

**НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ
ДЕПАРТАМЕНТ МАСОВИ КОМУНИКАЦИИ**

Боян Митракиев

**ПРОБЛЕМИ ПРЕД РЕГУЛИРАНЕТО НА ЛОБИЗМА И
ПЪБЛИК АФЕЪРС В ЦЕНТРАЛНА И ИЗТОЧНА ЕВРОПА:
КАЗУСЪТ НА БЪЛГАРИЯ**

АВТОРЕФЕРАТ

Дисертационен труд за присъждане на образователна и научна
степен „доктор“ по професионално направление
3.5. Обществени комуникации и информационни науки

Научен ръководител:
Проф. д-р Росен К. Стоянов

София, 2019 г.

Съдържание на автореферата на дисертационния труд

- I. Обща характеристика на дисертационния труд
- II. Структура и съдържание на дисертационния труд
- III. Приноси моменти на дисертационния труд
- IV. Списък на публикациите, свързани с дисертационното изследване

I. Обща характеристика на дисертационния труд

а. Актуалност и значимост на изследваната проблематика

Актуалността на темата „Проблеми пред регулирането на лобизма и пбблик афеърс в Централна и Източна Европа: казуът на България“ се обуславя от фрагментираната практика на регулация на лобизма и пбблик афеърс в Европейския съюз, макар че самата практика е ясно институционализирана на централно европейско ниво и в значителна част от старите демократични страни. Наблюдава се процес на повишена ангажираност през последното десетилетие на академици, политици, държавни служители и хора от бизнеса с проблемите на лобирането, неравния достъп до политическите институции и асиметричността на информацията както на национално, така и на наднационално ниво.

Темата за регулация на лобизма и пбблик афеърс има интердисциплинарен характер и традиционно се анализира с многовекторен подход. Двете практики традиционно се развиват на кръстопът между маркетинга и връзките с обществеността, правото, социологията, политическите науки, икономиката, и други.

б. Практическо приложение

Трудът би бил полезен за политически представители, техните сътрудници, анализатори и бизнес играчи, които имат отношение или практикуват лобизъм и пбблик афеърс. Двете практики в България са нерегулирани, но и в голямата си част незабранени, което означава, че ежедневно местният и чуждестранният бизнес в България ангажира представители на изпълнителната и законодателната власт, убеждавайки ги в осъществяването на определени политики и инициативи.

Продължаващата липса на регулация, обаче, създава както определени възможности и свободи за лобистите и практикуващите пбблик афеърс, така и редица рискове за демократичния процес, избирателите и дори политическите представители. Продължаващата липса на регулация е плод на определени допускания и вероятно притеснения от страна на законодателната власт. Дисертационният труд допринася към по-

добрата информираност на законодателната власт чрез представяне и анализ на вероятно най-актуалното социологическо изследване на отношенията на българските граждани към регулацията на лобизма и публичен афеърс.

c. Основни параметри на изследването

Целта на изследването е да установи актуалните обществени нагласи за регулация на лобизма и да анализира хипотетични причини за липсата на регулаторна рамка и продължаващите неуспешни опити за нейното създаване.

Продължаващата липса на ясна регулаторна рамка на лобизма в България е предметът на текущото изследване. Взимайки предвид опита и общите социо-икономически черти на останалите държави от Централна и източна Европа, както и теории за мотивиране на политическия избор се разглеждат вероятните причини за липсата на успешни законодателни инициативи за институционализиране на проблема, както и се прави актуално национално-представително проучване за обществените мнения по темата.

Обект на изследване е българското общество със съответните му възприятия и нагласи по конкретния проблем, както и държавите от региона на ЦИЕ с техните културни, социални и институционални аспекти, оказали влияние върху подхода им към регулация на лобизма и публичен афеърс.

d. Изследователска теза и хипотези

Теза.

Българското общество възприема лобизма в преобладаващо негативна конотация и поради това не желае да съществува де юре като регулирана практика.

Хипотези.

1. В България лобизмът не е регулиран, тъй като обществото е негативно настроено към подобна инициатива и това дава негативен стимул на политическите играчи да завършат успешно съответния законодателен процес.
2. Самият термин „лобизъм“ в България през годините е натоварен с негативна конотация, което пречи неговото институционализиране по експлицитен и конкретен път. Това пречи и на регулацията на свързаната практика публичен

афеърс, тъй като тя е слабо позната сама по себе си в българското общество и неминуемо би била приравнена с лобизъм.

е. Изследователски задачи

За да бъде доказана изследователската теза, дисертационният труд поставя следните изследователски задачи:

- Описана и изградена е теоретична рамка, в която се развиват проблемите пред регулацията на лобизма и пбблик афеърс.
- Разгледана и обобщена е рамка на подхода към регулацията на лобизма и пбблик афеърс в региона на Централна и Източна Европа.
- Извършено е социологическо изследване на възприятията на българското общество за регулацията на лобизма и пбблик афеърс.
- Интегрирани са резултатите от емпиричното изследване в теоретичната рамка и е направен анализ, извеждащ заключения, потвърждаващи и отхвърлящи някои от поставените хипотези.

ф. Методологически инструментариум

В дисертацията е използвана комбинация от качествени и количествени изследователски и аналитични методи. Отношението и информираността на пълнолетното население на страната към практиките лобизъм и пбблик афеърс са тествани в рамките на количествено проучване, представително за пълнолетното население на страната и проведено в края на октомври 2016 г. от СОВА ХАРИС - агенция за социални, политически и маркетингови проучвания.

Период на провеждане	7 – 13 октомври 2016 г.
Извадка	Изследването е представително за населението на България над 18 годишна възраст. Чрез двустепенна гнездова извадка са подбрани 200 гнезда на територията на страната. Във

	всяко гнездо са интервюирани по 5 души.
Генерална съвкупност	6 162 747 души. 1% на извадката съответства на ~ 61 627 души.
Обем на извадковата съвкупност	1000 души над 18-годишна възраст.
Стохастична грешка	Максимална грешка за 50% относителен дял при 95% гаранционна вероятност: 3,10%.
Метод на регистриране на информацията	Стандартизирано face-to-face интервю, провеждано в дома на респондента.

Анализът на резултатите и причините за липсата на регулация на лобизма и пбблик афеърс в България в рамката на практиките в Източна Европа е извършен с качествен аналитичен подход.

g. Възприети ограничения

- Изследването се ограничава от липсата на консенсус върху дефиниции за лобизъм и пбблик афеърс. Съответно, анализът и заключенията се ограничават до обсъдените и изложени дефиниции в главите Контекст и Теория.
- Извършеното в партньорство с агенция Сова Харис социологическо проучване не обхваща на 100% пълната популация от пълнолетни български граждани. Съответно, анализът и заключенията се ограничават от представителността на изследването и допустимата статистическа грешка.
- Анализът и заключенията на базата на количествените данни от социологическото проучване са логически ограничени до валидността на тези данни към съответния момент. Както се тълкува и в самото изследване, възприятията по този въпрос са динамични и се променят с времето.

h. Обхват на дисертационния труд

Дисертационният труд е структуриран в три глави, въведение и заключение, както следва:

- Въведение, което представя темата, предметът и целта на изследването и развива тезата, хипотезите, методологията и ограниченията пред дисертационния труд.
- Първа глава (Контекст), която представя развитието на лобизма и пбблик афеърс в Централна и Източна Европа, прави кратък преглед на историческото развитие на лобизма в Европейския Съюз и изгражда рамката на регулаторните политики в различните държави от ЦИЕ.
- Втора глава (Теория), която операционализира дефиниция на лобизъм и пбблик афеърс и разглежда научния подход и анализ към определени проблеми в сферата, свързани с дефицита на демокрация в ЕС, индиректния „пазарен“ лобизъм, етиката и морала на лобизма, културните аспекти, влияещи върху регулацията и институционализацията на лобизма и пбблик афеърс, включително институциите в преход с техните специфики.
- Трета глава (Проучване и анализ), в която се описва подробно методологията и дизайна на емпиричното изследване, представят се резултатите от проучването и се прави анализ на проблемите пред регулацията на лобизма и пбблик афеърс в България, включително динамиката на възприятията, ретроспекция на законодателните инициативи и текущото развитие на нерегулирания лобизъм.
- Заключение, което обобщава резултатите от проучването и анализа и представя възможностите за по-нататъшно изследване и приносните моменти.

i. Теоретична и емпирична основа на изследването

Теоретичната основа на дисертационният труд е значителен брой научни трудове и статии на редица чуждестранни и български автори. Поради все още относително слабото научно внимание на българските академични среди към проблемите на лобизма и пбблик афеърс, чуждестранната научна и аналитична литература, както и публицистична информация, доминира.

Емпиричната основа на изследването е социологическото проучване, извършено в партньорство със социологическа агенция „Сова Харис“.

II. Структура и съдържание на дисертационния труд

а. Структура на дисертационния труд

Дисертационният труд е с обем 203 страници, от които 7 страници въведение, 160 страници основен текст, структуриран в три глави и 9 страници заключение, както и 22 страници, съдържащи речник на съкращенията, списък на използваната литература с 256 източника и библиография с 18 източника. В основния текст са поместени 17 таблици и 18 фигури.

б. Съдържание на дисертационния труд

Въведение

Целта на въведението е да представи темата, предметът и целта на изследването, както и да постави тезите, хипотезите и използваната методология.

През последното десетилетие академици, политици, държавни служители, хора от бизнес елитите и европейското общество стават все по-ангажирани с проблемите на лобирането в Европейския съюз и особено с въпроса дали лобизмът влошава неравния достъп до политическите институции и асиметричността на информацията както на национално, така и на наднационално ниво. Разглеждайки проблема през основните теории за лобизма определено засилва тази ангажираност, основно по три направления.

Първо, Европейският съюз, като основно регулаторно тяло с относително малък бюджет, разчита силно на лобистите за техническа информация. Второ, Брюксел и повечето национални столици, средища на гражданските и групите по интереси, са разделяни от значими разстояния. Трето, ЕС е структурно сложна политическа система и търсещите достъп до нейните институции трябва да притежават политически умения и значителни ресурси.

Лобизмът в Източна Европа и България навлиза значително по-късно, по-бавно и при по-голяма съпротива в сравнение с установените вече вековни корени на практиката в Западна Европа и Съединените Американски Щати. Вероятно основната причина

за този феномен е около 50-те години социалистическо управление в тази част на стария континент, което има съществен отпечатък върху психологията на народите, институционалното и икономическо развитие на държавите. По време на тоталитарния социалистически модел, властите са водили целенасочена пропаганда срещу частната собственост, частната инициатива и частния бизнес, брандирайки ги като егоистични дейности, подриващи обществения интерес. Повече от логично следствие е значителна част от местното население да възприеме поне частично пропагандираните идеи и принципи, следователно идеализирайки целите и функциите на държавния апарат и гледайки скептично на влиянието на бизнеса върху него.

Несъмнено осъзнавайки тези особености във възприятията на избирателите, политиките в Източна Европа са традиционно изключително внимателни при изработването, внасянето и одобряването на законодателни инициативи, регулиращи лобизма и близките до него практики като пбблик афеърс.

В България, например, за последните 29 години има 4 официални опита да се регулира законово лобизма. Три от законопроектите са внесени в деловодството на Народното събрание като някои са били обсъдени по комисии, но не са събрали нужната подкрепа за внасяне за гласуване в зала. Макар проектите да са обявявани публично, аргументирани относително убедително и текстовете е в тях до голяма степен да следват добрите практики в Западна Европа и Съединените Американски Щати, очевидно те не са успели да съберат достатъчно политическа подкрепа дори за опит за гласуване.

Междувременно, лобирането в България дори в нерегулирана среда е неоспорим факт, който се цитира дори от официалните институции било то в позитивна или негативна светлина.

В този ред на мисли, целта на изследването е да установи актуалните обществени нагласи за регулация на лобизма и да анализира хипотетични причини за липсата на регулаторна рамка и продължаващите неуспешни опити за нейното създаване.

Поставената основна теза е, че българското общество възприема лобизма в преобладаващо негативна конотация и

поради това не желае да съществува де юре като регулирана практика.

Изведени са две основни хипотези, а именно че (1) в България лобизмът не е регулиран, тъй като обществото е негативно настроено към подобна инициатива и това дава негативен стимул на политическите играчи да завършат успешно съответния законодателен процес и (2) самият термин „лобизъм“ в България през годините е натоварен с негативна конотация, което пречи неговото институционализиране по експлицитен и конкретен път. Това пречи и на регулацията на свързаната практика пбблик афеърс, тъй като тя е слабо позната сама по себе си в българското общество и неминуемо би била приравнена с лобизъм.

Представена е методологията на емпиричното изследване, извършено в партньорство с агенция „Сова Харис“ с извадка 1000 души над 18-годишна възраст, което е представително за населението на страната.

Глава 1: Контекст

В Първа глава се прави преглед и кратък анализ на институционалната и процедурна рамка на лобиране в Европейския съюз и как тя влияе върху развитието на лобизма на национално и наднационално ниво с особен акцент върху Централна и Източна Европа.

Късното навлизане на public affairs в региона, асоциацията с обременения с негативна конотация лобизъм, както и наследството на т.н. „хомо советикус“ поставят значителни препятствия пред развитието и регулацията на индустрията в страните от Централна и Източна Европа. Анализът на културната и институционална рамка често се плъзга по лесния път на групиране на пост-социалистическите държави, но по-детайлното изследване на тяхната култура разкрива съществени разлики, които и съответно оказват различно влияние върху общественото възприемане на пбблик афеърс и лобизма и политическите желания относно тяхната регулация.

Повечето от пост-социалистическите страни се характеризират с мощни политически партии и синдикати, завзели територията на представянето на интереси, които търгуват

неформално със своето влияние и създават среда на относително висока корупция. Частната организация на представяне и защитаване на групови интереси се разглежда с недоверие и попада под чадъра „лобизъм“, който в тази част на света е тясно асоцииран с корупция и именно тази неформална и непрозрачна търговия с влияние.

Дисертационният труд обръща внимание, че различните страни от ЦИЕ със своята близка, но все пак отличаваща се култура, минават и по различен път на развитие по отношение на регулацията на лобизма и пбблик афеърс. В България, където по културната теория на Hofstede се вижда най-класическото изражение на хомо советикус, обществото се противопоставя на public affairs като част от лобизма и съответно е по-скоро да ги забрани, макар и ясно осъзнавайки, че тази забрана няма да е работеща (за което предразполага високия UAI индекс). Българското общество очаква политиците да имат отговор за всичко и е склонно да се придържа към определяната от тях институционална рамка и правила (висок PDI), дори и това да е за сметка на индивидуалната свобода (нисък IDV). Тоест, значителна част от българското общество би се доверило, че политиците знаят какво е най-добре да се прави и съответно няма нужда да се легализира частното представителство на интереси, тъй като то е излишно и дори вредно. В същото време, българското общество си обяснява провала на политиците да приложат най-добрите решения чрез тяхното нежелание, а не по-скоро с незнание или липса на натиск и контрол.

В изследването се прави паралел с други държави от региона на ЦИЕ. Полската култура, от друга страна, със своята индивидуалност и желание за ясни и предсказуеми правила, предразполага към изсветляване и регулирано развитие на public affairs и лобизма. Значителна част от полското общество не би било толкова склонно да смята, че политиците имат всички решения и индивидуалната свобода не е релевантна, съответно частното представителство на индивидуални и по-тесни групови интереси би се възприело по-добре. Подобна е и ситуацията в Унгария, макар и там да се наблюдава характерното периодично залитане към харизматични и авторитарни лидери, които успяват

да убедят избирателите, че най-важните отговори са ясни и демокрацията трябва да отстъпи пред силната ръка и силната националистическа политика.

От друга страна, съществуват и парадоксални състояния, където културните различия е трудно да обяснят съществуващите различия във възприятията и действията в областта на public affairs и лобизма. Например, сходните в много отношения Естония и Литва имат различни политики, като в Естония сферата е оставена на сенчести и непрозрачни контакти, докато в Литва тя вече има собствена регулация и значимо изсветляване.

В дисертацията се прави заключението, че уникалните културни особености в пост-социалистическите страни от Централна и Източна Европа поставят също така уникални предизвикателства пред развитието и регулацията на public affairs, които не са били срещани в западните държави. И въпреки че академичната общност върви към консенсус, че механизмите за представяне на интереси са потенциално полезни за демократичния процес (макар и да съществуват значителни спорове относно тяхната форма), обществата в ЦИЕ често подхождат със значително недоверие, смесват public affairs с лобизъм и същевременно асоциират лобизма с корупцията и непрозрачната и неформална търговия с влияние, която е дълбоко вкоренена в културата им.

Всичко това контрастира с добре развитата регулаторна рамка за лобизма и пбблик афеърс както на централно европейско ниво, така и в значителен брой от старите демокрации. Продължаващата централизация на Европейския съюз и засилването на властта на централните институции съответно увеличава възвращаемостта в инвестицията в лобизъм, което логично дава конкурентно предимство на държавите с ясна институционализация на практиката пред тези, които продължават да се лутат между регулирането, забраната и един вид затваряне на очи пред нейното съществуване.

Глава 2: Теория

Втора глава прави теоретичен обзор на термините „лобизъм“ и „пбблик афеърс“ като проследява динамиките в тяхното дефиниране и развитие.

Макар лобизмът да заема все по-централно място в процеса на изработване на публични политики, политическите науки и дори институциите по цял свят не могат да достигнат до консенсусно определение за практиката. Същото може да се твърди и за дейностите от сферата на пбблик афеърс, чието разграничаване от лобизма е трудно и често се възприемат като съставна негова част.

В изследването се обръща внимание, че до голяма степен трудностите по дефинирането произтичат от същността на лобизма като дискретно занимание, което е за предпочитане да остане извън светлината на централните прожектори. Много от лобистите дори не желаят да се определят като лобисти, а значителна част от обществото гледа подозрително на тяхната работа. В допълнение, лобирането обхваща твърде разнообразни дейности, включващи правни и икономически анализи, комуникационна дейност с публични длъжностни лица и медии, работа с групи по интереси, поддържане и създаване на мрежи от съюзници и партньори, изготвяне на стратегии и хипотези за развитие и противодействие на опозиционни интереси, т.н.

Дисертационният труд прави обстоен обзор на определенията, изведени от български (Иванов, Панчугов, Цакова, Стоянов, Георгиева, и др.) и чуждестранни автори като се правят паралели и различия с политическото и неправителствено застъпничество, и други.

OECD препоръчва използването на едно относително ясно определение – „писмена или устна комуникация с публичен служител с цел повлияване на законодателна инициатива, политики или административни решения“. От своя страна, Съветът на Европа разбира лобизма като „организирано усилие да се окаже влияние върху формулирането на политики и процеса по вземане на решения с оглед на получаване на определени резултати от правителствените власти или демократично-избраните представители“. Според Американския Сенат, лобизмът е „практиката по убеждаване на законодателите да предложат, прокарат или спрат законодателна инициатива или да променят текущото законодателство“.

Най-рестриктивното от трите определения е това на OECD – то ограничава лобизмът единствено до писмена и устна комуникация със съответен публичен служител. Другите две дефиниции са по-широки и говорят за „усилия“ и „убеждаване“ – концепции, които могат да включват много различни методи, стига те да са (по допускане) позволени от закона.

Дисертационният труд поставя акцент върху проблемите по разграничаване между лобизъм и пбблик афеърс, като последната практика страда от доста по-фрагментирана определеност. Според различни автори, пбблик афеърс може да присъства като част от външните комуникации на корпоративните комуникации, като клон на връзките с обществеността, който таргетира политическата сфера, като част от стратегическото управление на информацията между политиката и бизнеса, и други.

Любопитно е, че в някои държави се наблюдава феноменът пбблик афеърс да се използват като чадър за практикуването на вече придобилия негативна конотация лобизъм. Един такъв пример е Австрия, в която след серия от високопрофилни публични скандали с лобисти, през 2013 година се въвежда задължителна регистрация на лобистите и представителите на интереси на федерално ниво. По същото време, обаче, лобистката индустрия регистрира своя собствена асоциация – Austrian Public Affairs Association. Осъзнавайки проблемния имидж на лобизма като практика, австрийските лобисти провеждат целенасочена и всеобхватна кампания за ребрандиране на своята дейност под концепцията пбблик афеърс, като дори академичните разработки в сферата са насочени именно към пбблик афеърс. Според социологическо проучване, австрийските лобисти дори разглеждат лобизма като инструмент на по-широкообхватната дейност пбблик афеърс, редом до стратегическото медийно планиране, анализ на външната среда, корпоративната социална отговорност, репутационния мениджмънт, и др. Подобни процеси текат и в Чехия, където практиката и концепцията за пбблик афеърс е почти непозната, но през последното десетилетие започва да става все по-популярна като имиджов заместител на лобизма. Макар не толкова експлицитно, имайки предвид солидните традиции и дори конституционната институционализация на представителството на

интереси в Германия, във федералната република също се забелязва усилено ребрандиране на асоциации и компании под чадъра пбблик афеърс. Европейската асоциация на консултантите по пбблик афеърс също отбелязва този феномен, посочвайки, че той е особено интензивен в Европа, където лобистите масово бягат от вече дискредитирания термин „лобизъм“ и ребрандират професията си под чадъра на пбблик афеърс.

Изследването обръща сериозно внимание върху възприятието за лобизма и пбблик афеърс като основен фактор, влияещ върху политическия процес за регулирането на практиките. Според редица български и чуждестранни автори, лобизмът днес води определен негативизъм със себе си, тъй като той е почти изцяло свързан с негативни политически практики, търговия с власт и влияние. Многократно се говори за две лица на лобизма – едното, бъдещо възхищение като активна демократична практика и другото, със своя огромен корупционен потенциал. Това ни води до неизбежния конфликт в модерната социална държава, изградена върху капиталистическа икономика и свободни пазарни отношения – сблъсъка между ценностите на равенството и свободата. Лобизмът стои на пресечната точка между тези два основополагащи принципа на нашата държава и модерно общество, което неизбежно през годините е довело до ерозия на неговата репутация. Прави се преглед на редица изследвания на обществените нагласи и възприятията в САЩ и Европа, които доказват гореспоменатите изводи. Според няколко относително скорошни проучвания, общественото мнение и в региона на Централна и Източна Европа е особено критично към стойността на лобизма като част от демократичния процес. Например, в Чехия думата „лобизъм“ се използва масово като синоним на корупция, подкупи и други нечестни политически дейности и влияния. Местни автори посочват, че негативната конотация на лобизма в държави като Чехия, Полша и Словакия произтича до голяма степен от високопрофилни публични скандали, свързани с нерегламентиран лобистки натиск върху политически фигури и произхождаща от това корупция, често отнасяща се до приватизационни и концесионни сделки.

Дисертационният труд прави преглед на теоретичните аспекти на лобизма и дефицита на демокрация в Европейския съюз, етиката и морала на лобизма, феномени като индиректния „пазарен“ лобизъм и особеностите на източноевропейските институции в преход, които са с важно отношение към възможността и подхода лобизмът и пбблик афеърс да бъдат регулирани и институционализирани.

Втора глава продължава с обзор и анализ на културни теории с акцент върху тази на Hofstede, отнасящи се до институционализирането на практиките лобизъм и пбблик афеърс.

Много важен е дебатът дали културното наследство на половинвековния социалистически период в страните от Централна и Източна Европа може да бъде „изкоренено“ или влиянието му е дългосрочно. Според някои автори, ефектите от диференциацията на ценности между Изтока и Запада са постоянни и „замразени“ по силата на традицията и мисловни навици. Други посочват, че невъзможността да се отхвърлят тези стари мисловни навици формира сложното наследство на легендарния хома советикус, което се характеризира с феномени и белези като егалитаристична и изискваща нагласа, „незаинтересована“ завист, анти-интелектуализъм и антипатия към елитите, двойни стандарти в публичния и частния живот и лесно приемане на посредствеността. Хората, носещи това наследство, изпитват значителни трудности в осмислянето на новия капиталистически и демократичен ред, както и в намирането на място в новата институционална рамка.

Глава 3: Проучване и анализ

Трета глава започва с подробно представяне на методологията на емпиричното изследване, извършено в партньорство със социологическа агенция „Сова Харис“. Прави се обстоен преглед на извършените законодателни опити да бъде регулиран лобизма в България, включително детайлно представяне на техните мотиви и съдържание в паралел с вече изложените регулаторни практики в Централна и Източна Европа. Акцентира се върху факта, че липсата на регулация в България не означава, че лобизъм и пбблик афеърс не се практикуват в страната, а точно обратното.

Видно от провала на редицата законодателни инициативи за регулация на лобизма, народните представители и политическите партии са допусkali въз основа на лични впечатления, качествени и/или количествени анализи на общественото мнение, че последното се противопоставя на институционализирането на лобизма (и публичен афеърс) и неговата регулация.

Към тези причини следва да се добави и чисто егоистичният мотив на политиците/законодателите да не приемат непопулярни законодателни мерки с изглед на собственото си политическо оцеляване, без значение дали те самите одобряват или не предложенията или пък те са обективно полезни за обществото или не. Както теорията на Бюкенън сочи, политиците взимат своите решения въз основа на личния си интерес, включително да бъдат преизбрани. Съответно, дори народните представители да са убедени, че регулацията и институционализацията на лобизма е в обществен интерес, те биха и очевидно са се отказали от приемането на съответните закони и промени в нормативната база, ако общественото мнение е негативно и подобен ход е политически непопулярен/неизгоден. Негативната конотация, която се е формирала около самия термин „лобизъм“ също вероятно е демотивирала народните представители от съответните законодателни решения.

Социологическото проучване, проведено от Сова Харис за целите на дисертацията, обаче, в съществена степен опровергава продължаващата валидност на тази хипотеза към момента на изследването. Видно от резултатите на проучването, регулацията на лобизма се подкрепя от значителна част от българското общество – около 50% от анкетирания пълнолетни граждани в национално-представителното изследване отговарят утвърдително на въпроса „Смятате ли, че в България трябва да има строго определени правила за практикуване на лобизъм?“ Всъщност, положителните отговори на преформулирания въпрос, зададен с определението за лобизъм, но без да се споменава конкретния термин/дума „лобизъм“, са по-малко – около 40% подкрепят регулация на влиянието на частния сектор върху законодателните и административни решения и около 50% подкрепят регулация на влиянието на гражданите за същото.

Изследването показва, че анкетираните имат по-скоро отрицателно отношение към лобизма – това се посочва от около 24% от хората, неутрално е отношението на около 19% и положително на едва 14%.

Подкрепата за регулация на лобизма е най-силна сред самоосигуряващите се, държавните служители, работещите в частни компании, висшистите и хората с относително високи доходи, които имат възможност да спестяват част от тях. Обратно, подкрепата е слаба сред неработещите и безработните, пенсионерите, хората с основно образование и изпитващите финансови трудности.

Важно е да се отбележи, че подкрепящите регулацията на лобизма, всъщност, нямат преобладаващо положително мнение към практиката. Негативното отношение към лобизма е изключително силно сред предприемачите, държавните служители, работещите в частния сектор.

Негативното възприятие за лобизма в България е прогнозируемо и на база теоретичния контекст. Половинвековното социалистическо управление на страната има своя значителен отпечатък върху психологията и възприятията на съществена част от обществото. Според теорията за Хомо Советикус, изнасянето на локус контрола извън индивидуалния човек е основен белег на социалистическата психология и пропаганда. Следователно, преобладаващата част от населението вярват във възможността, а много хора и в реалността, държавният апарат да бъде всевластен и съвършено морален, съответно полагайки перфектни грижи за „народа“. Лобизмът като дейност в този контекст и идеологическа рамка се възприема не просто като излишен, но и като инструмент на подчинения на държавния апарат бизнес да влияе върху нея. Важно е да се има предвид ролята на предприемачите според социалистическата икономика – те са де факто класов враг, който трябва да бъде изкоренен от обществото.

Горното до голяма степен се потвърждава и от други теоретични и емпирични изследвания на културата в България. Например, според теорията на Hofstede, българите приемат патерналистичен йерархичен ред, в който всеки има своето място и властта е строго централизирана, раздаваща заповеди и

инструкции на подчинените индивиди и бизнеси какво да вършат. Според теорията на Hofstede и тестовете на българската култура, българското общество е колективистично, като лоялността се оценява изключително високо. Българите също така предпочитат да избягват несигурността, т.е. желаят твърди правила и поведение извън установените рамки е нежелателно.

Различните страни от ЦИЕ със своята близка, но все пак отличаваща се култура, минават и по различен път на развитие по отношение на регулацията на лобизма и пбблик афеърс. В България, където по теорията на Hofstede се вижда най-класическото изражение на хомо советикус, обществото се противопоставя на лобизма и пбблик афеърс и теорията предполага, че съответно е по-скоро склонно да ги забрани, макар и ясно осъзнавайки, че тази забрана няма да е работеща (за което предразполага високия UAI индекс). Българското общество очаква политиците да имат отговор за всичко и е склонно да се придържа към определяните от тях правила (висок PDI), дори и това да е за сметка на индивидуалната свобода (нисък IDV). Тоест, значителна част от българското общество би се доверило, че политиците знаят какво е най-добре да се прави и съответно няма нужда да се легализира частното представителство на интереси, тъй като то е излишно и дори вредно. В същото време, българското общество си обяснява провала на политиците да приложат най-добрите решения чрез тяхното нежелание, а не по-скоро с незнание или липса на натиск и контрол.

Полската култура, от друга страна, със своята индивидуалност и желание за ясни и предсказуеми правила, предразполага към изсветляване и регулирано развитие на public affairs и лобизма. Значителна част от полското общество не би било толкова склонно да смята, че политиците имат всички решения и индивидуалната свобода не е релевантна, съответно частното представителство на индивидуални и по-тесни групови интереси би се възприело по-добре. Подобна е и ситуацията в Унгария, макар и там да се наблюдава характерното периодично залитане към харизматични и авторитарни лидери, които успяват да убедят избирателите, че най-важните отговори са ясни и

демокрацията трябва да отстъпи пред силната ръка и силната националистическа политика.

От друга страна, съществуват и парадоксални състояния, където културните различия е трудно да обяснят съществуващите различия във възприятията и действията в областта на public affairs и лобизма. Например, сходните в много отношения Естония и Литва имат различни политики, като в Естония сферата е оставена на сенчести и непрозрачни контакти, докато в Литва тя вече има собствена регулация и значимо изсветляване.

Може да се твърди със съществена степен на сигурност, че профилът на българската култура според теорията на Hofstede предполага едно разглеждане на лобизма като излишна и потенциално неуместна дейност в обществото. Всичко това се обуславя от относително неефективни държавни институции и високо ниво на корупцията, които въпреки неодобрението от страна на обществото с времето се нормализират като положение на статуквото. Въпреки това, социологическото изследване недвусмислено показва, че значителна част от българите с течение на времето се примиряват със съществуването на лобизма, макар и да го смятат за излишен и вреден, и започват да разглеждат неговата регулация като инструмент за ограничаване на потенциалните негативни последици от това съществуване или макар и частичното му ефективно интегриране в демократичния процес. С други думи, има течаща консолидация на общественото мнение, че е по-добре и по-реалистично лобизмът да бъде регулиран строго и съответно обществото да има някакъв контрол върху него, отколкото той да продължи да бъде практикуван на тъмно, безрезултатно заклеяван от политиците и борбата срещу него да бъде бутафорна и дори театрална.

Заключение

В заключението се посочва, че половин век социалистическо управление на повечето държави в Източна Европа, включително България, е оставило съществени белези върху разбиранията и възприятията на съответните народи за редица икономически, социални и политически феномени като лобизмът не е изключение. Пропагандата на авторитарните режими срещу частния бизнес, инициатива и предприемачество и в

полза на централизираната всевластна държавна администрация е създавала широкоразпространено негативно възприятие за ползата и стойността на лобизма. Теорията и емпиричните изследвания категорично показва, че значителна част от населението на държавите в Източна Европа и България, а в някои от тях тази част е преобладаващо мнозинство, смятат, че лобизмът и пбблик афеърс имат по-скоро негативна роля за демократичния процес и/или са излишни.

Въпреки това, може да се твърди със съществена степен на сигурност, че лобизмът не е изкоренен като практика в нито една страна. Там, където той не е регулиран, неговото съществуване протича в нерегулирана форма, която често предпоставя дори към по-мощна лобистка дейност. Пример за това може да е и България, където лобизмът и пбблик афеърс са нерегулирани, а много от аспектите им дори не са и забранени от закона. Това води до липса на прозрачност и отчетност като в крайна сметка губещите са гражданите, които нямат адекватен поглед и контрол върху взаимоотношенията на бизнеса и представителите на политическата класа.

След около 3 десетилетия съществуване на нерегулиран и неодобряван от обществото лобизъм, социологическото изследване на нагласите, проведено съвместно със социологическа агенция Сова Харис за целите на настоящата дисертация, показва, че значителна част от българското население вече възприема тезата, че лобизмът и пбблик афеърс е по-добре да бъдат регулирани и извадени „на светло“, отколкото нерегулирани и протичащи „на тъмно“. Може да се спекулира, че обществото постепенно приема лобизма като неделима част от демократичното общество и процес, без значение дали процесът е одобряван или не. Съответно, регулацията му вероятно се възприема като начин негативните последици от него да бъдат минимизирани и овладени, а позитивните му ефекти да бъдат засилени.

Изводите от извършените количествени и качествени изследвания частично опровергават заявената теза. Вярно е, че българското общество възприема лобизма и пбблик афеърс в преобладаващо негативна конотация, но в същото време се наблюдава желание този негативен процес да бъде изсветлен,

регулиран и контролиран. В този ред на мисли, може да се опровергае първата хипотеза, че към момента лобизмът не е регулиран, тъй като обществото е негативно настроено към подобна инициатива и това дава негативен стимул на политическите играчи да завършат успешно съответния законодателен процес. При преобладаващо желание на избирателите лобизмът да бъде регулиран, подобна законодателна инициатива е възможно дори да има позитивен политически резултатът за поделите я политици. Разбира се, тук трябва да се отбележи, че възприятията на избирателите за лобизма и неговото регулиране са динамични и е възможно (дори вероятно) през изминалите две десетилетия публичното мнение да е било различно. Втората хипотеза се потвърждава от социологическото изследване и анализът – лобизмът наистина е натоварен с тежка негативна конотация и това поставя пречки пред определени подходи за неговото институционализиране като нужна за демократичния процес практика. Общественото допитване потвърждава хипотезата, че пбблик афеърс е де факто непозната практика в България. Изводите кореспондират до определена степен с теоретичната рамка, особено с културния профил на българското общество, според класификацията и метода на Hofstede. Склонността да се предпочита строга йерархия, да се вярва във всеилността на държавната власт, да ѝ се вменяват платонични характеристики, да се търси бягство от лична отговорност и да се приема идеализирано държавно устройство, дори когато то на практика не работи или дори е контра-продуктивно води до негативните възприятия за лобизма като излишна и вредна практика.

Заключението също така представя възможности за по-нататъшно изследване на темата като се акцентира върху проучване на потенциално най-ефективните аргументи, с които бъдещи законодателни инициативи да бъдат основани, така че да се поставят в една общественоприемлива рамка и впоследствие да се достигне до експлицитен и реален политически консенсус за регулацията на лобизма и пбблик афеърс в България.

Дисертационното изследване с обща продължителност от две години не би придобило завършен вид без подкрепата, бележките и напътствията на научния ръководител проф. д-р Росен К. Стоянов.

Особен принос има и г-н Васил Тончев, изпълнителен директор на социологическа агенция „Сова Харис“, с чието партньорство и професионализъм бе осъществено едно от малкото емпирични изследвания на възприятията на българското общество по темата регулация на лобизма и пбблик афеърс.

Ш. Приносни моменти.

Основните приносни моменти от текущото изследване могат да бъдат резюмирани както следва:

1. Проведено е най-актуалното към момента и едно от малкото провеждани някога по темата национално представително социологическо допитване относно възприятията за лобизма и неговата потенциална регулация. Резултатите показват, че преобладава негативно възприятие към лобизма като практика на частния сектор, макар и обществото да одобрява с мнозинство възможността на отделни граждани да влияят върху законодателния процес и институциите. Също така преобладава общественото мнение лобизмът да бъде строго регулирана практика.
2. Гореизложените резултати са поставени в теоретичната и фактическа рамка относно регулацията и институционализацията на лобизма в Централна и Източна Европа. Установен е фрагментираният подход на държавите от региона по темата, както и това, че българското обществено мнение кореспондира в определена степен с културния профил на обществото според редица теории, сред които и тази на Hofstede.
3. Обобщени и изведени са редица препоръки, които биха позволили институционализирането и регулацията на лобизма с оглед на реалистичен анализ на стимулите на политическите агенти, спрямо теорията и допусканията на Buchanan. С оглед на обществените възприятия по темата,

може да се допусне, че представянето на регулацията на лобизма като изсветляване и въвеждане на строг контрол върху тази неотменно съществуваща и в най-развитите демокрации практика, дори и със съмнителна репутация, може да бъде политически изгодно за поделите инициативата.

IV. Списък на публикациите, свързани с дисертационното изследване

Митракиев, Боян (2016) Морален ли е лобизмът? In: Научна конференция "Морални стандарти в журналистиката и в ПР-а", 14-15 май 2016, Нов български университет, София, България.

Митракиев, Боян (2016) Лобизмът в президентските кампании в САЩ. In: Лятна школа по ПР: Глад за съдържание, 22-24 юни 2016, Нов Български Университет, София, България.