

„СЕНЧЕСТИЯТ“ ПОЛИТИЧЕСКИ ПАЗАР В БЪЛГАРИЯ: ГЕНЕЗИС, ПРОБЛЕМИ И ПЕРСПЕКТИВИ

Резюме: В този доклад се разглеждат същността на сенчестия политически пазар, неговото развитие в България и проблемите, които произтичат от функционирането му в политическата система. В синтезиран вид са изведени основните насоки на развитие и преодоляване на натрупаните проблеми от нелегитимното партийно финансиране в рамките на сенчестия политически пазар.

Ключови думи: политически пазар, сенчест политически пазар, търговия, реформа на политическата система

Възникването на съвременния политически пазар датира от средата на 50-те години на XX век, когато в развитите демократични държави се създават благоприятни политически (силна демокрация), икономически (развит пазар) и социални (гражданско общество) условия за неговата еволюция. Така с течение на времето политическият пазар успява да се наложи като част от пазара на услуги въобще, стъпвайки на базата на общите пазарни критерии и, разбира се, отличавайки се със свои собствени закономерности и особености. Този тип пазар (политическият) твърде бързо се разви и в бившите „соцстрана“ по време на техния преход към демократично и пазарно общество. По подобен начин еволюираха политическите процеси и в България, където в хода на посттоталитарния преход (от 10.XI.1989 г. до сега) се създадоха и развиха почти всички компоненти на „пазара на политически идеи“. Това с пълна сила важи и за т.нар. „сенчест“ политически пазар, който някак си незабележимо, но пък последователно и систематично буквално избуя като мощен бурен около формацията се действителен политически пазар. Нещо повече, въпреки четвъртвековния преход в България все още има известна неяснота относно същността на политическия и на „сенчестия“ политически пазар.

ПОНЯТИЕТО „СЕНЧЕСТ“ ПОЛИТИЧЕСКИ ПАЗАР“

В научната литература у нас теорията за политическия пазар не се радва на голяма популярност, тъй като обикновено той се разбира като естествена конкуренция между политическите сили в битката им за властта по време на предизборна кампания. Поради това нека синтезирано да разясним същността на тези две ключови категории –

¹ manolovi@gmail.com

„политически пазар“ и „сенчест“ политически пазар“.

Политическият пазар е специфичен вид пазар (т.е. има сблъсък на интереси), на който различните политически субекти (лидерите, партиите, организациите) не използват пряко парите като основен еквивалент – посредник в процеса на размяна, защото на него (пазара) чрез конкуренция между партиите за властта се обменят гласовете на избирателите, с помощта на които се „купуват“ и „продават“ конкретни политически ценности, идеи и идеологии.

В зависимост от това могат да се изведат и някои *основни дефинитивни аспекти на политическия пазар*, каквито са: 1) в границите на политическия пазар се сблъскват, преплитат и решават множеството разнообразни интереси (политически, икономически, социални, културни, регионални, локални, местни, корпоративни, частни, лични); 2) като част от многообразния пазар на услуги съвременният политически пазар осъществява една уникална по своя характер услуга – създаване на законна власт по цивилизован и демократичен начин; 3) политическият пазар представлява своеобразно поле, арена, сцена, театър; 4) на този тип пазар са присъщи такива свойства като политическата лъжа, филигранните манипулации, нарушаването на законите, поругаването на морала, отявлената партийна демагогия, безпринципното търгашество с гласове, политическия шантаж и изнудването на бедните слоеве и пр., и пр.; 5) и накрая, политическият пазар се отличава с *бързопроявяваща се чувствителност и реактивност* благодарение на механизмите на политическата демокрация.

В този мисловен порядък могат да се изведат следните характеристики на съвременния политически пазар: на първо място, това е водещата роля на *ценностите* (идеите, тезите, концепциите, програмите, платформите), които „заместват“ парите като пряк еквивалент на пазарната размяна срещу съответното количество гласове на избирателите; на следващо място, това е *конкуренцията* между различните политически субекти, без която е немислим всеки един пазар, а още повече политическият; и на последно място, това е *манипулацията* в политиката, особено в хода на предизборните кампании, която с всяка изминала година придобива удивителни популистски размери.²

Ще си позволим да отпомним и още нещо съществено за диалектиката между пазара и *парите*: както е известно, те (пазарът и парите) винаги се намират в неразривно единство, но тук различното е това, че на самия политически пазар парите не участват директно в размяната (като еквивалент), създавайки илюзията, че не присъстват на този тип

² Подобно на „икономиката в сянка“ т.нар. „сенчест“ политически пазар“ изцяло се основава на различните видове нелегитимни политико-икономически дейности. В този смисъл „сенчестият“ политически пазар е *стройна система от различни паралелни (и дублиращи) структури (и фирми), чрез които различни политически и други персони със „законни“, „полузаконни“ и незаконни начини и средства извършват нелегитимни дейности с цел лично благодетелстване посредством разпределение на партийни, бизнес и държавни финанси (особено по време на предизборни кампании)* (Вж. по-подробната разработка на този въпрос във: Манолов, 2008: 37-52).

пазар, което съвсем не е така. Защото дори и при най-съдържателната характеристика на политическия пазар – че зад размяната (срещу ценности) стоят гласовете на избирателите, въобще не може да се каже, че парите са „абдикирали“ от пазарната размяна, поради факта, че те са вложени много преди това – за финансиране на политическите партии, предизборна подготовка, политическа реклама, политически имидж и пр., и пр.

Така че както на всеки пазар, така и на политическия парите не само не са изгубили своето определящо място, но и продължават да бъдат основният „генератор“ на политически ценности, програми и платформи и същевременно и главният „манипулатор“ на общественото мнение чрез партиите, независимо от привидно формалното им неучастие като посредник на „пазара на политически идеи“.

ПРОБЛЕМИ НА „СЕНЧЕСТИЯ“ ПОЛИТИЧЕСКИ ПАЗАР

Обективността изисква да подчертаем, че за появата на „сенчестите“ страни на политическия пазар като съществена причина се налага борбата между легалните пластове (и групи) на капитала за оказване на сериозно влияние върху отделни лидери, олигархии и групи в различни политически партии. Тази масова лобистка практика в цивилизования свят много често се извършва на границата на закона, което рано или късно води до неговото прекрочване, включително и до разрастване на негативните („сенчестите“) страни на политическия пазар. Това боричкане на едрия бизнес за надмощие над съответните партии е най- сигурният проводник на легалните корпоративни интереси в съвременната политика, което никак не е безобидно, тъй като при определени обстоятелства цели правителства могат да се окажат заложници на капитала... В зависимост от това можем да открием поне три фундаментални проблема (и причини), които „захранват“ развитието на „сенчестите“ аспекти на съвременния политически пазар, а именно:

1) Една значителна и твърде голяма част от „сенчестите отблясъци“ на политическия пазар (особено при цялостната организация на предизборните кампании) напълно закономерно се поражда от нелегитимните икономически дейности, развиващи се в условията на реалната пазарна икономика, главно поради незрелостта на съвременните пазарно-икономически отношения (без да отричаме постиженията на пазара в развития западен свят), и най-вече поради съществуващите „пробойни“ в правнонормативната база на цивилизованите държави, което е и основната предпоставка за наличието на едни или други страни на т.нар. „сенчест“ политически пазар“. Така например България е номер едно в Европейския съюз с цели 32 на сто „сива“ икономика спрямо brutния вътрешен продукт,³ което е същински „рекорд“ на прехода в сравнение с други държави, също в преход.

³ Вж. в. „Дума“, 17.И.2015 г.

Освен всичко това, не е без значение, ако отбележим, че появата и развитието на „сенчестите“ страни на политическия пазар допълнително се мотивират от маса *субективни причини*, които перманентно довеждат до иницирирането (и повторението) на различни „сенчести“ рецидиви в протичането на нормалния политически процес. Те (причините) са свързани главно с качествата на политическите субекти, с морала на политическата класа, както и с управленския потенциал на партийните централи.

2) Яркоизразен проблем на „сенчестия“ пазар в политиката несъмнено представляват и широките граници на *корелацията публично – частно*, където преплитането на гъмжащите от разнообразие интереси неизбежно рефлектира върху нормалното функциониране на политическия пазар. Това става възможно, когато между публичния и частния сектор се „вмъкват“ и наместват отделни представители на нелегитимната „сенчеста“ икономика, които, преследвайки своите цели, се стремят към реализацията на собствени тайни и корпоративни, а защо не и на мафиотски интереси. Тази „сенчеста“ страна на политическия пазар се реализира с помощта на *специално разработени за целта механизми, действащи на вертикално и хоризонтално равнище*, чието конкретно проявление се разгръща *по веригата политици – лобисти – частен бизнес – сфери на влияние*. Това – първо. Второ, следва да отбележим, че *партиите безусловно носят и придобити белези на частноправните корпорации и като такива са корпоративни юридически лица⁴ с нестопанска цел*, което ги прави, от една страна, политически и публично отговорни институции, докато от друга, тяхната корпоративна природа (на съвременния политически пазар) им вменява юридически права и отговорности, които те често претъпват, попадайки под ударите на беззаконието, корупцията и финансовите далавери. Доказателство за това са фрапиращо стряскащите загуби от приватизация в България (за 25 години), които се равняват на огромните 57 млрд. долара, докато държавата е получила само 3 млрд. долара; и още, само за 10 години (2002 – 2012) от България зад граница са изтекли над 25 млрд. долара незаконен капитал, свързан с престъпления, корупция, укриване на данъци и т.н.⁵

3) Като „гъмна“ и старателно замаскирана страна на „сенчестия“ политически пазар „предизборната корупция“ носи белезите на всяка *политическа корупция*, чиито *форми* имат общовалиден характер и които в общи линии добре са систематизирани и обобщени в един български аналитичен сборник под надслов „Корупцията в съвременна България“⁶. Тези форми са общо седем: непотизъм, патронаж, нелегитимен лобизъм, търговия с политическо и електорално влияние, политическа протекция, политически привилегии и нерегламентирано финансиране. А като потвърждение само ще посочим, че според данни на Центъра за изследване на демокрацията в България над 1,9 млн.

4 Повече информация по тази теза вж. във: Белов, 2007: 204-205.

5 Вж. в. „Преса“, 14.VI.2014 г.; в. „Стандарт“, 17.XII.2014 г.

6 Вж. Сборник 1998: 22-23.

българи ежегодно са давали подкупи, или всеки трети гражданин на държавата,⁷ при едва 100 – 150 души ежегодно, осъдени за корупция от началото на прехода.

4) Друга, твърде разпространена „сенчеста“ страна на съвременния политически пазар, която е резултат от корупцията в политиката, това е *нелегитимното (нерегламентирано) финансиране на политическите партии, организации и сили*.

Нерегламентираното партийно финансиране е свързано със създаването на най-разнопосочни незаконни процедури, които целят набавянето на парични средства за политически влиятелните формации и кръгове. Те, формациите и кръговете, „...съзнателно са допускани до обществени блага, като конкурентната среда се разрушава чрез оказване на политически и партийен натиск върху нея. Установяването на монополна или безконкурентна позиция на определени стопански структури е типичен процес на взаимна обмяна на блага, които (структури) обаче обслужват един политически и партийен субект или едно политическо и партийно ръководство...“; и което всъщност е „...*двувариантна форма на политическа корупция, (...) свързана със създаването на партийни стопански и партийни неправителствени структури*, т.е. на субекти, които априори не принадлежат на политическото пространство“⁸ (*подчертаното е мое – Г. М.*). Именно тази „странна“ симбиоза на политико-икономически неправителствени структури и звена предлага редица възможности за „поглъщане“ на отделни автономни формации на гражданското общество, както и за налагане на прикрит монополен диктат в политиката от страна на олигархични партийни елити. По такъв начин и автономните фармации, и определени бизнес среди стават принудителни заложенници на олигархичните елити, което по същество осигурява на политическите партии непресъхващ извор на парични средства, което пък на свой ред лесно обяснява разгулното пилеене и присвояване на значителни финансови ресурси, в т.ч. и от незаконна търговия с оръжие.

5) „*Купуването*“ и *откупуването на политиците* по време на избори също следва да се причисли към широкоразпространените „сенчести“ страни на целокупния „политически пазар“. Това обикновено става *по два начина: законен*, при който неуредените законови регламентации в съответното законодателство сами повеляват употребата на форми за „откупуване“ на политици, без да се нарушават юридическите норми; и *незаконен* – чрез използване на подкупи, рушвети, „подпомагане“ на видни политици и т.н., и т.н. Особено показателна тук е негласната тарифа (*Вж. Таблица № 1*) за стойността на едно депутатско място в хода на целия български преход.

7 Вж. в. „Труд“, 30.VIII.2014 г.

8 Сборник 1998: 23.

Таблица № 1.

Тарифа на цената на едно депутатско място в България (1991 – 2014)

№	Година	„Цена“ (лв.)
1.	1991 (36-о ОНС)	5000 – 10 000
2.	1994 (37-о ОНС)	20 000 – 35 000
3.	1997 (38-о ОНС)	30 000 – 40 000
4.	2001 (39-о ОНС)	40 000 – 50 000
5.	2005 (40-о ОНС)	80 000 – 100 000
6.	2009 (41-во ОНС)	100 000 – 120 000
7.	2013 (42-ро ОНС)	150 000 – 200 000
8.	2014 (43-то ОНС)	200 000 – 250 000

Тук има само една характерна особеност: с изключение на част от предложените партийни кандидати (ръководства, лидери, членове), от които обикновено не се искат пари, от всички останали, желаещи да заемат съответната длъжност, „купувачът“ изисква установената тарифа според „правилата на играта“.

И накрая, би било пропуск, ако не открием още една конкретно проявяваща се и типична страна на „сенчестите“ разновидности на политиката, чието наименование може да бъде само едно – „търговия“ („купуване“, „уговаряне“) с гласове при изборите. Тази достатъчно безскрупулна страна на битието на „политическия пазар“ не е нова и непозната, но и до днес продължава да се използва от политическите партии и лидери. Фактите например показват, че изтъргуваният вот на избирателите на последните парламентарни избори през 2014 г. е много по-голям от прогнозираните и следва да се калкулира в следния порядък: първо, основната база за изчисляване е броят на действителните гласове, които според ЦИК е 3 283 192 гласоподаватели; второ, от тези реални гласове броят на купените е около 15 %, или 483 728 хил. гласа; трето, от всички подадени гласове мащабите на манипулативния контролиран вот е към 20%, или 656 638 гласа; и четвърто, според социологическите данни най-податливи на купуване на гласове са два основни слоя: необразованите (с основно и по-ниско образование), като от тях 42 % са подкрепили ДПС, 20% – БСП, и 17% – ГЕРБ; и бедните, като ромите например, от които 44% са гласували за ДПС, 17% – за БСП, и 8% – за ГЕРБ. Това на свой ред означава, че общият брой на купените и контролираните гласове се равнява на около 33%, или на 1 149 117 души. При тази численост (и проценти) обаче не са калкулирани като брой недействителните бюлетини (218 125 бр.), от които минимум 50 % вероятно също са били купени предварително. Това в сравнение с предходните парламентарни избори (м. май 2013 г.) представлява голям числен ръст от 236 681 изтъргувани

гласа (885 436 през 2013 г. срещу 1 149 117 през 2014 г.), което говори за постоянно растяща тенденция на увеличаване на „търговията с гласове“ на изборите за Народно събрание. В този смисъл не е трудно да се пресметне, че парите, вложени за безобразната „търговия с гласове“ при средна база 70 лв. на глас,⁹ достигат космическата сума от над 80 млн. лв. (за около 1 150 000 души), което в действителност представлява тотално игнориране на всички регламенти, третиращи партийното финансиране на парламентарните избори през 2014 г.

ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ

Решаването на съществуващите проблеми на „сенчестия“ политически пазар в България не е палиативна дейност, плод на нечия политическа или лидерска воля. За тяхното разрешаване съществуват редица механизми, лостове и начини, с които легитимните политически субекти (партии, коалиции, институции) биха могли да проведат най-различни мерки, за да се отърсят от нелегитимността на тези уродливи явления. Ние обаче смятаме, че трябва да се експериментират (и приложат) *няколко основни подхода* за решаването на тези проблеми, които са следните:

Първо. Реформистко законодателство в политическата система

С реализацията на такъв подход ще се засегне цялата политическа система, при което ще се модернизират всички нейни части, елементи, звена и структури. Или, иде реч за реформиране на партийното финансиране чрез лостовете на представителната и непредставителната демокрация, чрез изменения в Конституцията, чрез нов избирателен кодекс, чрез дълбока съдебна реформа и т.н., и т.н.

Второ. Реформа на партийната система

Този подход изисква цяла серия нови закони и правила, като трябва да се започне с нов закон за политическите партии, закон за лобизма, закон за борба с корупцията, закон за държавния служител и пр., с които да се постави спирачка на нелегитимните канали на партийното финансиране, на проявленията на „сенчестия“ политически пазар и на раковите метастази в политиката, властта и институциите.

Трето. Нов закон за финансиране на политическите партии (и предизборните кампании)

Чрез приемането на този закон (и осъществяването на такъв подход) той може да стане един от основните стълбове за реформиране на българската партийно-политическа система.

Разбира се, всичко това трябва добре да се разположи във времето чрез прилагането на специализирана *антикорупционна стратегия* в България, която дълбоко ще засегне и промени в перспектива всички институции на съдебната власт, Наказателния и Наказателнопроцесуалния кодекс, държавната администрация и пр.

⁹ Вж. последователно: в. „Труд“, 7.X.2014 г.; <http://resultati.cik.bg/pi2014/resultati/index.html>; Newmedia21.eu; в. „24 часа“, 16.IX.2014 г.

ЛИТЕРАТУРА

- Белов, М. *Политическите партии и демократичната държава в съвременния немски конституционен модел*. София: СИБИ, 2007.
- Манолов, Г. *Политическият пазар, том I: Теории, техники, модели*. Пловдив: Паисий Хилендарски, 2008.
- Сборник *Корупцията в съвременна България. Аналитичен обзор*. София, 1998.

Georgi Manolov

„THE SHADY“ POLITICAL MARKET IN BULGARIA: GENESIS, PROBLEMS AND PROSPECTS

Summary: This report deals with the nature of the shadowy political market and his development in Bulgaria and the problems arising from its operation in the political system. The main directions of development and negotiation of the accumulated problems of illegitimate party financing within the shadowy political market are shown in a synthesized form.

Key words: political market, shadowy political market, trade, reform of the political system