а тези на СДС и БСП около 12%. Близо 55% от младежите обаче не симпатизират на никого. Интересен е фактът, че в началото на 2004 година 17% от младите заявяват, че ще гласуват за БСП (които през ноември намаляват с 4%), което е повече от посочилите, че ще гласуват за сините. Това означава, че миналото за младите няма значение и правят своя политически избор не на базата на исторически предпоставки.

Имаме основание да смятаме, че повечето от младежите са гласували за НДСВ и Новото време: първо защото разгледаните по-горе данни очертават центристкия профил на младите и второ защото от анализ на Алфа Рисърч става ясно че 1/5 от симпатизантите на НДСВ са в младежка възраст до 35 години. След НДСВ можем да наредим по численост младите, които са дали своя глас за БСП, тъй като левицата печели изборите като получава 30,95% или 1 129 196 гласа. Сред тези над 400 000 гласоподаватели повече от 2001 г. със сигурност се откриват и не малко младежи, които до сега не са гласували за БСП. Според експерти успеха на БСП се дължи на т.нар. „нови леви” – млади поколения от градските центрове, образовани със сравнително добър социален и материален статус. Към този момент подкрепата на тези слоеве позволява на БСП да разшири общественото си влияние и да се превърне в партията с една от най-широките социални бази. (Петрова, 2009)

Новата крайно дясна партия Атака привлича предимно симпатизанти, които са разочаровани от прехода и политическия елит, по-ниско образовани и безработни. Темите, с които си служи в предизборната си кампания, като корупцията на прехода, съсипването на икономиката, ощетяващата средния българин, непрозрачна приватизация и т.н. ясно определят профила на избирателя на партията. Това са хора със средно (или по-ниско) образование, жители на малки населени места и областни градове, от два специфични възрастови диапазона: или под 30, или над 50 години. По-младите са привлечени повече от патриотичната и националистична риторика на Атака, застъпвайки твърдо позиции, че в собствената си страна българите трябва да имат повече права от чужденците. Повече от всички останали те са против съобразяването с религията, традициите и мненията на различния и са склонни да защитават тези си позиции в публичен спор.(Стоянов, 2009)

Резултатите от екзит пол на ББСС Галъп Интернешанъл ни дават следната информация: за БСП са гласували 16, 70% от младите на възраст 18-30 и 19% от тези на 31 – 40 години; за НДСВ 27, 4% ( 18 -30 ) и 23, 8% ( 31-40 ); СДС 10, 1% ( 18-30 ) и 9, 3% ( 31 – 40 ); ДПС 14, 3% ( 18 – 30 ) и 13, 2 % ( 31 – 40 ); 5, 9% други. От тези данни е показателно, че за ДПС гласуват повече младежи отколкото за СДС и с 2% по-малко от тези на БСП. Тези избори втвърдяват електората на ДПС и прибавят към него и нови 120 000 гласа, дяла на младежкия вот не просто се покачва, а е повече от този на по-възрастното поколение, където е средно около 8%. За НДСВ гласуват най-много младите хора на възраст между 18 и 30 годишни в сравнение с по-възрастните поколения, където 21, 5% ( 41 – 50 ), 17, 7% ( 51 – 60 ) и 15, 1% ( 60+ ). За СДС отново най-много млади хора гласуват, но като тук съотношението между възрастовите групи е по-скоро балансирано. За БСП независимо от новия младежки прилив, най-високия процент от избиратели са представители на най-възрастното поколение.

Равносметката от тези избори е, че младите хора продължават да гласуват по-скоро за центристки и десни партии, но се заражда нова вълна на младежко левичарство. Тези „нови леви”, както ще видим по нататък в анализа ще намалят своята активност по време на избори, не заради колебания в своите убеждения, а заради недоверието в българската левица.

Този спад в гласовете на БСП личи още на проведените през 2007 година европейски избори. Резултатите показват красноречиво, че кампанията „България-презареждане” не успява да презареди с достатъчно енергия младите леви. Гласовете за БСП са 476 618, предимно от избиратели с хомогенен социално-демографски профил. Над 70% от гласувалите за БСП са пенсионери на възраст над 61г., живеещи в по-малките градове и селата, със средно и по-ниско образование. (Петрова, 2009) Екзит пол на ББСС Галъп Интернешанъл показва, че за БСП са гласували 8, 8% от младите на възраст 18 – 30 и 8, 6% от тези на 31 – 40 години.

Наред с губещия младежкия вот се появява и печеливш политически субект на изборите за Европейски парламент през 2007 година. Структурираната вече партия Герб е политическата сила с най-много получени гласове. Твърдите привърженици на Герб се оформят като представители на средната класа, 40 – 50 годишни, с малък или среден бизнес, със средно или висше образование. Избирателите, които биват определяни като периферия и които са повече от твърдите са именно младите хора, които според Галъп са 30, 8% ( 18 – 30 ) и 33, 7% ( 31 – 40 ) от гласоподавателите. Типичният представител на тази по-широка периферия е на възраст под 40 години, жител на по-малки градове в страната, учащ, упражняващ ръчен труд или дори безработен. Именно тази част от привържениците на партията създава неустойчивостта на електоралната й подкрепа, но по време на европейските избори най-голяма процент от гласовете за Герб идва от по-младите й симпатизанти. (Стоянов, 2009)

На изборите за европейски парламент отново за НДСВ са гласували значителен процент от младите хора приблизително 17%, като това можем да обясним освен със силните политически фигури и с факта, че НДСВ е сред партиите с най-успешни и атрактивни предизборни кампании. Най-младият електорат на тези избори се открива сред Движението за права и свободи, като това са около 24% от избирателите на партията, но за разлика от БСП и НДСВ избирателите на ДПС са най-силно мобилизирани. Първите европейски избори в България ще останат в историята и с най-ниското политическо участие до този момент в сравнение с всички проведени до сега парламентарни, местни и президентски избори - 29,6%.

Президентските избори през 2006 година не променят особено картината при младите гласоподаватели. Ако приемем, че младите хора са по-скоро в центъра на политическия спектър, отколкото вдясно бихме могли да предположим, че много от тях въобще не са гласували на първи тур, тъй като НДСВ не издига своя кандидатура. Независимо от мажоритарния елемент при президентските избори и привидните надпартийни кандидатури издигнати от инициативни комитети всички участници в изборите имат своя ясен партиен етикет.

На първи тур Неделчо Беронов печели 9, 8%. Можем да смятаме, че младите симпатизанти на сините са се активизирали и са гласували за Неделчо Беров, но е твърде вероятно и да не са стигнали до урните поради не достатъчно атрактивния за тях политически образ на кандидата и цялостната демобилизация на сините. Георги Първанов на първи тур получава 64, 0%, а на втори 75, 9%. Имайки предвид, че Георги Първанов стига до балотаж с Волен Сидеров, който успява да мобилизира 21, 5% от избирателите на първи тур, а на втори 24, 1% е ясно, че много от избирателите са гласували не за БСП, а за по-малкото „зло“. На втори тур Симеон Сакскобурготски призовава да се гласува за кандидата на левицата, което предполага и част от младежкия електорат на НДСВ да се мобилизира. Според разпространени мнения и коментари в интернет пространството младите хора почти не са гласували на президенстките избори през 2006 година. Според резултатите на Галъп почти 77% от младите са предпочели да гласуват за Георги Първанов, а за Волен Сидеров приблизително 24%.

През периода на управлението на тройната коалиция (БСП, ДПС и НДСВ) общественото доверие в политиката драстично намалява. Гражданите се „политизират негативно“ в смисъл, че се интересуват от властта, но не и от политиката. Като допълващ елемент към всичко това се явяват и местните избори през 2007 година, като избори с множество злоупотреби, купуване на гласове, контролиран вот. Резултатите от тези избори показват, че основните политически субекти са БСП и Герб, като получили най-много гласове. След тях се нареждат ДПС, Атака и НДСВ. Десните (СДС и ДСБ) получават добри резултати в София, но не и в страната.

През 2009 година по време на парламентарните избори политическата мобилизация на младите нараства. Ще цитирам Антоний Тодоров, според който политическата мобилизация разкрива динамичната страна на политическото участие – моментите на промяна на политическите предпочитания, на промяна на политическото решение, но най-вече на промяна на политическия статус, промяна на състоянието на индивида по отношение на политиката: от негласуващ към гласуващ или обратно, от привърженик на една партия към привърженик на друга партия, от активист към пасивен наблюдател или обратно. (Тодоров, 2010: 454)

Герб успяват да увлекат не само по-младите избиратели, които до този момент са привърженици на НДСВ, СДС дори и Атака, но да накара и такива, които никога не са гласували да го направят за първи път. Причините за включването на индивидите в политиката (което може да бъде участие или временно или по-дълготрайно неучастие) могат да бъдат различни, да действат поотделно или кумулативно в рамките на определен институционално-културен комплекс. Включването на индивидите в политически дейности може да бъде в резултат на: нормативно изискване; създаден с поколенията навик; външен натиск; вътрешно убеждение или емоция, причинена от средата. (Тодоров, 2010: 454) В случая младите гласуват за Герб първо защото виждат възможност за промяна, така както и цялото общество, но ролята на лидера Бойко Борисов в случая се оказва по-важен фактор от промяната. Харизмата и силната ръка на Борисов привличат огромна част от населението, които осезаемо подсилват избора за новата политическа партия алтернатива на статуквото.

Екзит пол на Алфа Рисърч дава следната картина: за Герб са гласували 45, 7% от младите на възраст 18 – 30г., 45, 3% от тези на 31 – 40г. Избирателите на Герб са изключително разнородни и разбити почти еднакво по възрастови групи, но най-много от гласоподавателите са младежи. На пръв поглед данните ни връщат към изборите през 2001 година, където отново фигурата на Симеон Сакскобурготски и алтернативата на традиционните политически партии отправят към урните младите хора. Разликата обаче е в това, че броя на младежите решили да гласуват е много по-голям от броя на тези гласували за НДСВ през 2001 година. Избирателната активност е по-ниска или 60, 20% за разлика от 2001 г. , където е 66, 01, броят на гласовете за Герб е с около 300 000 по-малко от тези за НДСВ тогава. Избирателната активност в Студентски град е изключително висока около 65%, което показва значителен интерес на студентите към изборния процес. Герб провежда много активна кампания в Студентски град, което дава основание да смятаме, че студентите са гласували предимно за Бойко Борисов. Една от най-големите привилегии на Герб е че успява да привлече колебаещите се избиратели и да активизира младите хора.

БСП губи почти половината от привлечените младежи през 2005 година и заради негативите от тройната коалиция и партньорството с ДПС, и заради усещането сред новите леви за „излъганите” надежди и неоправданите очаквания. Целенасочената предизборна кампания този път не дава очакваните резултати и отново успява да мобилизира повече възрастното поколение. На тези избори се явява и партия Зелените, която е партия получила макар и недостатъчно гласове, за да влезе в парламента е в съществената си цялост партия на младите екозащитници.

За сравнение проведените месец по-рано европейски избори не са показателни за последващите парламентарни избори. Герб успяват да отнемат гласове от Атака и от НДСВ (дори не успява да премине 4% бариера и остава извън парламента). Но и тук отново най-много млади гласуват за Герб близо 30% според данни на Алфа Рисърч.

Президентските избори през 2011 година отново са показателни за широката популярност на Герб сред младите, която се запазва. Независимо от появата на колоритната кандидатура на Светльо Витков, популярен сред младите музикант, известен със своята циничност, кандидата издигнат от Герб Росен Плевнелиев печели изборите. На тези избори има и други кандидати, които привличат младежкия вот като Ивайло Калфин и Меглена Кунева. Резултатите на социологическа агенция Сова Харис дават следното разпределение на гласовете сред младите избиратели на възраст 18 - 30 години 42.2% от тях са гласували за Росен Плевнелиев, 21% за Меглена Кунева и 15.5% за Ивайло Калфин. Характеристиките на електората на Меглена Кунева според социолозите са хомогенни в почти всички социални групи. Изключение правят само възрастните хора и нискообразованите, които традиционно подкрепят БСП. Младите обаче я подкрепят повече от средното не само политически активните, но и негласуващите, като политическата им идентификация е разнородна, т.е. по цялата политическа скала. Успехът на тези избори (почти половин милион гласа), който бележи Меглена Кунева дава сериозна заявка за бъдещето й участие в парламента, като трета или четвърта политическа сила. Трябва да се разграничават президентските от парламентарните избори, които обикновено мобилизират повече избиратели, с други думи можем да очакваме, че допълнителен прилив от гласове могат да бъдат получени за все още не учредената партия на Меглена Кунева. На втори тур за Росен Плевнелиев гласуват 62% от младите гласоподаватели на възраст 18 – 31 години и 38% за Ивайло Калфин.

От този преглед на изборите след 2001 година можем да смятаме, че младите се мобилизират повече при появата на нов политически субект, а що се отнася до степента на тяхната политическа лоялност то можем да кажем, че младите са по-скоро политически не лоялни и често сменят политическия си избор, но по-рядко политическата си идентификация. Избирателите обаче на БСП и ДПС са по-малко склонни да подкрепят други политически партии, същото важи и за тези в младежка възраст. Независимо от честата смяна на политическия избор младите следват цялостните обществени нагласи към политиката.

Бихме могли да твърдим, че младежите са най-активни по време на парламентарни избори, по-малко на президентски и най-малко на европейски, като обществените настроения и динамики влияят при тяхната политическа мобилизация и активност. Важен въпрос на това изследване са именно поколенческите разлики, където такива се виждат най-вече сред избирателите на БСП, по-младия избирател отстъпва пред по-възрастния електорат. Като цяло обаче младите са тази група, която най-малко гласува. Боряна Димитрова социолог от Алфа Рисърч ги определя като „новите негласуващи”. Според нея основна причина затова е студентска и трудова мобилност, които са предпоставка за по-слаба ангажираност с проблемите на местната общност, а структурата на ежедневието им на практика не предполага интерес или информация по политически теми. От друга страна политиците правят нищожни опити предимно в Интернет да достигнат младите и то единствено и само по време на избори.

Как гласуват младите остава един неизчерпан въпрос без еднозначен отговор. Ако се приемем дефинициите за младежта като социална група, която често е мобилна, сменяща мнението си, непостоянна, то тази изменчивост се явява релевантна и при политическия избор.

**Библиография**

Алмънд Г, Върба С., Гражданската култура, Гал-Ико, 2000

Бобио Н., Дясно и ляво. Основания и значения на едно политическо разграничение, София, ЛИК, 2001

Георгиев П., Българската политическа култура, София, К&M, 2000

Гълъбов А., Право и политика: конституиране на демокрацията в Централна и Източна Европа, София, НБУ, 2011

Дал Р., Демокрацията и нейните критици, София, Критика и хуманизъм,. 2006

Дичев И., Спасов О, Новите млади и новите медии, Отворено общество, 2009

Канев Д., Канева Л., Социалистически и социалдемократически идеи – от началото до съвременността, Фридрих Еберт, 2011

Карасимеонов Г., Политика и политически институции, Университетско издателство „Св. Климент Охридски”, 1997

Ковачева, С., Подходи към младежкото участие в Източна Европа, Съвет на Европа, Страсбург, 2000

Колев К., Райчев А., Училището и социалните неравенства, Фридрих Еберт, София, 2000

Кръстева А., Българският политик: шрихи към портрета, НБУ, 2010

Любенов М., Българската партийна система: групиране и структуриране на партийните предпочитания 1990-2009, УИ "Св. Климент Охридски", 2011

Мендрас А., Елементи на социологията, София, Кама, 2002

Митев П-Е., Българската младеж и европейската перспектива, София: Министерство на младежта и спорта, 2002

Митев П-Е., Младеж 2002 - Основни резултати от национално представително социологическо изследване, Министерство на младежта и спорта, 2003

Митев П-Е., Новите млади: Българската младеж и европейската перспектива, София, Изток-Запад, Институт за социални ценности и структури „Иван Хаджийски”, 2005

Проданов В., Морал и социализация на децата и младежта в България, Фабер, 2006

Райчев А., Колев К., Бунджулов А., Димова Л., Социалната стратификация в България, София, Фондация: Фридрих Еберт, 2000

Райчев А., Стойчев К., Какво се случи, Труд, София, 2008

Сартори Дж., Теория за демокрацията, София, Център за изследване на демокрацията, 1992

Танев Т., Политическата култура, Университетско издателство, Св. Климент Охридски”, София, 2001

Тодоров А., Граждани, партии, избори : България 1879-2009, София, Изток-Запад, 2010

Тодоров А., Елементи на политиката: трактакт върху политическото, НБУ, 2012

Тодоров А., Политическият живот в България 1990-2005, София, Изток-Запад, 2005

Тодорова И., Отова И., Младежта в гражданските и политическите процеси, София, НБУ, 2008

Фотев Г., Европейските ценности в днешното българско общество, София, Университетско издателство “Св. Климент Охридски”, 2009

Статии

Аврамова С., Политическите нагласи през 2008: устойчива апатия, сп. Политики, бр. 10/08

Бояджиева П., Доверието – невидимата ос на обществото, сп. Политики, бр. 03/09

Васил М., Какво мислят младите, сп. Обществено възпитание, бр.5, 2001

Гаврилова Д., Културата като аутсайдер, сп. Политики, бр. 09/09

Георгиев П., Българската политическа култура, сп. Политически изследвания, борй 1-2, 2009

Гълъбов А., Младите искат принципи и кауза, сп. Политика, 07.03.2008

Гълъбов А., Политическите ценности в посттоталитарен контекст, сп. Политики, бр. 03/09

Димитров Г., След 20 години преход живеем като сред пустиня, сп. Политики, бр. 03/09

Димитрова В., Младежките микрокултури, сп. Политики, бр. 07/08

Канев Д., Гражданското общество в България и правата на личността, София, читанка на НБУ, 1998

Любенов М., Ляво и дясно: методологически проблеми и съдържателни характериситки, сп. Политически изследвания, брой 2, 2007

Методиев К., Младежта в навечерието на демократичните промени, сп. Минало, 2010

Смилова Р., Младежките политически организации – начин на употреба, сп. Политики, бр. 07/08

Спасов О., Информационно – технологичните млади, сп. Политики, бр. 07/08

Фукуяма Ф., Ландес Д., Богатство и култура, сп. Култура, бр. 19, 2009

Goren P., Party identification and core political values, American Journal of Political Sciences, Volume 49, Issue 4, 2005 pages 881–896

Norris P., Does television erode social capital? A reply to Putnam, Political science and politics, Vol. 29, No.3., 1996

Социологически изследвания

Национално представително изследване, Младите за Европа, София, ДАМС, 2005

Национално представително проучване, Младеж 2001, НЦИОМ, София, 2001

Социологическо изследване на политическите нагласи, Алфа рисърч, май 2010

Социологическо изследване на политическите нагласи, Алфа рисърч, юни 2011

Социологическо изследване на политическите нагласи, Алфа рисърч, юни 2012

Социологическо изследване, Качество на демокрацията, 2010

Социологическо изследване, Медийно поведение на младежката аудитория в онлайн среда, Медиана, 2012

Социологическо изследване, Младежта в страната, Медиана, 2007

Социологическо изследване, Младежта в страната, Медиана, 2008

Социологическо изследване, Младите хора и гражданското общество, Младежка програма на Фондация “Български център за джендър изследвания” 2005

Eurobarometer 67, National report, Executive summary, Bulgaria, spring 2007

European values surveys, 1999, 2007

1. "Под активен потребител се има предвид човек, който влиза в профила си поне веднъж на месец. Около половината от българските потребители влизат във "Фейсбук" всеки ден или през ден. [↑](#footnote-ref-1)
2. „Пиян младеж пие в бар и бие ченгета”, 6 февруари 2011г., в-к „24 часа”, „Пиян младеж се облекчи в резервоар с питейна вода”, 25 юни 2011, БТВ, „Младеж обърна „Шкода” по таван”, 10 април 2010, Дарик [↑](#footnote-ref-2)
3. По време на парламентарните избори през 2009г., се появиха твърдения в медиите, че млади хора (платени от определени политически партии) срещу 50 лева пишат деструктивни статии за опозицията в Интернет форумите. [↑](#footnote-ref-3)
4. Достигат до послания и образи на политици, посредством политическата реклама в Интернет, която се появява непосредствено. [↑](#footnote-ref-4)
5. НДСВ получава 1,95 млн. гласа, което е повече от получените от СДС и БСП общо 1,61 млн. гласа. [↑](#footnote-ref-5)