

'TikTokcracy'

Тракер:

на BFMI и Sensika

Наблюдение в реално време на алгоритмичната
манипулация в Югоизточна Европа

Парламентарни избори в България през 2026 г.

Съдържание

Резюме	03
Основни изводи	04
Какъв е залогът	04
Какво установихме	05
Кои закони и правила на платформите се нарушават	07
Какво предстои	08
Препоръки	08

Резюме

Дигиталната манипулация не е изключение в европейските избори. Тя вече е повтарящ се елемент, за който има документиран прецедент в Румъния, Молдова и други страни. Това, което е различно, е бързината и последователността на институционалната реакция. Тъй като Унгария, Словения и България ще гласуват в рамките на няколко седмици една от друга, пролетният изборен календар на Европа създава възможност за координирана бдителност на институциите, но и риск вниманието и ресурсите да се окажат прекалено разпилени, за да бъдат ефективни.

Този мониторинг е част от продължаващите усилия на BFMi за преодоляване на разрыва между установяването на манипулация и институционалния отговор на нея. Той стъпва пряко върху доклада *Tackling TikTokcracy in the Balkans: A Blueprint for Fighting Algorithmic Manipulation in Europe*, изготвен в партньорство със Sensika и представен в Европейския парламент в края на есента миналата година. Докладът картографира тактиките и инфраструктурата на алгоритмичната манипулация в региона. В него България е определена като среда с трайно висок риск, а също така са посочени конкретни неактивни мрежи, които все още не бяха задействани.

Първото издание на настоящия мониторинг обхваща периода до 17 март 2026 г., като парламентарните избори в България са насрочени за 19 април. Основните му изводи са, че информационната среда в България вече се манипулира в широк мащаб, че манипулацията е достатъчно усъвършенствана, за да бъде трудно разграничима от автентичните обществени нагласи, и че нито платформите, чрез които тя се разпространява, нито органите, отговорни за нейното регулиране, досега са реагирали по съществен начин. Целта на настоящия мониторинг е да документира и да се противопостави на тази комбинация от активно вмешателство, неизпълнени правни задължения и институционално бездействие.



ОСНОВНИ ИЗВОДИ

Бившият президент Румен Радев вече е спечелил изборите в социалните мрежи. Ръстът на съдържанието в подкрепа на Радев във Facebook и TikTok значително изпреварва този на всички останали политически сили в страната, като ГЕРБ на Бойко Борисов остава далеч назад на второ място. Основният и все още неполучил отговор въпрос в тази кампания е каква част от тази активност отразява реална обществена подкрепа и каква част е била създадена чрез фалшиви профили, пренасочени страници във Facebook и координирано публикуване, целящо да симулира спонтанна гражданска мобилизация.

Това, което не подлежи на съмнение, е, че неактивните досега мрежи в информационната среда на България вече са активни. Данните на Sensika, партньор на BFMi, установяват поне три оперативни тактики:

- ▶ първоначално усилване чрез закупени готови страници във Facebook;
- ▶ координирано и неавтентично поведение в различни платформи;
- ▶ систематично присвояване на хаштаговете на опонентите.

Дезинформация от кликбейт сайтове циркулира по същите канали, разширявайки заплахата отвъд целостта на изборния процес и превръщайки я в по-широк проблем за информационната сигурност. Някои от тези тактики изглеждат нарушават както общите условия на платформите, така и европейското право. Как би изглеждало на практика прилагането на санкции и кой носи отговорност за него, е разгледано в раздела с препоръки на настоящия доклад.

Представените тук доказателства показват, че сегашните защитни механизми на Европа не съответстват на мащаба на заплахата. Възможността за намеса преди 19 април е ограничена и бързо намалява. Един убедителен институционален отговор би допринесъл както за достоверността на изборния резултат, така и за позицията на България като участник в по-широките усилия на ЕС за защита на демократичните процеси.

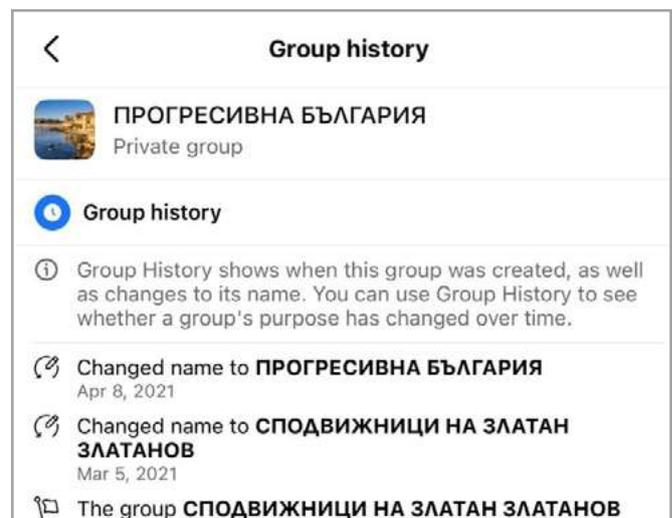
Какъв е залогът

България влиза в осмите си парламентарни избори за последните пет години на фона на обстановка, която благоприятства манипулативната политическа комуникация. Антикорупционните протести от 2025 г. свалиха едно правителство, без обаче да разрешат натрупаните обществени недоволства, които ги породиха. Преминаването към еврото в началото на 2026 г. засили икономическата тревожност и остави българските избиратели в състояние на повишена несигурност и податливост на внушения. Години на краткотрайни и често сменящи се правителства подкопаха доверието в институциите и оставиха политическите партии без необходимото обществено доверие и организационна устойчивост, за да се конкурират при равни условия в информационна среда, формирана от алгоритми. В този вакуум съдържанието, основано на страх, процъфтява. Войната на Русия срещу Украйна, която навлиза в петата си година, както и новият конфликт в Близкия изток, осигуряват почти неизчерпаем поток от поляризирано и поляризиращо съдържание, което платформите по самата си структура са склонни да усилят.

България не е единствената страна, изправена пред избори с голямо значение тази пролет. Унгария гласува на 12 април, една седмица преди България, а Словения също е изправена пред сходна ситуация. ЕС вече е задействал своята Система за бързо реагиране по Акта за цифровите услуги преди вота в Унгария, по искане на самата Унгария. Словения е поискала сходна подкрепа. България не е направила това. Към 16 март министърът на външните работи е посочила, че ще постави пред правителството въпроса за искане на подкрепа от Европейската комисия, но официално искане все още не е било отправено. Това колебание има своята цена. България може основателно да бъде определена като най-слабо подготвената в институционално отношение държава членка на ЕС за управление на заплахите, които дигиталната манипулация създава за демократичната легитимност, а времето до изборния ден е малко.

Какво установихме

Единственото официално присъствие на Радев във Facebook е президентската му страница. Неговата коалиционна партия, „Прогресивна България“, е създава официална страница във Facebook на 4 март и официален профил в TikTok едва шест дни преди публикуването на настоящия доклад. Това са все още новосъздадени и ограничени по обхват канали. Широката инфраструктура, която действа в негова полза, е изградена почти изцяло от неофициални фен страници, политически коментатори и активистки профили. Само въз основа на публично достъпните данни не може пряко да се установи кой стои зад това. Мрежите, които популяризират Радев, може да са свързани с



неговата кампания, а може и да са създадени от различни заинтересовани играчи, които се възползват от растящата му популярност. Това, което данните показват недвусмислено, е, че неговата кампания е основният печеливш и че натрупаното от нея предимство е твърде голямо, за да може който и да е съперник да го преодолее чрез естествено нарастване на подкрепата.

Във Facebook анализът на тридесетте най-големи групи в подкрепа на Радев показва над 1,3 милиона членства, което съответства на приблизително 400 000 до 600 000 уникални потребители. Тъй като са изследвани само най-големите групи, реалният брой със сигурност е по-висок. Някои групи нарастват с между четири и шест хиляди членове седмично и публикуват между седемдесет и сто и тридесет публикации дневно. Тридесетте най-големи групи на ГЕРБ също обхващат над 400 000 до 500 000 уникални потребители, като и тук това е по-скоро минимална, отколкото максимална оценка, но мрежата нараства с много по-бавни темпове и достига приблизително половината от мащаба на тази на Радев.

В TikTok разликата е още по-осезаема. Хаштагът #rumenradev е натрупал 90,4 милиона гледания в 2700 видеа, като расте с над шестдесет пъти по-бърз темп от #gerb и с двадесет пъти по-бърз темп от #vazrazhdane — хаштага, свързан с крайнодясната партия „Възраждане“. Свързаните с Радев хаштагове са единствените политически хаштагове, които показват устойчива възходяща динамика: 326% ръст на гледанията и 369% увеличение на броя видеа за два месеца. Никой друг политически участник дори не се доближава до този ръст. Тъй като най-интензивният период на кампанията тепърва предстои, структурното предимство, изградено от тези мрежи, не може да бъде преодоляно единствено чрез естествена активност.

Паралелното използване на двете платформи изглежда целенасочено и ефективно. Към края на 2025 г. Facebook достига до 65% от пълнолетните в България, което го прави почти универсален канал за политическа комуникация сред по-възрастните избиратели. Обхватът на TikTok вече е значително по-широк, отколкото предполага репутацията му на платформа за млади хора. Според данни, публикувани в собствените рекламни ресурси на TikTok и цитирани от DataReportal, към края на 2025 г. TikTok е имал

2,63 милиона потребители на възраст 18 и повече години в България, което представлява 47,6% от всички пълнолетни българи в тази възрастова група. Това е и най-бързо растящата платформа в страната, с 21,4% увеличение на потребителите само за една година. Взети заедно, тези две платформи вече са основното поле, на което се води тази изборна надпревара. Мрежите, които популяризират Радев, действат едновременно и в двете, с координираност, каквато официалните партийни кампании не са постигнали.

Данните на Sensika установяват три тактики, чрез които този обхват изкуствено се разширява.

Първата е първоначално усилване чрез закупени страници. Редица Facebook страници без предишна политическа история, такива с русофилски уклон или дори в подкрепа на други партии са били превърнати за кратко време в канали в подкрепа на Радев. Един документиран пример е профил **за авточасти втора употреба, преименуван на „Румен Радев — нов министър-председател“**. Придобиването на страници с вече съществуваща аудитория, дори и малка, генерира първоначална ангажираност, която задейства по-широко алгоритмично разпространение. Същият механизъм изглежда действа и в TikTok, където малък брой неофициални профили са натрупали стотици хиляди гледания само в рамките на седмици след създаването си.



Втората е координирано и неавтентично поведение. Във Facebook са идентифицирани групи от профили, които едновременно администрират множество страници и групи, като повечето от тях са свързани със съдържание в подкрепа на Радев. Седмичният ръст на членската маса може да бъде обяснен както с координирано привличане на нови членове, така и с автоматизирано изкуствено завишаване. Както в TikTok, така и във Facebook, много високият брой гледания, съчетан с пренебрежимо ниски нива на ангажираност, повтарянето на едни и същи лозунги и визуални елементи, внезапните и необясними скокове в гледанията, както и наличието на профили без реална активност, сочат към систематично, а не органично усилване. ГЕРБ не отсъства от тази картина. Изглежда, че медийният портал 7dniplovdiv.bg и още няколко сайтове изпълняват координираща функция за съдържание в подкрепа на Борисов. Това подсказва, че неавтентичното усилване не е характерно само за мрежите на Радев, дори и те да са най-големи.

Третата е присвояване на хаштагове и тя действа при няколко партии. Основният хаштаг на коалицията ПП-ДБ в TikTok е бил толкова масово зает с враждебно и несвързано по тема съдържание, че коалицията се оттеглила от него. Официалните и личните профили на политици от партиите в коалицията комуникират основно с вече убедени поддръжници. Затова това отстъпление не представлява неутрална тактическа корекция, а загуба на естествен обхват сред колебаещите се избиратели.

Междувременно ДПС – Ново начало, партията, ръководена от санкционирания по „Магнитски“ олигарх Делян Пеевски, също е разгърнала мащабна и координирана операция, за да доминира собственото си пространство в TikTok. Наред с един официален профил, @dps_novo_nachalo, са идентифицирани между десет и петнадесет профила, носещи името на Пеевски, сред които @peevskiforreal, @novo.nachalo, @peevski.daily, @dailydoseofpeevski, @peevskionly, @novonachalozadps, @peevski.tribune, @peevskisexclusive, @peevskichronicle и @peevskivibesonly. Тези профили функционират като паралелна мрежа за публикуване на съдържание, като всекидневно публикуват видеа с почти еднакъв стил и послание, с очевидната цел хаштагът #дпснованачало да бъде насищан с благоприятно съдържание. Стратегическата цел е не да се генерира реална ангажираност, а чрез обем и повторемост да се създаде впечатление за нарастваща подкрепа.

Показателно е и това, че партийните и кандидатските хаштагове се представят по-добре от общия изборен хаштаг #избори. В TikTok обхватът отива при онези, които вече разполагат с изградена или изкуствено създадена аудитория, а не при онези, които излагат най-силните аргументи. Социалните мрежи са се превърнали в решаващото поле на изборната надпревара именно защото възнаграждат първите, а не вторите.

Общ елемент и в трите тактики е масовото разпространение на дезинформация от кликбейт сайтове и т.нар. сайтове гъби. Много от Facebook страниците, които формално са посветени на Радев, функционират основно като канали за разпространение на съдържание от сайтове със скрита собственост, някои от които са утвърдени източници на проруска дезинформация. Финансирането зад тази екосистема остава непрозрачно. Има данни, че страници са били купувани преди изборите, но мащабът на тази практика и нейният краен източник не могат да бъдат установени само въз основа на публично достъпните данни.

Кои закони и правила на платформите се нарушават

Описаните по-горе тактики не съществуват в регулаторен вакуум. Те попадат в обхвата на утвърден набор от правила на платформите и на европейското право, а наличните данни сочат, че и двата вида изисквания се нарушават.

Общи условия на платформите

И Meta, и TikTok изрично забраняват координираното неавтентично поведение. Meta го определя като използване на фалшиви профили, координирана дейност или подвеждащи средства за изкуствено завишаване на привидната популярност на дадено съдържание. Купуването и пренасочването на Facebook страници за недеklarирани политически цели, поддържането на групи от профили, които едновременно администрират множество страници, както и използването на профили без реална активност за генериране на изкуствена ангажираност попадат пряко в обхвата на поведение, което правилата на общността и на двете платформи забраняват. TikTok освен това забранява изкуственото манипулиране на показателите и използването на автоматизация или платена ангажираност за изкривяване на обхвата. Тактиката за заливане на хаштага, използвана срещу ПП-ДБ, както и кампанията с паралелни профили в полза на ДПС – Ново начало за насищане на хаштага с благоприятно съдържание, представляват това, което самият TikTok определя в правилата си като манипулиране на платформата. Тук не става дума за гранични случаи. Става дума именно за поведение, което и двете компании публично са се ангажирали да предотвратяват.

Европейско право

Актът за цифровите услуги задължава много големите онлайн платформи — категория, в която попадат както Meta, така и TikTok — да идентифицират и ограничават системните рискове за изборните процеси. Това задължение е в сила от август 2023 г. за най-големите платформи и от февруари 2024 г. за всички определени услуги. През март 2024 г. Комисията публикува специални насоки по DSA относно целостта на изборния процес. Тя вече показва готовност да ги прилага, като през декември 2024 г., след президентските избори в Румъния, откри официално производство срещу TikTok. Данните за България са сходни по същество. Освен DSA, Регламентът на ЕС относно политическата реклама, в сила от 2025 г., изисква платеното политическо съдържание да бъде ясно обозначено, а техниките за таргетиране — разкрити. Използването на закупени страници и непрозрачни мрежи за финансиране за разпространение на политическо съдържание без разкриване на източника е именно сред практиките, които този регламент има за цел да адресира. Когато дадено съдържание произхожда от чуждестранни държавни субекти или усилва тяхното влияние, то може допълнително да попадне в обхвата на рамката на ЕС за хибридните заплахи, както и на ангажиментите на България като член на НАТО.

Българско национално право

Изборният кодекс на България забранява анонимното финансиране на предизборни кампании и изисква оповестяване на разходите за кампания. Купуването на страници в социалните мрежи за изборни цели чрез умишлено прикрити канали повдига сериозни въпроси за съответствие със закона, които Централната изборителна комисия следва да разглежда още сега, а не след изборния ден.

Какво предстои

Настоящите данни са моментна снимка, а не връхна точка. Анализът на сходни кампании, включително случая „Джорджеску“ в Румъния, показва, че координираната онлайн активност се засилва значително през последните седмици и дни непосредствено преди изборния ден. Вече видимите мрежи вероятно ще станат по-активни, по-добре обезпечени с ресурси и по-трудни за наблюдение с приближаването на 19 април.

Преобразуването и купуването на страници в социалните мрежи обикновено се ускорява с приближаването на изборите и с повишаването на стойността на вече изградените аудитории. Манипулирането на хаштагове обикновено става по-агресивно с навлизането на официалните кампании в по-интензивна фаза. Дезинформацията, която се разпространява чрез кликбейт сайтове и т.нар. сайтове гъби, също става по-целенасочена, като преминава от по-общо изграждане на наративи към конкретни твърдения, предназначени да потискат изборителната активност или да дискредитират резултатите.

Непрозрачната връзка между тези мрежи и политическите фигури, които те популяризират,

оставя отворена възможността външни участници да се възползват от изборната среда, без да имат каквато и да било формална връзка със самите кампании. Това, което данните показват, е, че неактивните досега мрежи в информационната среда на България вече са активни, но все още се намират в ранна фаза на операция, която вероятно ще се засилва, и че основният печеливш от това е кампанията на Радев. ГЕРБ също извлича полза, макар и в по-малка степен, поне във Facebook. На този етап разликата между двете е значителна.

Кампанията през 2026 г. може и да не доведе до анулиране по румънски сценарий. Но тя поражда нещо, което вероятно ще се окаже по-трайно: политическа среда, в която изкуствено произведенният консенсус и реалните обществени нагласи стават все по-трудни за разграничаване.

С оглед на мащаба и характера на координираната дигитална активност, установена в този доклад, както и на сериозните въпроси, които тя повдига относно спазването както на правилата на платформите, така и на европейското право, са необходими незабавни действия както от платформите, така и от европейските институции и българските власти.



Препоръки

Платформи

Платформите на социалните мрежи, които оперират в ЕС, носят двойна отговорност в избран контекст. Като частни компании те са обвързани със собствените си стандарти на общността и условия за ползване, които изрично забраняват координираното неавтентично поведение и изкуственото манипулиране на обхвата. Като определени по Акта за цифровите услуги много големи онлайн платформи Meta и TikTok са обект и на обвързващи правни задължения да установяват и прилагат, по формулировката на самата Комисия, „разумни, пропорционални и ефективни мерки за ограничаване, съобразени със специфичните системни рискове“ на дадени избори. Дейността, документирана в този доклад, ангажира и двата вида отговорност. Платформите следва спешно да предприемат следното:

- ▶ Незабавен одит на профилите, страниците и мрежите, идентифицирани в този доклад, е оправдан съгласно действащите политики срещу координирано неавтентично поведение. Страници, за които има доказателства, че са били купени и пренасочени към недеklarирана политическа дейност, покриват прага за обозначаване или спиране съгласно действащите условия за ползване.
- ▶ Групите от профили, които едновременно администрират множество политически страници, изискват проверка за автоматизирана или координирана дейност. Хаштаговете, подложени на системно заливане или изкуствено насищане, изискват засилено наблюдение и, когато манипулацията бъде потвърдена, коригиращи мерки.
- ▶ Мрежата от профили, действащи в полза на ДПС – Ново начало, заслужава особено внимание предвид обема, еднообразието и явната координация на публикуваното от тях съдържание.
- ▶ Определянето на специализирани звена или контактни лица на български език по въпросите на защитата на изборния процес, както и ясни публични указания за механизмите за сигнализиране, са минимален стандарт за изборна готовност. В дните до 19 април проактивното наблюдение на политическото съдържание в България следва да бъде значително засилено. Оправдано е прилагането и разширяването на инициативи като Community Integrity Team на Meta и Global Elections Integrity Hub на TikTok.

Европейската комисия

Представените доказателства дават основание за официална проверка по Акта за цифровите услуги дали Meta и TikTok изпълняват задълженията си за защита на изборния процес във връзка с българските избори. Прецедентът, създаден с производството по румънския случай, е пряко приложим тук. Допълнителните действия следва да включват:

- ▶ Разширяването на Системата за бързо реагиране към България, вече задействана за Унгария по нейно искане, не следва да изчаква официално заявление от българското правителство, когато документираните доказателства вече са публично достъпни.
- ▶ Споделянето с българските власти на оперативните поуки от германския предизборен стрес тест на платформите от януари 2025 г. е стъпка, която може да бъде предприета незабавно в рамките на съществуващите механизми за координация.
- ▶ Когато бъдат установени доказателства за участие на чужда държава в мрежите за дезинформация, трябва да последва третиране на случая като хибридна заплаха съгласно съответните рамки на ЕС.

Българското правителство и Централната избирателна комисия

България не разполага със специална национална правна рамка, насочена срещу дезинформацията или алгоритмичната манипулация, поради което разчита на европейското законодателство и на ad hoc вътрешни инициативи, за които широко се признава, че са недостатъчни. Това обаче не е основание за бездействие. Актът за цифровите услуги създава ясни задължения и механизми за достъп, които българските институции могат да задействат незабавно.

- ▶ Официално искане за подкрепа от Европейската комисия в рамките на DSA е необходима и закъсняла първа стъпка. Изявлението на външния министър от 16 март, че ще постави въпроса пред правителството, все още не представлява конкретно действие.
- ▶ Проверката от страна на Централната избирателна комисия относно купуването и преобразуването на страници в социалните мрежи за недеklarирани изборни цели е оправдана с оглед на доказателствата, които вече са публично достъпни. Формалното ангажиране на определения от България координатор по цифровите услуги с Meta, TikTok и Европейския съвет за цифровите услуги с цел споделяне на доказателства и искане на достъп до данни от платформите съгласно разпоредбите на DSA за изследователи и регулатори попада в рамките на съществуващите институционални правомощия и изисква единствено политическа воля за действие.



SENSIKA



BALKAN FREE MEDIA INITIATIVE

BFMI and Sensika's TikTokcracy
Tracker: Bulgarian Elections

BALKANFREEMEDIA.ORG