СТРУКТУРА НА КОНТРОЛИРАНОТО ГЛАСОПОДАВАНЕ В БЪЛГАРИЯ 2014-2015

гл. ас. д-р Стойчо П. Стойчев
Катедра „Политология“, СУ „Св. Климент Охридски“

България е сред страните, най-потърпевши от криминалната вълна, съпътстваща трансформацията на тоталитарната държава[190]. Понятието *организирана престъпност* в страната се е превърнало в универсална метафора, използвана за да обясни връзката между политиката, бизнеса и икономическата престъпност. По същия начин, понятието *корупция* в публичния сектор се използва, за да опише каквото и да е от изостаналите и неефективни държавни институции до константните политически скандали в страната[191].

Според Безлов, до преди 1989 г. наличието на това, което може да се определи като организирана престъпност, е пренебрежимо малко. Подобно на всички социалистически страни в страната действат неформалните мрежи, при които водещи са не парите, а услугите и лоялността към патрони. Социалните и икономическите основи на организираната престъпност са положени по време на прехода към пазарна икономика когато протичат няколко паралелни процеса – приватизацията на почти 100% от държавните активи; трансграничната контрабанда на потребителски стоки, катализирана от ембаргото върху вноса на петрол и други продукти в съседна Югославия; рухването на системата на правоприлагане и наказателно правосъдие и хаоса, произтичащ от прехода към пазарно стопанство, даващ път на голям дял сива икономика[192].

Капацитетът и желанието на българската организирана престъпност да използва корупцията от началото на 90-те са се променили, но продължават да бъдат силни[193]. В началото на 90-те, господстващото положение на бившите служители от сектор „Сигурност“ в организираната престъпност обезпечава стабилна основа за влияние върху правоприлагащите органи. Изолацията вследствие от войните в бивша Югославия ведно с икономическите

[190]Безлов 2007.
[191] Bezlov and Gounev 2012a
[192] Пак там.
[193] Bezlov and Gounev 2012b

кризи отслабват способността на държавата да противодейства на нововъзникващите организирани престъпни мрежи. Въпреки това, криминалното преразпределение на националното богатство (което е почти изцяло държавна собственост до 1989 г.) и легализацията на всички капитали, натрупани чрез престъпна дейност, създават опустошителни последици. Тази ситуация обуславя симбиозата между организираната престъпност, политическите и икономическите елити[194].

С процеса на интеграция в ЕС и НАТО, въпреки положителните промени в социално-икономическата и институционална среда, престъпният елит навлиза в светлата икономика като понякога прекъсва връзките си с незаконните пазари или често просто ги прикрива[195]. Появяват се по-приглушени форми на корупция, утилизиращи възможностите на съвременната финансова система и офшорните зони. Възползвайки се от съществуващите клиентелистките отношения в публичните институции, организираната престъпност запазва привилегирования си достъп до националното богатство чрез манипулирани търгове за обществени поръчки и концесии, картелизацията на хазарта, туризма и пазара недвижими имоти[196]. Сраставането на политическите и икономическите интереси е сигурен белег за появата на олигархични групировки. При съществуването на държавен апарат с големи правомощия, за бизнеса е много по-лесно да се развива чрез система от взаимни услуги с администрацията, отколкото в условията на свободна конкуренция[197]. Тези олигархични групи се борят помежду си за влияние чрез правоприлагащите институции. Провокират се разследвания, поръчкови дела и пр. Ресурсите на съда, прокуратурата и администрацията на изпълнителната власт се използват за сдържането или унищожаването на конкуренцията, за натиск върху медии и др.

Безлов и Гунев определят организираната престъпност като системен фактор, въздействащ на всички нива. В политическата сфера, се купуват гласове за националните и местните избори, а законодателството, благоприятстващо определени бизнес интереси, се договаря чрез лобисти. В правосъдието, назначенията и решенията

[194] Пак там.
[195] Пак там.
[196] Bezlov and Gounev 2012a
[197] Haber 2002

са повлияни и платени от посредници. В рамките на приходната администрация, служителите на всички нива са наемани и корумпирани, за да се гарантира, че митата, данъка общ доход и други данъци ще бъдат избегнати. Накрая, организираната престъпност продължава да прониква в правоприлагащите агенции в опит да спечели съучастие или да пречи на конкуренцията[198]. Необходимо условие за това е запазването на политическата власт, както и липсата на гражданско общество, тъй като при липсата на право на противопоставяне, правото на участие е лишено от голяма част от своето значение[199].

В периода 2009 – 2011г., с най-голям интензитет се провеждат множество акции срещу йерархичните структури на организираната престъпност в страната. Така се създава вакуум в криминалния свят, който постепенно се запълва от шанаджийски групи, включващи хора от бившите групировки, но и нови играчи (терминът *шанаджия* навлиза като наименование за работещите извън мрежите свободни играчи[200]). Тези групи търсят бърза печалба. Занимават се с всичко, което носи доход от трафик на наркотици, хора, включително мигранти, до посредничество в купуването и контролирането на гласове.

Неполитическите по своя характер мрежи от шанаджии използват купуването на гласове и контролирането на вота, като инструмент за завладяване на позиции в местната власт, но и изобщо във властта, като цяло. Набирането и осигуряването на необходимия брой гласове за овладяване на местната власт налага участието на силови структури и групировки на организираната престъпност. Черният пазар на гласове или спекулата с гласове традиционно са територия на организираната престъпност и криминалния контингент[201]. Мрежите за разпространение на наркотици, изнудване, рекет, незаконен хазарт, проституция започват да се използват активно за дистрибуция на пари за купуване на гласове и силово контролиране на вота и от там за политическо влияние.

Влаганият финансов ресурс също е генериран чрез престъпна дейност, основно от контрабанда, трафик, данъчни престъпления и др. Така „мръсни пари" се използват от организираната престъпност за

198 Bezlov and Gounev 2012a
199 Dahl 1971, p. 5
200 Безлов 2007.
201 Цонева и колектив 2011.

корумпиране на местните политици чрез осигуряване на гласове или директно проникване на представители на криминалния свят в състава на органите на местно самоуправление. Същевременно, мрежите понякога продават на гласове на трети лица защото имат плътен и непосредствен контрол над вота на определени групи от избирателите в общините.[202]. Това е възможно само в условията на фасадна демокрация където традиционните форми на робство са неприложими, но съществуващите клиентелистки отношения позволяват стриктен контрол върху големи групи, изтикани в социални периферии и държани в зависимост с цел умишлената им маргинализация защото по този начин се осигуряват необходимите гласове за запазване на властта.

Въз основата на наше качествено изследване на контролираното гласоподаване в България, включващо:

- 1 групова дискусия с 9 експерти по изборен процес и контролиран вот;
- 35 полустандартизирани интервюта с жертви на натиск и обект на оферти;
- 11 полустандартизирани интервюта с висши полицаи и служители на ДАНС;
- 15 дълбочинни интервюта с брокеи, дилъри, местни общностни лидери, представители на организираната престъпност, партийни функционери и бивши служители в системата на МВР;

успяхме да редуцираме разнообразието от форми за контролирано набавяне на необходимите гласове до пет основни типологични разновидности:

- купуване на гласове чрез посредничеството на мрежа от стотници и десетници (на принципа Multi-level Marketing) основно в по-големите градове на база директна парична оферта;
- купуване на гласове чрез брокери, които контролират голям брой гласоподаватели в компактни ромски общности в градовете и селата;
- купуване на гласове чрез посредничеството на магазинери и лихвари, които използват влиянието си върху длъжници;

[202] Пак там.

- упражняване на натиск и принуда върху служители и работници в малките населени места с ограничени възможности за заетост;
- използване на установени клиентелни отношения от кметове и локални неформални лидери за оказване на натиск върху служители и дребния бизнес по места, с цел осигуряване на електорална подкрепа.

За да установим мащаба на разпространението на тези пет вида контролирано гласоподаване, съвместно със студенти от специалност „Политология“ на СУ „Св. Климент Охридски“, осъществихме национално представително изследване на пълнолетното българско население с право на глас. Реализираната извадка е двустепенна, гнездова на база избирателните списъци на ЦИК за парламентарните избори през 2014 г. Реализирани са 1056 преки интервюта по домовете в периода 20.12.2014 г. – 12.01.2015 г. Тук представяме част от получените емпирични резултати.

Приблизително 28% (ДИ 25,51% - 30,93%) от респондентите заявяват, че те лично или представител на тяхното близко обкръжение са били подложени на някакъв тип натиск или им е предлаган финансов и/или друг материален стимул за да гласуват по определен начин (Таблица 1). Най-честата практика е предлагането на пари (81,5%). В значително по-малка степен на второ място сред отговорите на респондентите е предлагането на стоки от първа необходимост (16,4%). Третата форма на нерегламентирано въздействие е предлагането на парични премии, повишения, бонуси, аванси (10,4%). Това означава, че най-често използваното и съответно ефективно средство за склоняване на избирателите да гласуват за дадена партия/кандидат е финансовият стимул. Други практики са: директни заплахи отправени от местни лидери (9,4%); психически тормоз и заплахи за финансови санкции от страна на работодатели съответно 6,7% и 5,7%.

По отношение на материалните стимули няма разлика между пола на респондентите. Същото се отнася за психическия тормоз и заплахите за финансови санкции от страна на работодателя и преките началници. Същевременно, обещания за политически чадър върху незаконна дейност, заплахите и оказването на физическо насилие и заплахите от местни лидери се срещат в по-голяма степен при мъжете.

Таблица 1.

Мащаб на практиките за упражняване на влияние върху гласоподавнето[203]

В последните избори, Вие или част от вашето обкръжение, ставали ли сте обект или свидетели на:	Дял
Предлагане на пари за гласуване	81,5 %
Предлагане на стоки от първа необходимост за гласуване	16,4 %
Предлагане на парични премии, повишения, бонуси, аванси с цел гласуване	10,4 %
Заплахи от страна на местните лидери за гласуване по определен начин	9,4%
Психически тормоз от страна на работодателя и началниците с цел гласуване	6,7%
Обещание за политически чадър на незаконна дейност	6,0%
Заплаха за финансови санкции от работодател	5,7%
Заплаха и оказване на физическо насилие за гласуване по определен начин	4,7%
Заплахи от член на семейството за гласуване по определен начин	4,7%
Обещание за предоставяне на достъп до обществени поръчки	3,4%
Опростяване на част от заеми срещу гласуване за определена партия	3,0%
Заплаха за финансови санкции от кредитор	0,7%

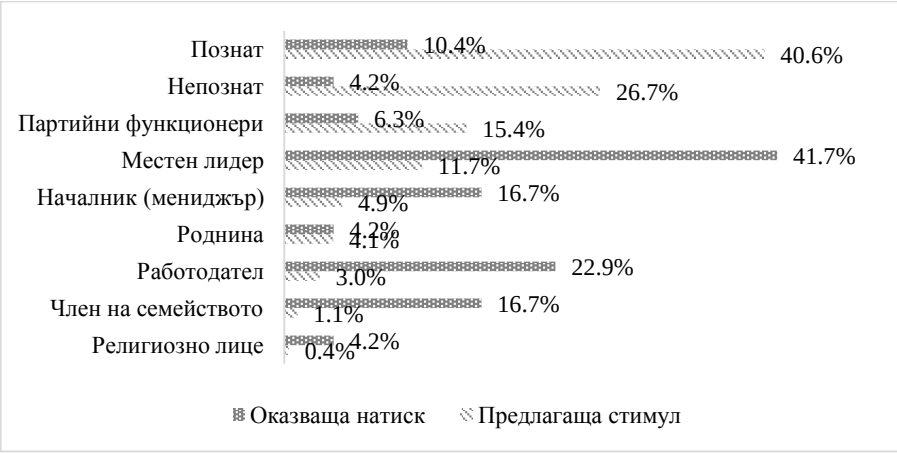
Предлагането на пари е най-разпространено в областните и малките градове, съответно 87,5% и 90,2%, а даването на стоки от първа необходимост е характерно най-вече за селата (30,7%). Заплахите от страна на местни лидери се среща най-често в големите градове и селата (11,5% и 13,3%).

Разрезът по етническа принадлежност показва, че на ромите са предлагани пари в малко по-голяма степен отколкото на останалите етноси (86,8% спрямо 80,5% за българския етнос и 80% за турския). Предлагането на стоки от първа необходимост се оказва най-разпространено сред турската етническа група (25%).

[203] Отговорите надхвърлят 100% защото респондентите са давали повече от един положителен отговор.

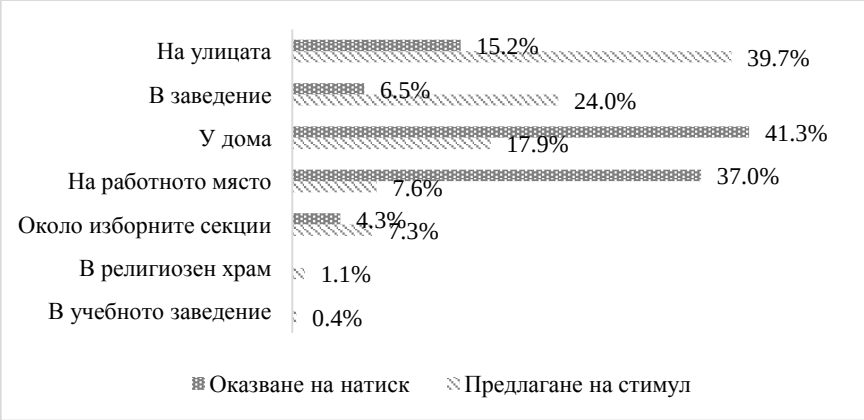
Най-често офертите за стимул се получават от познат или непознат, докато местните лидери, работодателите и началниците на смени са сочени като основни лица, оказващи натиск (Фиг. 3).

Фиг. 1.



Лице, предлагащо стимул или оказващо натиск за гласуване по определен начин

Данните показват, че стимули се предлагат основно на публични места, докато натискът се осъществява у дома или на работното място (Фиг. 2).



Фиг. 2.

Място, на което са предлагани стимули или е оказван на натиск

Средната цена на един глас, според офертите към избирателите, в страната се равнява на 40 лв. Разбира се на клиентите този глас излиза по-скъпо защото част от сумата остава у посредниците и покрива технологични разходи. Таблица 2 показва средните и медианните суми, предлагани на респондентите по партии, както и броят на отговорите, върху които за изчислените те. Данните показват, че партиите с по-голям достъп до ресурси, както и някои „бутикови“ партии предлагат относително повече пари срещу електорална подкрепа, но офертите варират в относително тесни граници от 30 до 50 лв. Тук трябва да направим уточнение, че става дума за парламентарни избори. При местен вот офертите варират в много по-големи граници и се достигат многократно по-високи суми заради много по-голямата тежест на един глас в малките, но апетитни общини в планинските и морски курорти и в Добруджа. Данните показват също, че най-много респонденти са били оферирани от респективно ДПС, ГЕРБ, ББЦ и БСП.

Таблица 2.

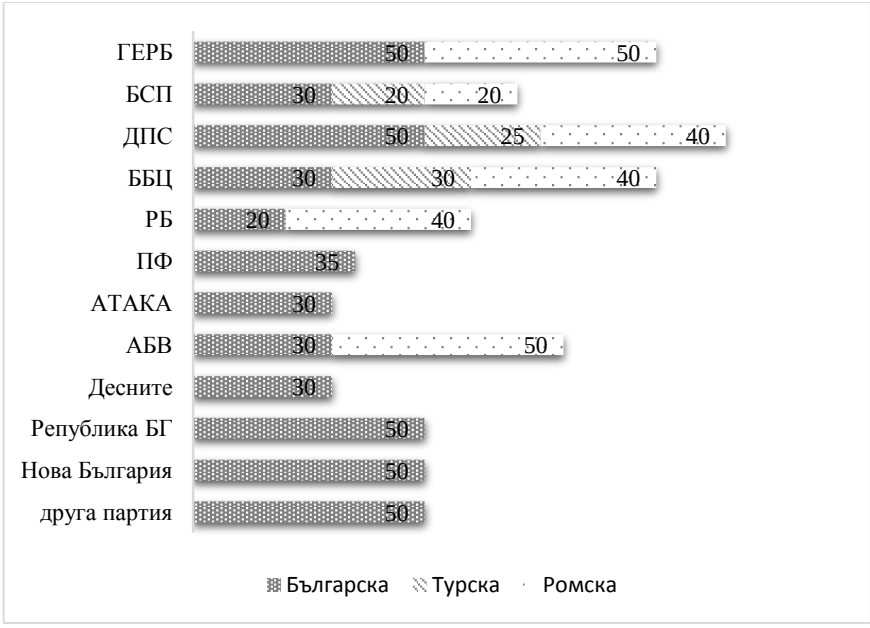
Суми, предлагани на респондентите за гласуване (по партии)

Партия	Брой респонденти	Средна сума	Медианна сума
ДПС	63	38,89	40
ГЕРБ	51	44,41	50
ББЦ	43	36,74	30
БСП	31	32,9	30
АТАКА	9	42	30
РБ	8	31,3	25
Република БГ	3	43	50
Друга партия	3	40	40
АБВ	2	40	40
Нова България	1	50	50
ПФ	1	35	35
Десните	1	30	30
Общо	216	39	40

Разрезите по социо-демографски характеристики дават интересна картина (Фиг. 3). При сумите, предлагани за ГЕРБ няма диференциация според етноса на респондента. При БСП на избирателите от българския етнос са предлагани с по 10 лв. повече от останалите. При ДПС етническата диференциация е още по-голяма.

На етническите турци са предлагани по 25 лв., на българите два пъти повече, а за ромски глас са давани по 40 лв. При ББЦ пък именни ромският глас също се е търгувал по 40 лв., а българския и турския по 30лв. За Реформаторския блок са раздавани по 20 лв. за български глас и два пъти повече за ромските. При АБВ гласовете на ромите струват по 50 лв., докато тези на българите са заплащани с по 30 лв. Така излиза, че най-скъпо платените гласове са ромските, а това означава, че този етнос е основна целева група на брокерите, което обяснява наличното многообразие от методи за контрол.

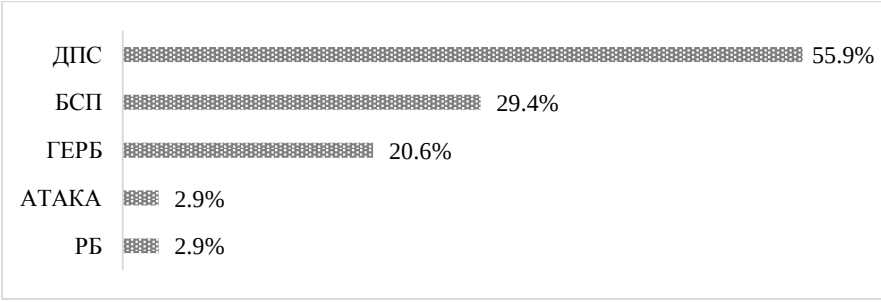
Фиг. 3.



Заплатени суми за гласове по етноси

По отношение на оказването на натиск отново лидер е ДПС, но този път с по-голяма разлика, а ББЦ отсъства от класацията (Фиг. 4). За ГЕРБ натиск е бил оказван най-вече на работното място, като това се е случвало в личен разговор и/или на събрание. Натискът за подкрепа на ДПС и БСП се е упражнявал на-вече у дома в личен разговор.

Фиг. 4.



Партии, за които е оказван натиск за гласуване

Най-често използваните методи за контролиране начина, по който гласува избирателя, приел стимул или поддал се на натиск са включването в предварително подготвени списъци или направата на снимка/видеозапис на вота (Таблица 3). Груповото гласуване и поставянето на особен знак върху бюлетината (специфична преференция) се използват по-рядко. Гласуването на доверие се среща в около 1/10 от отговорите. Де факто 17,9% (ДИ 15,59% - 20,21%) от респондентите обясняват как се е извършил контролът, което може да се приеме като косвено свидетелство, че са гласували според инструкциите

Таблица 3.

Методи за проконтролиране на гласоподаването[204]

По какъв начин се осъществи контролът върху гласуването?	Дял
Чрез снимка/видеозапис	34,4%
Чрез особен знак върху бюлетината (определена преференция)	10,6%
Манипулиране на бюлетината от член на комисията	6,9%
Чрез предварително подготвени списъци	34,9%
Чрез групово гласуване	12,2%
Няма контрол	9,5%
Дублиране на гласовете за листата с броя на застъпниците за партията	3,7%
Друго	1,6%

Проблемът с контролирания вот не може да се разглежда изолирано от цялостния социален контекст, в който се развива защото

[204] Отговорите надхвърлят 100% защото респондентите са давали повече от един положителен отговор.

тогава рискуваме да го възприемем като обикновен дефицит на представителната демокрация. За съвременното българско общество той е системен, а до известна степен и цивилизационен, проблем, който не може да бъде решен по нормативен път, каквито са досегашните опити.

Мрежовото овладяване на публичните институции, предполага нуждата от мрежово противодействие за освобождаването им и връщането на контрола върху тях в ръцете на гражданите. То може да се разглежда като естествена защитна реакция на гражданското общество, реализирана чрез спонтанно образуващи се активистки мрежи.

Основата за реализацията на този модел се полага с възникването и оперирането на автентични протестни мрежи на гражданска активност през 2013, "годината на протестите, протестният пик, преломът, който белязва прехода от партийна към контестаторна демокрация"[205].

Библиография

Безлов, Т. (2007), *Организираната престъпност в България: пазари и тенденции*, Център за изследване на демокрацията, София.

Кръстева, А. (2013), „Граждански протести, е-демокрация, нови мобилизации" https://annakrasteva.wordpress.com

Цонева, А., С. Георгиев и И. Лазарова (2011), „Рискове пред честното и свободно протичане на Местните избори 2011" в *Изборният процес в България – основни дефицити и рискове*, Фондация Риск Монитор, София, стр. 30-69.

Bezlov, T. and P. Gounev (2012a), "Organised Crime, Corruption and Public Bodies" in Gounev, P. and V. Ruggiero (eds.) *Corruption and Organized Crime in Europe: Illegal Partnerships*, Routledge Taylor & Francis Group, London, pp. 95 – 107.

Bezlov, T. and P. Gounev (2012b), "Bulgaria: Corruption and Organised Crime in Flux" in Gounev, P. and V. Ruggiero (eds.) *Corruption and Organized Crime in Europe: Illegal Partnerships*, Routledge Taylor & Francis Group, London, pp. 15 – 31.

Dahl, R. A. (1971), *Polyarchy: Participation and Opposition*. Yale University Press, New Haven and London.

Haber, S. (2002), *Crony Capitalism and Economic Growth in Latin America: Theory and Evidence*, Hoover Press.

[205] Кръстева 2013.

МАЩАБИ И ИЗРАЗНИ ФОРМИ НА КУПУВАНЕТО НА ГЛАСОВЕ И КОНТРОЛИРАНИЯТ ВОТ В БЪЛГАРИЯ (ИЗСЛЕДОВАТЕЛСКИ МЕТОДИ ЗА ТЯХНОТО УСТАНОВЯВАНЕ)

д-р Ваня Кашукеева-Нушева
Асоциация „Прозрачност без граници" (Transparency International - Bulgaria)

Купуването на гласове, корпоративният вот и другите форми на незаконно въздействие върху избирателите е един от основните проблеми в изборния процес в България. Те представляват съществено предизвикателство пред неукрепнала демокрация на страната, като компрометират представителните институции и политическите партии като основни стълбове на демократичното общество и наред с това накърняват основни граждански и политически права на избирателите. С оглед на това, че купуването на гласове и контролираният вот придобиха особено застрашителни мащаби и изразни форми през последното десетилетие, редица експерти, неправителствени организации и институции насочиха вниманието си върху изследване на проблема, оценка на негативните ефекти върху демократичния процес и институциите, иницииране на обществени кампании и предприемане на мерки за неговото противодействие.

За да бъдат реализирани ефективни инициативи за изследване, превенция и противодействие, преди всичко е необходимо да бъде извършена задълбочена и коректната оценка на мащабите, изразните форми и механизмите за купуване на гласове и натиск върху избирателите. През последните месеци не са рядкост случаите, при които резултати от изследвания на общественото мнение относно негативния ефект на проблема се бъркат с оценки относно неговите мащаби. Така например, в журналистически материали може да бъде открита информация, че купуването на гласове засяга половината от избирателите, въпреки че внимателният прочит на информацията от първоизточника показва, че са представени оценки на гражданите