

ПОЛИТИЧЕСКА КОРУПЦИЯ И
КУПУВАНЕ НА ГЛАСОВЕ:
ОСНОВНИ ПРОБЛЕМИ ЗА
ГРАЖДАНИТЕ И НАГЛАСИ ЗА
ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ

резултати от социологическо изследване



През 2006 година Transparency International – България създаде първия по рода си в България Център за правна консултация на пострадали от корупция. Той е инициатива на международната антикорупционна неправителствена организация Transparency International, с чието съдействие през изминалите години бяха създадени повече от 15 такива структури в държави от Европа и Азия. През последните няколко години различни държавни институции въведоха горещи телефони за подаване на сигнали за корупция. В същото време проучванията на общественото мнение показват, че по-голямата част от гражданите не са готови да сигнализират институциите и имат нужда от съвет и подкрепа от страна на независими експерти и на граждански организации.

Създаването на Центъра за правна консултация на пострадали от корупция има за цел да съдейства на пострадалите от корупционни практики да защитят своите права и законни интереси, както и да повиши информираността на гражданите относно възможните механизми за противодействие на корупцията. Също така, чрез създаването на този Център Асоциация „Прозрачност без граници“ цели да насочи вниманието на държавните институции към проблема с корупцията и да насърчи тяхната по-активна работа с граждани при сигнали за случаи на корупция.

Настоящият работен документ за дискусия е фокусиран върху една от най-проблемните области – корупцията при обществените поръчки. Вниманието върху този проблем бе поставено неслучайно – изследванията на Асоциация „Прозрачност без граници“ през изминалото десетилетие показват, че процесът на възлагане и изпълнение на обществените поръчки е натоварен с висок корупционен риск. Сигналите, получени през изминалите години в Центъра за правна консултация на пострадали от корупция, потвърждават тази констатация. Настоящият документ систематизира информацията относно: основните фактори на средата, които обуславят корупцията в областта на обществените поръчки; механизмите, по които се осъществяват корупционните практики в тази сфера; дефицитите в работата на институциите, в това число и слабите звена в тях (institutional soft spots), които позволяват навлизането на корупционни практики и които не успяват да изпълняват ефективно своите функции; препоръки за ограничаване на корупцията при обществените поръчки.



Настоящият документ е разработен в рамките на проект „Поддай сигнал (II) – включване на гражданите в противодействие на корупцията в Южна Европа“, осъществяван с финансовата подкрепа на Европейската комисията, по програма „Превенция и противодействие на престъпността“, Ноте/2012/ISEC/AG. Мненията и становищата, изразени в настоящата публикация, не отразяват позицията на Европейската комисия. Европейската комисия не носи отговорност за използването на информацията, съдържаща се в публикацията.

ПОЛИТИЧЕСКА КОРУПЦИЯ И КУПУВАНЕ НА ГЛАСОВЕ: ОСНОВНИ ПРОБЛЕМИ ЗА ГРАЖДАНИТЕ И НАГЛАСИ ЗА ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ

През изминалите години купуването на гласове и натискът върху избирателите се превърна в една от основните форми на корупция в изборния процес и като цяло – на политическата корупция. От създаването на Центъра за правна консултация на пострадали от корупция през 2006 година досега този въпрос се открие като водещ проблем, за който българските граждани сигнализираха Асоциация „Прозрачност без граници”. От 2009 година насам година насам организацията извършва периодични изследвания на общественото мнение по няколко ключови въпроса, които са показател за водещите измерения и изразни форми на корупцията в изборния процес, за финансирането на предизборните кампании (тема, която е пряко свързана с купуването на гласове) и за готовността на гражданите да се противопоставят на нарушенията на закона. Тези резултати служат като допълнителен източник на информация и като основа за оценки на тенденциите в изборния процес и като цяло – за противодействието на политическата корупция.

Изследването, проведено в рамките на предизборната кампания, бе фокусирано върху три тематични кръга, които позволяват да бъдат установени актуалните нагласи и оценки на гражданите относно:

I. Най-сериозните проблеми в изборния процес – тази информация служи като насочващ ориентир на вниманието на екипа на Асоциация „Прозрачност без граници” относно рисковете в изборния процес и усилията, които следва да насочат (дейности, свързани с мониторинг за изборния процес, инициативи за защита на гражданските права, осъществяване на застъпническа кампания към институциите и политическите партии).

II. Готовност за противодействие на политическата корупция, и в частност – на купуването на гласове и контролирания вот – информация, която служи като основа на информационни и застъпнически кампании на организацията; информация, която служи като основа на действия по защита на правата на гражданите).

III. Степен на информираност относно финансирането на политическите партии и предизборните кампании – информацията за финансирането на предизборните кампании е пряко свързана с практическия опит, информация и нагласи на гражданите относно явните и скритите аспекти от финансирането на политическата дейност, в т. ч. и купуването на гласове.

Паспорт на изследването: представените резултатите са създадени въз основа на национално представително проучване на общественото мнение, проведено сред 1009 граждани, по метода на стандартизирано интервю „лице-в-лице”. Изследването е проведено в периода 18 - 28 септември 2015 година.

ЛОЧАКВАНИЯ ОТНОСНО НАЙ-СЕРИОЗНИТЕ ПРОБЛЕМИ В ИЗБОРНИЯ ПРОЦЕС

Кои ще бъдат най-сериозните проблеми на предстоящите избори?



Изследването очертава три водещи потенциални риска, които се оценяват като най-сериозните потенциални проблеми в изборния процес: **купуването и продаването на гласове** (64,6% от всички анкетиращи), **изборният туризъм** (48,2%) и **грешки и „мъртви души“ в избирателните списъци** (46,9%). По тези три проблема е установена висока степен на консенсус сред анкетираните лица – от половината до две/трети от гражданите оценяват, че това ще бъдат актуалните проблеми на местни избори – 2015. Веднага след тези проблеми са идентифицирани проблемите, свързани с **натиска върху избирателите** и тяхното гласуване не въз основа на собствена воля и направен политически избор, а въз основа на натиск от страна на лидери със съмнителна репутация в махали и населени места (24,9%) и на **финансиране на предизборните кампании**, което се осъществява в нарушение на правилата (24,4%).

Непосредствено след тези отовори е дефиниран проблемът с още една форма на нарушаване на политическите права на гражданите – **натискът от страна на работодатели** върху работниците, за да гласуват в подкрепа на техни политически проекти или в подкрепа на партии, с цел да бъдат укрепени/ненарушени икономическите позиции на бизнеса (20,7%). В допълнение към така идентифицираните субекти на натиск върху избирателите следва да бъдат добавени и **представителите на местните власти** (17,3%) и **представителите на партиите** (15,3%).

На едно от последните места в изследването са посочени проблемите с недостатъчната информационна кампания и с адекватната **подготовка и организация на изборния процес** – за 16,3% от гражданите липсата на достатъчна информационна кампания е важен проблем, а за 11,1% от хората организацията на изборите ще бъде едно от предизвикателствата в предстоящите избори.

Въз основа на получените резултати от изследването може да бъде направен извод, че в предизборната кампания и в изборния ден в Центъра за правна консултация ще бъдат получавани сигнали, свързани с различни изразни форми на купуване на гласове, контролиран вот, натиск върху избирателите, проблеми в работата на изборната администрация, които са мотивирани от политически пристрастия и опит да бъде максимизиран изборният резултат, в т.ч. и с цената на нарушаване на правилата на организация и протичане на изборния процес.

Това налага да бъде създадена такава организация на работа на екипа на Асоциация „Прозрачност без граници”, респективно на екипа на Центъра, включваща:

1/приемане и максимално бързо извършване на оценка на характера на получените сигнали;

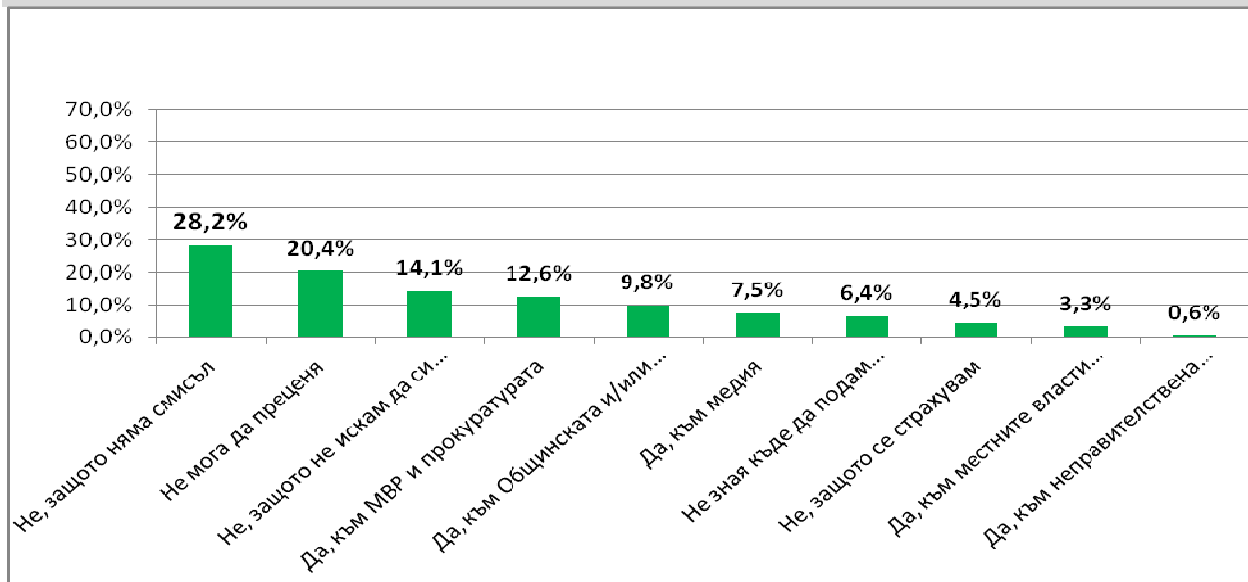
2/своевременно изработване на становища за необходимите действия и – в зависимост от спецификата на сигналите

3а/предоставяне на консултация за гражданите за необходимите действия, които те следва да предприемат или

3б/сигнализиране на институциите с цел разследване на сигналите, преустановяване на нередностите и предприемане на други необходими действия.

II. ГОТОВНОСТ ЗА ПОДАВАНЕ НА СИГНАЛ ПРИ КУПУВАНЕ НА ГЛАСОВЕ И ОКАЗВАНЕ НА НАТИСК ВЪРХУ ИЗБИРАТЕЛИТЕ

Ще подадете ли сигнал, ако вие или ваш роднина/познат получи предложение да продаде гласа си или стане обект на натиск?



Резултатите от изследването показват висока степен на недоверие на гражданите в способността на институциите за ефективно противодействие на купуването на гласове. Почти 1/3 (28,2% от респондентите) не намират смисъл в подаването на сигнали за институциите, защото считат, че е безсмислено и няма да има никакви реакции на институциите. Много висок процент – 20,4% от гражданите не могат да преценят дали биха проявили активност и биха сигнализирали, ако попаднат в такава ситуация. Към МВР и прокуратурата биха подали сигнал 14,1% от всички респонденти. Една десета от

гражданите (9,8%) биха подали сигнал за купуване на гласове към изборната администрация – общинска или централна изборна администрация. Това показва, че на практика тези хора не са запознати с характера на дейността на изборната администрация и че престъпление като купуването и продаването на гласове подлежи на разследване от правоохранителните органи на МВР и на прокуратурата. Други 6,4% от гражданите открито декларираат, че не знаят към кого следва да подадат сигнал. На практика това формира относително висок дял (общо 16,2%) на хората, които не са запознати кои институции имат правомощия да извършват разследване и наказателно преследване на престъпления срещу политическите права на гражданите. Тези данни водят до извода, че е необходима значително по-интензивна информационна кампания, която да информира гражданите какъв е характерът на престъпленията срещу политическите права на гражданите (купуване на гласове, продаване на гласове, организиране на купуването на гласове, оказване на натиск да гласуват по определен начин), и какви са правомощията на институциите за тяхното разследване и санкциониране.

III. ИНФОРМИРАНост ОТНОСНО ФИНАНСИРАНЕТО НА ПРЕДИЗБОРНИТЕ КАМПАНИИ

Знаете ли с какви средства партиите и кандидатите финансират своите кампании?



Третата ключова категория от данни е свързана със степента на информираност на гражданите относно финансирането на предизборните кампании на политическите партии и на кандидатите. От представените отговори се потвърждава тезата, че все още не съществува достатъчно ниво на прозрачност на процеса - високият дял на хората, които нве знаят как се финансират партиите и кандидатите (32,4%) е показателен за това, че за една трета от гражданите финансирането на политическата дейност е непрозрачно и че те не разполагат с информация за този процес.

Съвкупният дял от отговори за финансиране от частни фирми, държавни, общински фирми, публични ресурси и медии (общо 65,5%) показва, че делът на незаконното финансиране е изключително голям и на практика основните забрани – за финансиране от юридически лица и за използване на публични ресурси – не се спазва. Тези данни насочват на извода, че е необходимо полагането на още усилия за провеждане на застъпнически кампании, които да доведат до промяна в законодателството и в практиката, които да доведат до по-голяма прозрачност, отчетност, контрол и санкции при финансирането на политическата дейност.

Данни по профили:

ОЧАКВАНИЯ ОТНОСНО НАЙ-СЕРИОЗНИТЕ ПРОБЛЕМИ В ИЗБОРНИЯ ПРОЦЕС

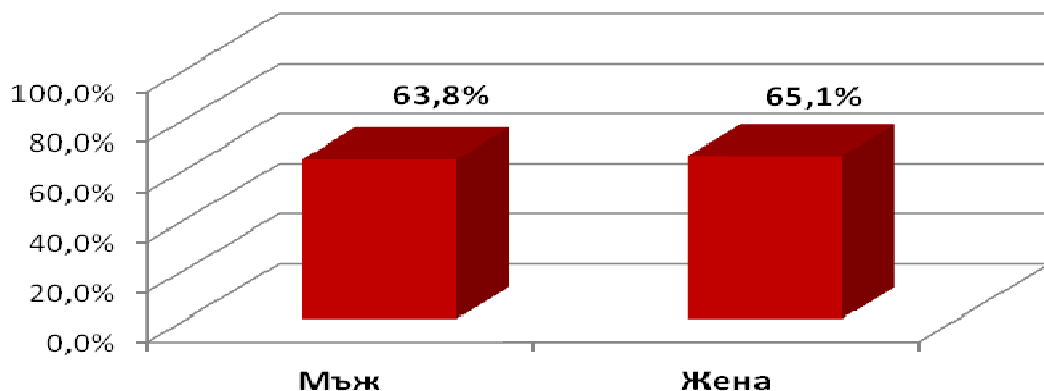


Данните от изследването показват, че най-висока чувствителност по отношение на проблема за купуването и продаването на гласове съществува в малките градове, а на следващо място – в столицата.



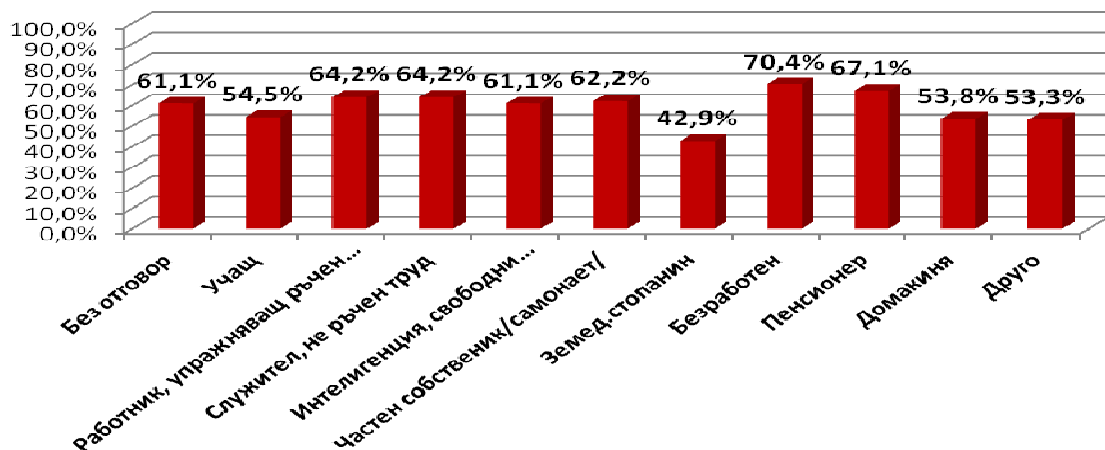
Резултатите от изследването показват че степента на критичност към проблема е правопрпорционална на налягането на възрастта на избирателите – в най-ниска степен купуването и продаването на гласове е проблем за младите хора (59,9% за хората между 18 и 30 години), а най-неприемлива е тази практика за хората над 50 години – над 66% от хората над 50 и над 60 години са отговорили утвърдително на въпроса.

Купуването и продаването на гласове е проблем за:



Изследването не откроява съществени разлики в оценките и възприятията спрямо изследвания проблем в зависимост от пола.

В каква степен купуването и продаването на гласове е проблем за социалните групи?



Един от най-важните аспекти на проблема за купуването на гласове е въздействието, което оказва върху социално уязвимите групи. В тази връзка може да се направи оценка, че за безработните и за пенсионерите това е значително по-остро оценяван проблем, отколкото за учащите и за земеделските стопани. На-висока чувствителност (показател за разбирането на измеренията на този проблем) е налице при безработните, като 70,4% от тях декларираат, че купуването и продаването на гласове е проблем, засягащ социално уязвимите групи. На следващо място такъв отговор дават пенсионерите – 67,1%, следвани от работниците – 64,2%. Прави впечатление, че за учащите процентът е сравнително нисък (54,5%), което може да се тълкува като индикатор, че натискът върху тази категория е нисък и че нейните представители не са се сблъскали в такава степен с това негативно явление. Изследването показва, че земеделските стопани оценяват в най-ниска степен проблема за връзката между купуване

на гласове и социалния статус на избирателите – само 42,9% от тях считат че купуването на гласове е проблем за социалните групи.



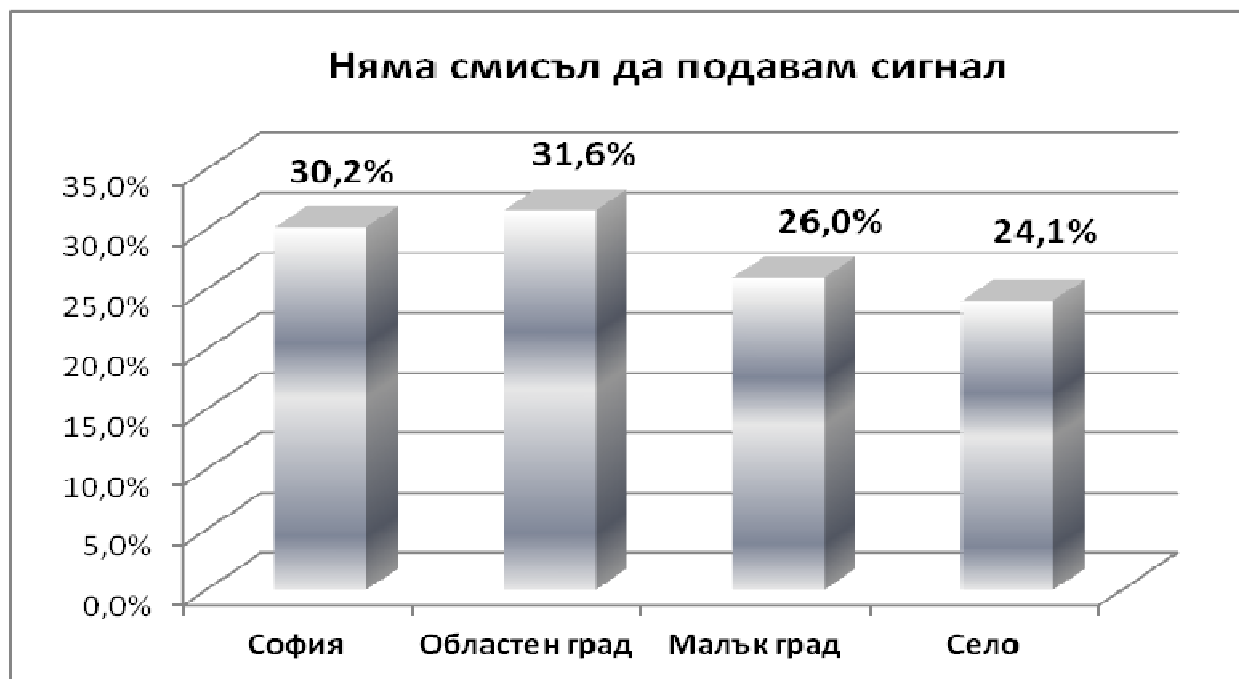
Изследването показва, че в най-висока степен купуването на гласове е проблем за най-бедните купуването на гласове – за 75,6% от хората то е проблем, като една от вероятните причини е, че отразява тяхното разбиране за зависимостта на бедните хора от въздействието на други субекти върху тяхната свободна воля. Данните показват също една интересна градация на отговорите – налице е симетрия между нарастването на дохода на хората и паралелно нарастване на отговора, че купуването и продаването на гласове е проблем. Този факт дава основание за търсене и на друг отговор – че хората с по-високи доходи (в сравнителен план) осъзнават негативната роля на това престъпление в нашето общество. Той може да се интерпретира и като израз на несъгласие с разпространението на тези практики в нашия обществено-политически живот.

ГОТОВНОСТ ЗА ПОДАВАНЕ НА СИГНАЛ ПРИ КУПУВАНЕ НА ГЛАСОВЕ И ОКАЗВАНЕ НА НАТИСК ВЪРХУ ИЗБИРАТЕЛИТЕ

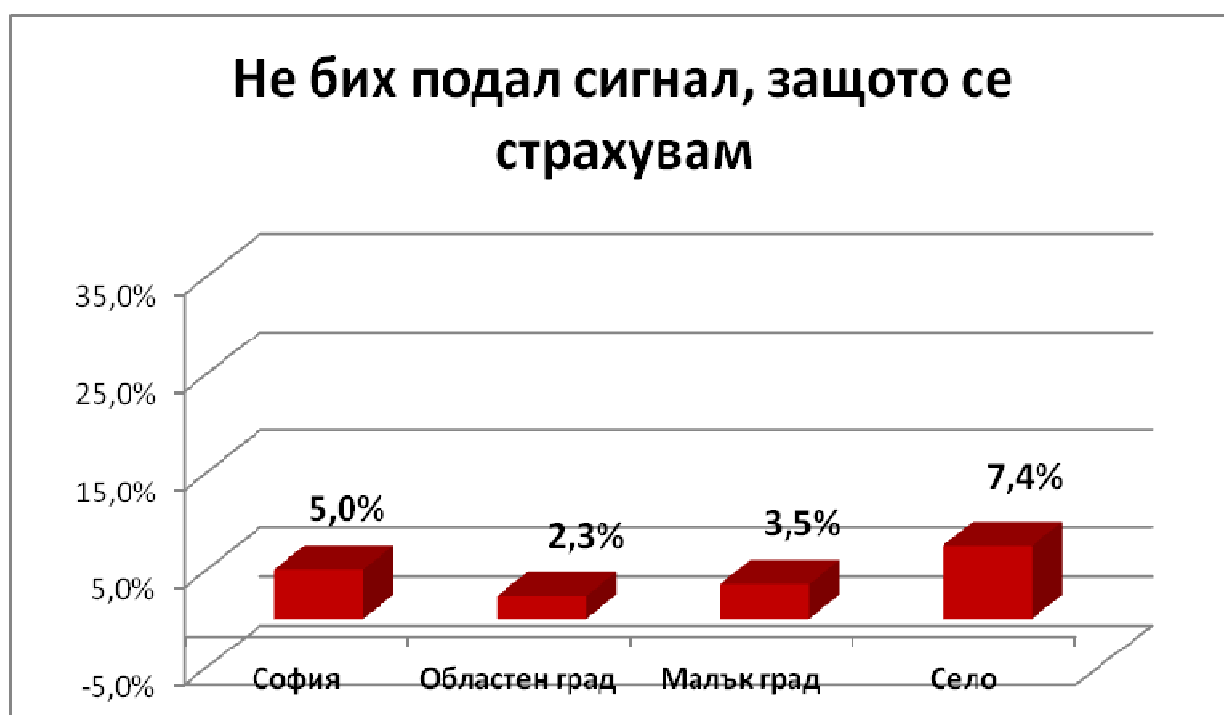
Ще подадете ли сигнал, ако вие или ваш роднина/познат получи предложение да продаде гласа си или стане обект на натиск?

За да може да бъде осъществявана ефективна борба с престъпленията срещу политическите права на гражданите е важно да има готовност за противодействие както от страна на институциите, така и от страна на обществото. Поради тази причина един от основните проблеми – предмет на изследването – бе готовността за подаване на сигнали в случаи на купуване и продаване на гласове и на оказване на натиск върху избирателите.

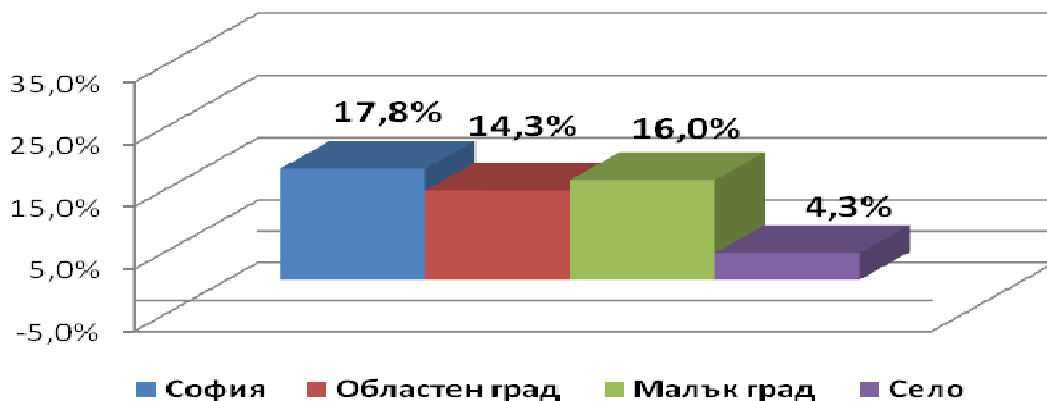
Детайлният разрез на резултатите от изследването показват резервираност на гражданите за активно действие в тази насока, като най-висока степен на резерви имат жителите на големите областни градове (31,6%) и на столицата – 30,2% от тях считат че няма смисъл да подават сигнали. Жителите на малките градове (26%) и на селата (24,1%) също изразяват резервираност относно смисъла от подобно гражданско усилие.



Сравнителният анализ на отговорите „Не бих подал сигнал, защото се страхувам“ обаче разкриват друго измерение на проблема. В този случай изследването показват, че хората от селата изпитват значително повече притеснения за последиците в личен план ако подадат сигнал за купуване на гласове – 7,4% от хората в селата се страхуват да подадат сигнал. Сравнителният анализ на резултатите от други изследвания показват, че основните причини за това се крият в разбирането, че близките връзки и контакти между представители на партии и институции в населено място няма да доведат до ефективно разследване на подадните сигнали и че подателят на сигнала може да се сблъска с сблъска с негативни последици в личен план (психически тормоз, саморазправа, уволнение и други форми на репресия).

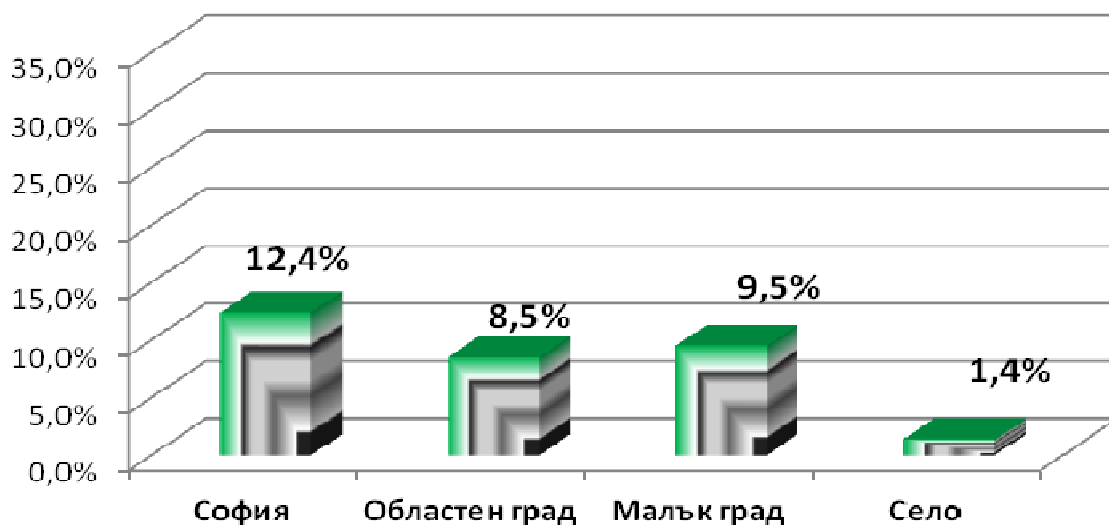


Бих подал сигнал към МВР и прокуратурата



Сравнителният анализ на отговорите на гражданите, които биха подали сигнал до компетентните органи на МВР и прокуратурата показва, че най-висока степен на готовност да сигнализират имат гражданите на столицата и на малките градове. Тревожно нисък е делът на хората в селата – едва 4,3% биха подали сигнал в полицията, което е показател за това, че мащабът на населеното място е фактор, усилващ (за големите градове) или ограничаващ (за селата) готовността на жителите да се противопоставят на това престъпление и да използват формалните легитимните механизми и институции.

Бих подал сигнал към медия



Анализът на резултатите откроява също по-ясно изразената нагласа на жителите на столицата и на малките градове да дадат публичност на факти, свързани с купуване и продаване на гласове. 12,4 от жителите на столицата и 9,5% от жителите на малките

градове биха използвали медиите като инструмент за разкриване на данни относно подобни практики, докато жителите на селата на практика не считат, че може да подадат сигнал към медиите. Една от причините за това е, че в тези населени места на практика няма самостоятелно функциониращи медии и хората в селата имат някак информация как да се свържат с медии, за да подадат сигнал.