

ДИГИТАЛЕН ПУБЛИЧЕН СЕКТОР: СТРАТЕГИЧЕСКИ РАЗЧЕТ

Ивайло Беев¹, Христо Проданов²
e-mail: ibeev@unwe.bg
e-mail: prodanovhristo@gmail.com

Резюме

Дигиталният публичен сектор се различава съществено от „класическия“ публичен сектор. Виртуалното му битие прави асоциирането му с реални феномени и процеси особено трудно, а с това – трудно и теоретичното му осмисляне. Това налага необходимостта от стратегически разчет, за да бъдат разбрани стихийните процеси, изграждащи все още оформящия се дигитален публичен сектор. За целта чрез описателен, сравнителен и каузален подход е разгледана група от взаимосвързани понятия и промяната в резултат на дигитализацията в отношенията между тях, което налага необходимостта от нов подход към тяхното осмисляне.

Публикацията представя част от научните резултати по научно-изследователски проект „Дигитален публичен сектор“ (НИД 21-2020, УНСС), също части от различни предходни изследвания на авторите.

Ключови думи: дигитален публичен сектор, държавен сектор, обществен сектор, непазарен сектор, публична сфера, големи данни, алгоритми

JEL: H10, O35, O38

*„Който работи без теория,
в крайна сметка, работи с много лоша теория“
Paul T. Heyne, The Economic Way of Thinking (1973)*

Увод

Дигиталният публичен сектор не е просто „дигитализиращ се“ публичен сектор. Неговите характеристики са съществено по-различни от тези на „класическия“ публичен сектор. Виртуалното им битие прави асоциирането им с реални феномени и процеси особено трудно, а с това – трудно и теоретичното им осмисляне. Възниква необходимостта от стратегически разчет, за да бъдат разбрани стихийните процеси, изграждащи все още оф-

¹ Доцент, доктор, катедра „Икономика“, Общикономически факултет, УНСС

² Доцент, доктор, катедра „Политическа икономия“, Общикономически факултет, УНСС

ормящия се дигитален публичен сектор. Това оформя и обекта на изследването, свързан с дигиталния публичен сектор, както и неговия предмет, предполагащ изясняването на поредица от взаимосвързани с него понятия. За целта са разгледани няколко такива понятия – дигитален, публичен, пазарен, обществен сектор и публична сфера, както и техните прави и обратни връзки, чрез които те взаимодействат помежду си, влияят си, променят се и се развиват. Поради това подходът е на първо място описателен и сравнителен, опитващ се да ни каже какво представляват съответните понятия, на второ място, каузален, изследващ логиката на взаимовръзките между тях, а на трето място – нормативен, доколкото в заключението са изведени определени препоръки за оптимизация на дигиталния публичен сектор.

Държавен, публичен и обществен сектор

Най-съществена е задачата по отношение на идентификацията и определянето (понятийно) на „дигиталния публичен сектор“. Решението на тази задача се предшества (и усложнява) от необходимостта да се дефинира по ясни критерии понятие за „публичен сектор“. Към тях следва да се добавят усложненията, произтичащи от паралелното въвеждане и използване в научния оборот на „заместващи“ термини – като „държавен“, „обществен“ и дори „правителствен“ сектори. Действително в съвременността, при толкова **усложнени форми на взаимодействие** (а това значи отношения, имплицитно: обществени) между публични и частни икономически субекти, има необходимост от такова терминологично разнообразие. Проблемът (усложнението) възниква тогава, когато в едни случаи те (съвсем резонно) се ползват като синоними („заместващи“), но в други – се влага различно съдържание (което именно оправдава съществуването им).

В свой предходни изследвания Беев сочи, че в **икономиката** могат да се обособят **отношения**, които се означават като „пазарни“, така те – в тяхната съвкупност, формират „сектор“, който се означава като „пазарен“. Логично е да се предположи, че останалите **икономически отношения** нямат пазарен характер и затова напълно резонно, те се обособяват в друга съвкупност („сектор“), който като изразител на тяхната непазарна същност се определя като „непазарен“ (в този смисъл: Беев, 2020; Беев и Йотова, 2021). Оттук и смесената икономика може да се определи като такава, в която могат да се разграничат поне два сектора: пазарен и непазарен, като „пазарния“ сектор е този, който обхваща пазарните отношения, а „непазарния“ – останалата част от икономическите отношения, нямащи пазарен характер. Интуитивно ясно е, че пазарните отношения възникват на основата на пазара, а негова ключова характеристика е размяната. Но тази размяна е на основата на еквивалентност, двустранно съвпадение на желанията и равнопоставеност на

влизащите в разменни отношения икономически субекти. В добавка към това трябва да се подчертае, че тези отношения се развиват при свобода на договарянето, т.е. при отсъствието на каквато и да е принуда (освен икономическа принуда). В юридически смисъл, отношенията определяни като пазарни са такива, които са уредени с диспозитивни разпоредби (общи правила за поведение, допускащи отклонение от постановеното), а субектите по тези отношения – са такива, възникнали на основата на частното право. И по тази причина субектите в този сектор се определят като „частни“ производители, а самият сектор като „частен“. Логична негова антиномия е „публичният“ сектор. В този смисъл (но само в този смисъл) „публичният“ сектор е тъждествен (синонимен израз) на непазарния сектор (в този смисъл: Беев, 2020; Беев и Йотова, 2021).

Зададените по-горе характеристики на пазарния сектор, дават възможност отношенията в непазарния да се изведат като тяхна антиномия. Така, непазарният сектор изключва размяната, а на нейно място идва разпределението. Свободата на договарянето е заменена от отношения на власт и подчинение. А диспозитивният способ на уреждане на отношения между равнопоставени субекти се заменя с императивен. Самите субекти – вече не са възникнали на основата на частното, а на публичното право. Това са различните държавни ведомства и учреждения. Затова този непазарен сектор, често се определя и като „държавен“. Така вече са налице два алтернативни термина, с които се означава непазарния сектор – публичен и държавен. От казаното до тук следва, че непазарния сектор е публичен дотолкова, доколкото субектите опериращи в този сектор са възникнали на основата на публичното право. А е държавен дотолкова, доколкото публичните субекти са носители на държавно-властнически правомощия при осъществяването на вменените им функции. Но за да осъществяват своите функции, тези субекти трябва да влизат в определени, при това икономически по характера си, отношения със субектите от пазарния сектор. С други думи „държавата“, сведена до публично-правните субекти (държавните ведомства и учреждения), набавя (купува) необходимите ѝ стоки и услуги от частните производители, които са субекти на пазарния сектор. Тези „покупки“ обаче, качествено се различават от обичайните покупки, осъществявани между частно-правните субекти на пазарния (частен) сектор. Първо, те се осъществяват по специален ред (начин). Второ, това са покупки, които (обикновено) се осъществяват между публично-правни и частно-правни субекти (в този смисъл: Беев, 2020; Беев и Йотова, 2021).

Специалният ред, по който се осъществяват държавните покупки, е чрез т. нар. „обществени поръчки“. В същината си обществените поръчки имитират начина, по който множеството от частните субекти осъществяват по-

купки помежду си, като „държавата“ обявява потребностите си от определени стоки и услуги в определени обеми, а тези икономически субекти, които са в състояние да ги доставят, кандидатстват за изпълнението им. Така при предварително обявени критерии, „държавата“ осъществява своя избор за изпълнител на съответната обществена поръчка, с когото сключва договор за изпълнение. Видно е, че при покупки чрез обществени поръчки държавата не разпределя бюджетни средства, а престира (заплаща) оказаната ѝ услуга или доставените ѝ стоки, т.е. влиза в разменни, а не в разпределителни икономически отношения. Но начина (реда), по който се осъществява тази размяна, за разлика от размяната, осъществявана на пазарния сектор, е императивно постановен. Именно в това се състои имитационният характер на тази размяна – тя имитира „пазар“, като субектите от двата сектора (пазарен и непазарен) влизат в междусекторни отношения. Те са толкова устойчиви, че дават основание да се говори за наличие на трети сектор в смесената икономика, който се определя като „квазипазарен“, т.е. „почти-“, „полу-“ пазарен сектор. Тази характеристика произтича от имитиращата „пазар“ процедура на обществената поръчка. В този смисъл всяка смесена икономика, в която има нормативно постановени правила за трансформиране на публични ресурси, имитиращи пазарен механизъм (каквото е икономическият смисъл на Закона за обществените поръчки), автоматично я предефинира от дву- в трисекторна, като секторите са:

- „пазарен“, определен чрез принципите на равенство на икономическите субекти, диспозитивния метод на уреждане на отношенията, еквивалентността на размяната и еднородността на субектите (частноправни);
- „непазарен“, определен чрез принципите на „власт и подчинение“ (императивен метод на уреждане), разпределение (вместо „размяна“) и чрез еднородността на субектите (публичноправни);
- „квазипазарен“, на който разнородните субекти (от „пазарния“ и от „непазарния“ сектор) влизат в „икономически“ отношения. Последните имат „квазипазарен“ характер (имитиращ пазарни отношения): осъществява се размяна, но чрез административен подход. Това резултира в псевдопазарния характер на протичане реализацията на отношенията. Посоченото е определящо при обособяването на тези отношения в „квази (псевдо) пазарен“ сектор (в този смисъл: Беев, 2020; Беев и Йотова, 2021).

Системата на покупки чрез „обществени поръчки“ се е наложила в заплата на „обществения интерес“, който в случая се свежда до ефективно, ефикасно, прозрачно и недискриминационно разходване на бюджетни средства. И ако това е „естествено“ изискване пред дейността на „държавата“, то трябва да се вземе под внимание и факта, че част от частно-правните субекти, опериращи на частния (пазарния) сектор, но осъществяващи дейност

в особено значими сфери на икономиката, засяга „обществения интерес“ в съществена степен. Това налага и тяхната дейност да бъде подчинена на принципите на „обществените поръчки“, т.е. да се осъществява на тяхна основа. Такива са фирмите в енергийния, водния и др. сектори. Полученото разнообразие от икономически отношения и субекти по тези отношения дават възможност на основата на трисекторното деление на икономиката да се определи точно съдържанието на понятията държавен, публичен и обществен сектори: „*държавен*“ е секторът, който се изчерпва с непазарния сектор; „*публичен*“ е секторът, който обхваща непазарния и квазипазарния сектори; а „*обществен*“ е секторът, който обхваща публичния сектор и онази част от дейността на субектите от пазарния сектор, подчинена на механизма на обществените поръчки – в защита и гаранция на обществения интерес. От посоченото до тук става ясно какво е различието в термините „държавен“, „публичен“ и „обществен“ сектори, а от казаното в по-предходното изложение – кога легитимно могат да се използват като синоними (заместващи се) (в този смисъл: Беев, 2020; Беев и Йотова, 2021).

В **настоящото изследване** обаче, *публичния сектор се релевира с публичния (обществения) избор*. Доктриналната теория лесно решава проблема – частният сектор е този, на който субектите действат в *свой интерес*, за *своя сметка* и най-същественото: *правят (реализират) своя индивидуален избор* на основата на пазарен механизъм, обхващащ размяната на частни блага.

Разгръщането на Четвъртата индустриална революция започва в нарастваща степен да дигитализира публичния, държавния и обществен сектори, променяйки техните елементи и механизмите, по които се осъществяват отношенията помежду им, водейки по този начин до ново системно качество. Особена роля в това отношение има тенденцията към изграждането на електронно правителство и електронно управление, на умни и самоизпълняващи се договори, на развитието на блокчейн технологиите, в резултат на което тези отношения все повече се алгоритмизират и това води до автоматизация на нарастващо количество задачи, които все повече се осъществяват без човешка намеса. В условията на все по-голямо ускоряване на всички процеси и усложняването на обществените отношения дигитализирането на публичния сектор се превръща в приоритет за все повече правителства по света. Смята се, че това ще има положителен ефект върху отношенията между публичния и пазарния сектор, ще улесни и засили икономическата активност на гражданите и така ще доведе до ускоряване на икономическото развитие (Alvarenga et al, 2020). При това употребата на дигитални технологии позволява одитирането на всякакви трансакции, а от тук и повишаването на контрола върху управлението на бюджетните средства и рационалното използване на фискалните ресурси за оптимизиране на публичния сектор (Tatiana, 2019).

Смята се, че тези технологии ще подобрят функционирането на държавната администрация и установяването на обратна връзка с гражданите, а с това и публичните услуги, които ще стават все по-евтини, бързи и прозрачни, но в същото време ще породят рискове от повишена уязвимост на публичния сектор от хакерски атаки и за всички аспекти на сигурността, от повишаване на контрола върху отделния индивид и обществото като цяло. В резултат на това, наред с нагласата, че технологиите правят институциите много по-прозрачни и взаимоотношенията с гражданите много по-ефективни, възниква и нагласата за сериозните опасности от превръщането на държавата в „Биг Бродър“ чрез превръщането на публичния сектор в един своеобразен „паноптикум“ (Bentham, 2009), който следи, наблюдава и контролира действията на гражданите, превръщайки ги така в нарастваща степен в поданици, които стават все по-малко субект и все повече обект на властта. Концепцията за паноптикума е развита от Джереми Бентъм още през 1791 г., но днес тя става все по-актуална в резултат на нарастващата дигитализация на публичния сектор, правеща всичко все по-видимо и позволяваща държавния контрол не само върху публичната, но и върху частната сфера на човека, даваща възможност на държавния, публичния и обществените сектори да участват по съвсем различен начин във формирането на нашата познавателна логика и нашата свободна воля чрез разширяването на влиянието и контрола си не само върху публичността, но и върху личността.

Дигитална публична сфера и дигитален публичен сектор

Наред с това се прави разграничение между публична сфера и публичен сектор и ако понятието за публичен сектор обхваща непазарния и пазарния сектори, то това за публична сфера е свързано с разгръщането на комуникациите и възхода на информацията, формиращи обществено мнение и участническата политическа култура, характеризираща съвременните демократични общества. Това, което е характерно за тези общества е, че благодарение на комуникацията и информацията, те могат да налагат решения, да подлагат на критика и контрол публичния сектор, а публичният сектор обратно чрез своите решения да въздейства върху тях. В този смисъл, ако публичният сектор е тясно свързан с държавата и нейната политика, то публичната сфера е свързана с гражданската сфера, с формирането на обществено мнение и по този начин с формирането на гражданското общество. Така публичната сфера започва да се свързва със свободното общуване, свободата на сдружаване и изразяване, с неправителствения сектор, с медиите, комуникацията, информацията. При това тя се основава на публичната информация, докато непубличната остава скрита за гражданите и не участва във формирането на мнение.

Понятието за публична сфера е употребено за първи път в „Структурна трансформация на публичната сфера“ (Хабермас, 1962) и бързо придобива популярност. Различните етапи на развитие на информацията и комуникацията дават възможност за постоянно разрастване на публичната сфера. Едно е тя в Древна Атина, където се формира традиционната публична сфера в резултат на директната комуникация между гражданите на атинската агора. Друго е модерната публична сфера, свързана най-напред с „гутенберговата галактика“ (McLuhan, 1962) и печатното слово, разгръщащи се след изобретяването на печатната преса от Йохан Гутенберг през 1439 г., преобърнала радикално някогашния средновековен свят и превърнала се в предпоставка за появата на печатната книга, вестника и националното образование като основни комуникационни механизми, позволяващи разделението между публичен и частен живот, формирането на нацията като „въображаема общност“ (Anderson, 2006) и в същото време създали нарастващо количество образовано градско население, получаващо постепенно право на глас. След това, с разгръщането на Втората индустриална революция към тези технологии се добавят фотографията, радиото, телевизията, телефона, които разширяват допълнително публичната сфера, позволявайки включването в нея на нарастващо количество граждани и интеграцията им в рамките на националната държава. Това обаче, което в най-голяма степен характеризира тези технологии е, че те имат аналогов характер, свързани са с комуникации от типа „един към един“, което ги превръща в мощни пропагандни и идеологически апарати, притежавани от държавата и частния сектор, изобретяващи и фабрикуващи обществено мнение, извличащи на печалба и обслужващи определени политически интереси. През тези етапи се преминава последователно през формирането на локална, национална и след това на глобална публична сфера. На всеки един етап тя все повече се маркетизира. Ако традиционната публична сфера може да бъде разглеждана като непазарен феномен, то с разгръщането на модерната публична сфера тя все повече се маркетизира, включвайки все повече частни източници на информация, конкуриращи се помежду си на пазара. Така се променя и самият характер на публичната сфера, която все повече губи възпитателните и образователните за сметка на развлекателните си функции.

С разгръщането на Четвъртата индустриална революция публичната сфера разширява допълнително своите граници и възникват понятия като „дигитална“, „онлайн“, „виртуална“, „електронна“, „цифрова“ публична сфера, идващи да опишат промените, които настъпват с разгръщането на една нова постмодерна публична сфера, демонстрираща характеристики, обратни на традиционната. Докато за съществуването на традиционната публична сфера важни са характеристики като рационалност, делиберативност, авто-

номност, засилващи легитимацията на публичната власт, то въпреки първоначалните очаквания във все по-дигитализиращата се публична сфера в нарастваща степен започват да доминират ирационалността, конфликтността, фрагментацията, отслабващи легитимацията на публичната власт. Тя дава възможност за делиберация не само от типа „един към един“ и „един към много“, но е от типа „много към много“, което не само не намалява, а като че ли увеличава асиметричното въздействие на информацията. Това се дължи на две основни характеристики, които тя въвежда в публичния живот.

Първо, разпада се разделението между публичен и частен живот, характеризиращо традиционната публична сфера като те все повече започват да преливат един в друг. Това е свързано с факта, че всички дигитални технологии функционират с помощта на данни, които се събират от потребителите, обработват се чрез съответните алгоритми и се превръщат във важен елемент на маркетинговите, политическите и социалните взаимодействия на всички равнища. Това е начинът, по който функционират големите дигитални платформи като „Фейсбук“, „Гугъл“, „Амазон“, водещ до формирането на един „надзорен капитализъм“ (Shoshana, 2019), в който публичната сфера все повече попада под корпоративен контрол, в рамките на който поведенческите характеристики на хората са превърнати в основен механизъм за генериране на добавена стойност, за насочване на човешкото поведение в определена посока, за формирането на нашите светогледни, идеологически, политически нагласи. По подобен начин функционира системата за социален кредит в Китай, превърнала в елемент на алгоритмично управление дори на ежедневно поведение на хората и тяхното отношение към заобикалящия ги свят. През 2022 г. 80% от провинциите и регионите на страната и 33 милиона предприятия са обхванати от тази „оруелска система, основана на контролирането на почти всеки аспект от човешкия живот“ (Donnelly, 2024). Данните вече не са нещо, което притежава съответният човек или нещо, което се събира в публичните институции в контекста на необходимостта от осигуряване на определени публични услуги, а собственост на големите дигитални компании, даваща им власт по-голяма от всякога преди това. „Гугъл“ знае от каква информация се интересува всеки, „Амазон“ – какво купува всеки, „Фейсбук“ – какво комуникира всеки, с кого и това радикално променя публичната сфера и възможностите за оказване на персонализирано въздействие върху личността. При това възможностите за събиране и преработка на данни в нарастваща степен започват да променят публичната сфера, извеждайки на преден план не просто пазарните взаимодействия, а алгоритмичното таргетиране на отделната човешка личност, включително и персонализиания политически и икономически маркетинг. Затова ако по време на Втората индустриална революция възможно става масовото въздействие, по време на Третата – нишово-

то въздействие върху определени социални групи, водещо до фрагментиране на обществата, то сега с разгръщането на Четвъртата индустриална революция нарастващо значение придобива персонализираното въздействие върху човека, неговите потребности, нагласи и психика. Информацията и комуникацията като пасивен посредник между гражданското общество и публичния сектор в нарастваща степен се заместват с данните като активен механизъм за насочване на индивидуалните човешки възприятия в една или друга посока. Медиите все повече се заместват с платформи и именно платформите са онова, върху което се изгражда дигиталната публична сфера, а и дигиталния публичен сектор.

Второ, мрежовият характер и високата пропускателна способност на дигиталната публична сфера създават условия за дълга поредица от разрушителни видове комуникация. Възникват т. нар. „ехо стаи“, в които огромно количество хора се самоизолират от комуникацията с останалите и остават глухи за тях, формирайки по този начин фалшиво усещане за сила и мощ, каквито всъщност не притежават. Нараства значението на т. нар. „фалшиви новини“, които се превръщат в мощен инструмент за дезинформация, пропаганда, манипулация, а това има съответните следствия за поведението на хората, от една страна, и от друга, за налагане на цензура, когато всичко неудобно на някого може да бъде обявено за фалшива новина. Появяват се т. нар. „ботове“, които представляват компютърни програми, имитиращи успешно човешкото поведение. Наред с тях расте значението на т. нар. „тролове“, водещи до появата на феномена „хейстърство“, ставащ в резултат на нарастващата мощ на социалните мрежи и дискуссионни форуми все по деструктивен за равнището на доверие и социалния капитал във всяко едно общество фактор. Възникват „дълбинните измами“, генериращи фалшиво аудио и видео съдържание с висока степен на достоверност. Тези особености на дигиталната публична сфера водят до появата на т. нар. „хибридни войни“, в които победата не се постига чрез сблъсък на армии както е в традиционната епоха, а чрез оказване на нарастващо влияние върху съзнанието, психиката, светогледа, епистемологията на отделната личност. Неслучайно държави като Русия и Китай изграждат собствени търсачки и дигитални мрежи, за да не могат данните на техните граждани да бъдат откраднати, а те да се превърнат в обект на манипулация, виктимизация, идеологическа обработка от страна на външни сили.

При това следва да се има предвид, че когато се опитваме да дефинираме дигиталната публична сфера се натъкваме на още две съществени трудности. Първата е свързана с това, че всички дигитални технологии боравят с някакви данни, които превръщат в информация, но не всички данни са публични, а в същото време данните на отделния човек вече не му принадлежат, а стават собственост и източник на печалба за дигиталните платформи. За

да може определени данни и информация да бъдат част от публичната сфера обаче те трябва да са публични и общодостъпни. Втората е свързана с това, че дигиталната публична сфера не съществува автономно, тя е в постоянна конвергенция с традиционните медиатори, формирали някогашната аналогова публична сфера, която сама по себе си все повече се дигитализира, а това води до нейните качествени изменения.

Предвид посочените по-горе особености може да отнесем дигиталната публична сфера към онази област на човешките отношения, в която публичната комуникация се опосредства от дигиталните технологии на основата на непазарно обработвани чрез алгоритми и превръщани в информация непублични данни, правещи човека обект на персонализирано информационно въздействие чрез насочване към него на съответната публична информация.

Понятието за дигитален публичен сектор е следващият термин, който идва да замени този за традиционния публичен сектор. Ако традиционният публичен сектор се отнася до модерната държава, такава каквато тя се формира постепенно от Новото време насам, преминавайки през различни етапи, чието начало е поставено с Вестфалския мирен договор от 1648 г., когато започва да се утвърждава модерната суверенна държава. След това с разгръщането и утвърждаването на капитализма този публичен сектор в нарастваща степен започва да се усложнява, възниква модерната държава с нейните бюрократичен апарат, сложни механизми на управление и отношения с различните подсистеми на обществото – икономика, политика, право, образование, здраве, сигурност, култура, морал, история, религия, нрави, обичаи, привички, традиции. Това е резултат от усложняването на обществата и на всички обществени отношения, на подобряването и увеличаването на регулиращите възможности на държавата на различни равнища чрез подобреното събиране и обработване на информация. Едни са тези възможности в прединдустриалната епоха, когато основно превозно средство е волската каруца и най-развитият метод за изпращане на информация е пощенският гълъб, а съвсем други в условията на Четвърта индустриална революция, създаваща потенциалната възможност за тотален контрол върху всички елементи на социалната система с помощта на големите данни и алгоритмите за тяхната обработка. Това променя политикономията на обществата през XXI век, при която икономиката на големите данни играе водеща роля и от една страна, държавната политика все повече се алгоритмизира и основава на бързото събиране и обработка на данни, а от друга страна, икономиката в нарастваща степен се опира на потребление, свързано с дигиталния маркетинг и персонализираното таргетиране на потребителите.

В условия на все по-експоненциални и подривни промени, правещи много по-трудно управлението и регулирането на процесите от страна на дър-

жавата, тъй като всичко става много по-трудно да бъде видяно, разбрано, осмислено, прогнозирано, поради милиардите асиметрични взаимодействия в рамките на дигиталната мрежа, именно дигиталният публичен сектор се превръща в основен механизъм за излизане от това положение. Наред с това можем да срещнем термините за електронно, дигитално, цифрово правителство и управление, идващи да обозначат промените, настъпващи в дигиталния публичен сектор, свързани с нарастващото количество данни, чрез които редица управленски процеси започват да се алгоритмизират. Той има отношение към случващото се в публичната сфера, доколкото взетите в него решения и предприетите от него действия носят информационен характер, формиращ обществено мнение и имащ отражение в публичността, реагираща от своя страна на съответните информационни сигнали и влияеща така обратно върху публичния сектор, неговите решения и действия.

Това, което в най-голяма степен характеризира дигиталния публичен сектор е, че той трансформира радикално организационната форма на съвременната държава. Ако от новото време насам тя се развива, изграждайки сложни йерархични бюрократични структури, то с дигитализацията тези структури се разпадат на множество сложни мрежови и хоризонтални взаимодействия, реализирани с помощта на дигитални платформи, големи данни, алгоритми, интернет на нещата, облачни, мрежови, блокчейн технологии, позволяващи както алгоритмичното управление на определени процеси в реално време чрез моменталната обработка на данни, така и в перспектива чрез анализ на натрупани масиви от данни. Платформите тук встъпват в качеството си на посредници между държавата и гражданите, генерирайки гигантско количество данни, обработвани от съответните алгоритми и автоматизирайки така редица процеси. Смята се, че по този начин могат да бъдат намалени държавните разходи и голяма част от административния апарат, да бъде съкратено до минимум времето за отговор на всякакъв тип предизвикателства, да бъде подобро качеството и персонализирани публичните услуги, да бъде осигурена и синхронизирана обратната връзка с гражданите и бизнеса, да бъде подобро сътрудничеството между различните държавни институции, да бъде спестено време за всякакви видове трансакции и така спестени милиарди за публичния сектор. Предполага се, че това може да доведе до по-голямо включване на гражданите на входа на политическата система чрез осигуряването на възможности за електронно гласуване по интернет по нарастващо количество въпроси, за правенето на предложения и участие във вземането на решения на най-различни равнища. И най-важното – смята се, че така държавата ще може да реагира много по-бързо на все по-експоненциално развиващите се процеси във всички со-

циални системи, което ги прави много по-нестабилни, рискови, подривни, трудно прогнозируеми.

Наред с това дигитализацията на публичния сектор предизвиква редица възражения. На първо място по въпросите за сигурността, когато публичните институции стават все по-уязвими откъм атаки, които могат да бъдат пагубни за тях, а данните на гражданите могат да станат достъпни за недоброжелателни сили. Затова държави като Русия и Китай се опитват да изграждат дигитален суверенитет, който да им позволи да контролират процесите на своите територии по същия начин, по който след Тридесет годишната война (1618 – 1648) се утвърждават традиционните принципи на суверенитета върху определена територия, а след това и върху водно и въздушно пространство. Сега обаче те все повече се пренасят в дигиталното пространство чрез поставяне на пространствени ограничения на мрежата, за да бъдат ограничени външните влияния върху инфраструктурата и гражданите на една страна.

На второ място, особено важен е въпросът за собствеността върху дигиталните платформи, играещи ролята на посредник между държавата и гражданите, държавата и бизнеса. Това е свързано с факта, че днес данните се превръщат в основен източник на принадена стойност и стои въпросът за това кой притежава и за какви нужди ги използва. Платформите в голямата си част се създават в частния сектор, а когато става дума за данни на милиони хора с тях винаги може да бъде злоупотребено и работа на държавата е да опазва данните на своите граждани, така че това да не може да се случи.

На трето място стои проблемът за опазването на гражданските права, тъй като употребата на големите данни в публичния сектор позволява не просто злоупотреба с данни, но и постоянно наблюдение и контрол над обикновения човек. Данните за първи път правят възможно изграждането на тотална държава, която подобно на „Биг Бродър“ вижда и знае всичко за всеки, контролира го, насочва неговото поведение в желаната посока.

На четвърто място се поставя въпросът за равенството в достъпа до публичния сектор, тъй като дигиталните неравенства по възрастов, полов, етнически, социален, професионален, класов, образователен или някакъв друг принцип дават нарастващи възможности пред дигитално грамотните и ограничават тези, които имат проблеми с адаптацията към ускорено протичащата дигитализация. При това трябва да се има предвид, че неравенствата имат тенденцията да се мултиплицират, при което социалните неравенства дават отражение върху дигиталните неравенства, което допълнително стимулира социалните неравенства. А когато пък социалните неравенства са корелирани с етнически, полови, расови, образователни, възрастови неравенства това крие рискове от конфликти, които могат допълнително да дестабилизируют публичния сектор.

Заклучение

Два са основните проблеми, с които ще трябва да се справя една политическа икономия на дигиталния публичен сектор. Първият е свързан с необходимостта от съчетаване на дигитализацията със сигурността и равенството на достъпа до дигиталния публичен сектор, тъй като без осигуряване на сигурност и равенство той губи своя смисъл. Изход от проблемите пред сигурността се търси в блокчейн технологиите, а от проблемите с достъпа в ролята на държавните институции за повишаване на дигиталната грамотност и осигуряване на дигитален достъп за нарастващо количество граждани.

Вторият проблем е свързан с ускоряването и усложняването на нарастващо количество процеси в съвременните общества, което ги прави все по-рискови, трудно-прогнозируеми, кризисни, експоненциални, конвергентни и подривни. Дигитализирането с помощта на големите данни и алгоритми на дигиталния публичен сектор, на дигиталната публична сфера, на дигиталната личност водят до дигитализация на обществените отношения, създават възможност за повишаване на контрола и намаляване на несигурността, но в същото време и за ограничаване на личната свобода, за превръщане на човека в „сноп от данни“, чрез които се извлича принадлежна стойност и които служат за осъществяване на нарастващ контрол върху него. Това налага необходимостта от система на адекватен баланс, в рамките на който дигитализацията да не влиза в противоречие с утвърдени с развитието на либералната демокрация през последните два века човешки права и свободи. Този баланс на всеки един етап в историческото развитие на обществото е бил намиран в изграждането на такъв тип политикономически системи, при които характеристиките на управляващата съответстват на характеристиките на управляваната система. Така паралелно са се развивали икономическата, технологическата, политическата системи, което постепенно води до все по-голямото им усложняване и откриване на нови и нови баланси между тях посредством механизмите, налагани от публичния сектор. Няколко са основните характеристики на съвременната социална система, които налагат промяна в публичния сектор, така че той да отговаря на съвременните реалности.

Първо, съвременната социална система става все по-експоненциална, което предполага изграждането на все по-експоненциален публичен сектор, за да може той да реагира достатъчно бързо и в реално време на все по-неочакваните предизвикателства, възникващи в различните социални подсистеми преди те да са придобили застрашителни размери.

Второ, социалната система става все по-подривна, което налага необходимостта от изграждане на подривен публичен сектор, за да бъде той способен да се адаптира, реформира, да намира нови ниши и да приема нови ин-

ституционални форми, чрез които да реагира на подривният спрямо всички модерни подсистеми характер на дигитализацията.

Трето, в резултат на дигитализацията различните елементи на социалната система започват все повече да конвергират помежду си, което създава нови и непознати взаимодействия между отделните елементи, което означава, че дигиталният публичен сектор следва бъде конвергентен, да отчита взаимодействиято, преливането, сливането, смесването на всичко с всичко, в това число и на различните социални подсистеми, което предизвиква нови системни качества.

Дигиталният публичен сектор се основава на платформите, данните и алгоритмите, позволяващи автоматизация на обратната връзка с гражданския и частния сектор, на вземането на решения и на тяхното изпълнение от страна на държавата, което може да има както положителни, така и отрицателни следствия. Нарастваща роля в това отношение тепърва ще имат блокчейн технологиите, които би следвало да осигурят сигурност на дигиталния публичен сектор, да подпомогнат разширяването на политическото участие и изграждането на електронната демокрация, да улеснят електронната търговия, електронните публични доставки, електронното здравеопазване, електронното обучение и пр., които представляват важна част от дигиталния публичен сектор и следва да бъдат обект на по-нататъшен анализ.

Използвана литература

- Беев, И. (2020). Държавен, публичен и обществен сектор (критериален анализ, Сб. „Икономически предизвикателства: държавата и пазарът“, ИК-УНСС, София, с. 5-13. (Beev, I., 2020, Darzhaven, publichen i obshtestven sector (kriterialen analiz), sb. „Ikonomicheski predizvikelstva: darzhavata o pazarat“, IK-UNSS, Sofia, s. 5-13).
- Беев, И. и Йотова, Л. (2021). Икономика на обществения сектор, ИК-УНСС, с. 300-321. (Beev, I., Yotova, L., 2021, Ikonomika na obshtestveniya sector, IK-UNSS, s. 300-321).
- Alvarenga, A., Matos, F., Godina, R. and Matias, J. (2020). Digital Transformation and Knowledge Management in the Public Sector, available at: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/14/5824> (accessed 1.05.2024)
- Anderson, B. (2006). Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism, Verso Books.
- Bentham, J. (2009). Panopticon: Or The Inspection House, Kessinger Publishing.
- Donnelly, D. (2024). China Social Credit System Explained – What is it & How Does it Work?, in Horizons, available at: <https://joinhorizons.com/china-social-credit-system-explained/> (accessed 1.05.2024)
- Habermas, J. (1962). The structural transformation of the public sphere.

- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, University of Toronto Press.
- Shoshana, Z. (2018). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, Profile Books.
- Tatiana, A. (2019). *Digital Public Sector Auditing: a look into the future*, available at: <https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Agcd%3A15%3A12634559/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3Ascholar&id=ebsco%3Agcd%3A133571083&ctrl=c> (accessed 1.05.2024)

DIGITAL PUBLIC SECTOR: A STRATEGIC REPORT

Assoc. Prof. Ivaylo Beev, PhD
Department of Economics, Faculty of General Economics
University of National and World Economy
e-mail: ibeev@unwe.bg

Assoc. Prof. Hristo Prodanov PhD
Department of Political Economy, Faculty of General Economics
University of National and World Economy
e-mail: prodanovhristo@gmail.com

Abstract

The digital public sector differs significantly from the „classical“ public sector. Its virtual existence makes its association with real phenomena and processes particularly difficult, and with that, its theoretical understanding is also difficult. This necessitates a strategic view to understand the processes, shaping the still emerging digital public sector. For this purpose, through a descriptive, comparative, and rationalistic approach, a group of interrelated notions and the change as a result of digitalization in the relations between them are examined, which necessitates the need for a new understanding of what they actually mean in the new conditions.

The publication presents part of the scientific results of the research project „Digital Public Sector“ (NID 21-2020, UNWE), also parts of various previous studies by the same authors.

Keywords: digital public sector, government sector, public sector, public sphere, non-market sector, social sector, big data, algorithms

JEL: H10, O35, O38