

ЛОБИЗЪМ И КАПИТАЛИЗЪМ

Ивка Цакова¹

УВОД

Темата за лобизма навлезе интензивно в публично обръщение както в „западните полиархии“ (*от древногръцки – многовластие, власт на многото*²), така и в „новите демокрации“, каквато е България след промените в последните вече повече от 20 години. Настоящата студия има за цел да обвърже концептуално двете понятия „лобизъм“ и „капитализъм“, за да направи опит за обяснение и анализ на особеностите на съвременното лобиране, детерминирани от капитализма в различни негови разновидности – индустриален, постиндустриален (постмодерен), информационен, глобален капитализъм и др. През призмата на капитализма се очертава по-ясно спецификата на лобистките дейности в съвременното информационно, мрежово общество, както и противоречивата същност на лобизма в условия на политическа демокрация и правова държава. От самата природа на капитализма като социално-икономическа система произтичат трудностите пред нормативната (юридическа и етическа) регулация на лобистките дейности, които са предмет на разгорещен публичен дебат поради основателни съмнения и масови подозрения за корупция и злоупотреба с власт в една демократична и правова държава, функционираща в условията на глобализация. В изложението ще говорим за капитализъм и капиталисти, избягвайки заместители-евфемизми като „пазарна икономика“, „свободно предприемачество“ и бизнесмени. Ще направим опит да отговорим на следните въпроси: защо някои лобита, действащи в капиталистически условия, могат да застрашат общия интерес (интересите на всички или поне на мнозинството от гражданите) и демократичната политика в една правова държава; защо лобистките дейности така трудно се регулират чрез нормите на закона и морала особено в условията на неолиберална глобализация; защо думи като лобиране, лобита и лобисти звучат толкова подозрително в масовото съзнание; какви са рационалните основания за тези подозрения и как капитализмът като икономическа и обществена система, превърнал се в световна капиталистическа система, допринася за това; и последно – какъв е позитивният смисъл на лобирането днес.

¹ Ивка Цакова е доктор по политология, доцент в катедра „Политология“ при УНСС; сл. тел.: 81-95-628, e-mail: ivkatsakova@hotmail.com

² Терминът „полиархия“ понякога се използва заедно с думата „демокрация“, за да се избегнат упреците в налагане на западната ценностна система в тези общества, където съществува относително егалитарна социална структура и висока степен на политическо участие. Полиархията предполага подотчетност на правителството на избирателя посредством свобода на изборите, осъществяване правата на свобода на словото, организациите, възможността за съществуване на политическа опозиция, разделяне на властта с независимата съдебна система, утвърждаване на принципа за върховенство на правото и закона – бел. ред.

1. ПОНЯТИЕ ЗА КАПИТАЛИЗЪМ И ЛОБИЗЪМ

а) Капитализмът като система (произход, развитие, видове)

Думата „капитализъм“ за пръв път е въведена в употреба от Карл Маркс през 1854 г., но негови предпочитани термини са „капиталистически начин на производство“ и „буржоазно общество“. Така Маркс третира капитализма като икономическа и обществена система. Капитализмът е форма на социална организация¹, базирана върху производство на стоки за широко потребление и частна собственост на средствата за производство. Терминът „капитализъм“ навлиза в дискурса на политическите субекти от целия политически спектър, макар и с различни акценти – като предизвикващ растеж и увеличаване на материалното богатство, но също така и като източник на експлоатация и бедност. За съдържателното осмисляне на понятието „капитализъм“ основен принос имат К. Маркс и М. Вебер.

За **Карл Маркс** капитализмът е исторически възникнал специфичен *начин на производство*. Според него, средствата за производство, които по своята природа не са капитал, при капиталистическия начин на производство изпълняват такава роля като материализиран (овеществен) израз на производителния капитал (една от функционалните форми, която приема промишленият капитал в процеса на своя кръгооборот). Капиталът се третира не като вещ, а като исторически определено обществено-производствено отношение. Капиталистическият начин на производство се определя от отношенията на собственост, които детерминират всички останали обществени отношения. Капитализмът създава социални отношения на борба между двете класи – буржоазия и работническа класа. Едната от тях разполага със собственост, а другата – не. За Маркс капиталът не е просто пари или машини, а пари и машини, включени в цялата мрежа от обществени отношения, която цели разширяване на процеса на капиталистическо натрупване. Необходимо условие за развитието на капитализма е концентрацията на собствеността в ръцете на господстващата класа – икономически и политически доминираща над хората на наемния труд, подложени на експлоатация. Капитализмът съчетава формалното и легалното равенство в размяната със субординацията и експлоатацията в производството. Според Маркс, той се базира на института на частната собственост, наречена капитал, който е впрегнал наемния труд да създава принадена стойност в процеса на производство. Той разглежда капитализма като най-развитата за тогавашния исторически момент организация на производство, но предвижда, че класовата борба ще се разраства и ще доведе до обединение на работниците, които, след като се осъзнаят и организират, могат да премахнат и самия капитализъм.

Макс Вебер доразвива идеите на В. Зомбарт, за когото капитализмът е „синтез от предприемачески и буржоазен дух“, присъщ на човешката природа. Този дух на пресметливост и рационализъм се явява подходящ за оформяне на икономическата организация на модерното общество. В „Протестантската етика и духът на капитализма“ Вебер обяснява как „*духът на капитализма*“ променя формите на икономическа

¹ Oxford Concise Dictionary of Politics; Ed. by Iain Mc Lean, Al. MacMillan, Oxford University Press, third edition, 2009. p. 62-65.

активност, които преди са били „традиционни“. „Традиционният работник“ (за разлика от „капиталистическия предприемач“) не разглежда увеличаването на дневната си надница като първостепенна цел, а работи, за да осигури обичайния си начин на живот. Капиталистическата инициатива се основава на рационална организация на производството с цел максимизация на производствената ефективност. Протестантската етика води до капитализъм, а духът на капитализма произлиза по-точно от „калвинизма“. За Вебер произходът на капитализма е и резултат от въвеждане на нови технологии, които допълват „новия дух на предприемаческата инициатива“. Той отчита приноса на Маркс за характеристиките на модерния капитализъм, развил се в „постфеодална Европа“, акцентирайки на факта, че духът на рационално пресмятане (на ползите, печалбата) стимулира развитието на капиталистическата икономическа система, при която хората на наемния труд са свободни да продават своята работна сила на пазара, като всичко е организирано на базата на рационални принципи, които ясно разграничават дейностите у дома от тези на работното място. В същото време капитализмът предполага легални форми на бизнес корпорирание – правила, с които предприемачите съобразяват поведението си на пазара. Така капитализмът повишава степента на рационализация на целия обществен живот, което става основно с помощта на бюрократията – неизбежен атрибут на модерния свят. В същото време техническата (инструментална) рационалност заплашва със стесняване и ограничаване на характерните за западната цивилизация ценности – такива като хуманността, която се оказва впримчена в „железна клетка“¹.

Даниел Бел² тълкува и доразвива идеите на Макс Вебер за произхода на капитализма, за ролята на методичния труд и легитимирането на стремежа към забогатяване. Тези идеи обясняват възхода на западната организация на рационално производство и размяна. В същото време Бел допълва Вебер с твърдението, че корените на капитализма имат двойствен характер. Ако единият от източниците му е аскетизмът (Вебер), то другият е користолюбие (В. Зомбарт). Така ранният капитализъм има два импулса – аскетизъм и користолюбие, които действат едновременно. Първият може да се открие в благоразумния буржоазен дух на пресметливостта, а вторият е въплътен в модерната икономика и техника, целящ безкрайно преобразуване на природата. Преплитането на двата импулса формира модерната концепция на рационалността. Постепенно аскетичният елемент изчезва и заедно с него и определен тип морална легитимация на капитализма, тъй като аскетизмът е заменен с хедонизъм – стремеж към удоволствие.

Ако трябва да обобщим, **капитализмът** най-общо е начин на организация на производството на пазарен принцип, където основен мотив е стремежът към печалба. Като **икономическа система** капитализмът е форма на организация, чрез която се произвеждат, разпределят и обменят стоки и услуги на пазара. Капитализмът е и **обществена система**, при която средствата за производство са предимно частна собственост, а трудът, стоките, услугите и капиталът се търгуват на пазара. Печалбата като „превърната форма на принадлезна стойност“ се присвоява изцяло от субектите

¹ Пак там.

² Бел, Д. Културните противоречия на капитализма, Изд. „Народна култура“, С., 1994, с. 19.

на промишления, търговския и заемния капитал – от капиталистите, наречени днес бизнесмени (собственици и мениджъри). Работната заплата на хората на наемния труд се интерпретира от марксистката политическа икономия като цена на работната сила, а от позициите на неокласическата теория – като възнаграждение на труда за оказваните от него производителни услуги. Капитализмът е и **културна система** (Д. Бел), базирана върху факта, че разменните отношения на покупко-продажба пронизват цялото общество, всички човешки дейности. Капитализмът може да се третира и като **политически строй**¹ в смисъл, че процесът на нарастване на капитала има политически последици, произтичащи от „класовите борби“, причинени от начина на неговото разпределение. При капитализма е налице следната закономерност – с нарастването на материалното благополучие се увеличава и социалната мизерия, той поражда едновременно и богатство, и бедност.

Организиращ принцип на капитализма е **пазарът**, който има както *предимства* (повишава ефективността, осигурява икономически растеж чрез дисциплина и мотивираност от печалбата; стимулира иновациите; позволява на производителите и потребителите да преследват собствените си интереси при осигурена свобода на избор), така и *недостатъци* (поражда ежедневна несигурност; материално неравенство и бедност; стимулира алчност и егоизъм у хората, игнорирайки по-широки обществени цели, заплашва с нестабилност поради периодични икономически кризи).

Задълбочаващото се социално неравенство между хора, държави и региони извежда на преден план дълбоки противоречия между капиталистическия пазар и държавното управление (политическата демокрация), които в различните части на света се отразяват в различни типове капитализми², а именно: а) Капитализъм на свободното предприемачество или **либерален капитализъм**, разпространен в англо-американския свят, където принципите на свободния пазар са издигнати в култ. Такъв е и днешният неолиберален глобален капитализъм, предизвикал световната финансова криза от 2008 г.; б) **Социален капитализъм**, характерен за повечето европейски страни, най-вече скандинавските, и свързан с идеята за „социална пазарна икономика“³, която е структурирана на пазарен принцип, но се допълва с правителствена намеса за осигуряване на социална кохезия и „система на благоденствие“ чрез ефективни публични услуги; и в) **Колективен капитализъм**, въведен като модел в Япония и разпрострял с в други страни от Източна Азия, вкл. в днешен Китай, при който правителството играе важна роля за икономическото развитие в сферата на инвестициите, иновациите и др. търговски решения, в името на колективни, „азиатски“ ценности.

¹ Хайлбронър, Р. Капитализмът на XXI век, Изд. „Критика и хуманизъм“, С., 1997., с. 41-47.

² Heywood, A. Politics, Palgrave Macmillan, 2007, p. 183-195.

³ **Социално-ориентирана пазарна икономика** (немски: *Soziale Marktwirtschaft*) е основният икономически модел, използван в Западна Германия след Втората световна война. Той е базиран на политическата философия на Ордолиберализма на Фрайбургската школа. Ордолибералните идеи са най-вече развити от академичното списание ORDO и приложени на практика от Лудвиг Ерхард, министър на икономиката и вицеканцлер по време на канцлерството на Конрад Аденауер от 1949 до 1963 и по-късно по време на управлението на Ерхард като канцлер (1963 – 1966).

Проблемът за периодизацията в развитието на капитализма има различни версии, различни са и критериите за класификацията на видовете капитализми. Има известен консенсус при разграничението на индустриален капитализъм (от времето на Маркс); фаза на *laissez-faire* капитализъм; капитализъм, описан от А. Смит и Д. Рикардо в тяхната класическа политическа икономия; капитализъм в периода след 1945 г.; пост-индустриален капитализъм, капитализъм, комбиниран с „държава на благоденствието“; капитализъм на новата, неоконсервативна десница (New Right), свързан с имената на Фридрих Август фон Хайек и Милтън Фридман и много други.

За целите на настоящото изложение възприемаме идеята, че **периодите в развитието на капитализма** се свързват с периодизацията на историята на човечеството с нейните три етапа: традиционно общество („първа вълна“); индустриално общество („втора вълна“) и постиндустриално общество („трета вълна“, информационно общество). Има и друга периодизация на човешката история, където с въведеното от Маркс понятие „капитализъм“ (капиталистическо общество) се обяснява движението от феодализъм през капитализъм към комунизъм. Някои изследователи смятат, че след краха на „реалния социализъм“ в края на XX в. тази периодизация вече не е актуална. Според други обаче, след края на Студената война е опровергана само една форма на социализъм/комунизъм (съветски комунизъм) и приближава „краят на капитализма“, за което свидетелстват различни социални, антикапиталистически протести – както в развитите, така и в развиващите се страни. Но така или иначе, разграничението между капитализъм и социализъм след края на „студената война“ губи голяма част от своя обяснителен потенциал (независимо от опита на Китай, Куба, Венецуела и пр.), поради което социалните науки в развитите западни страни при анализа на историческия процес се опират на концепциите за индустриализацията, модернизацията и прехода от традиционно към индустриално общество. Така се налага разграничението: традиционно, индустриално (капиталистическо) и постиндустриално (посткапиталистическо) общество като при това пост- (след-) капитализмът не означава преход към общества на „развит социализъм“. По думите на Питър Дракър новото общество няма да е „антикапиталистическо“ или „некапиталистическо“, а „посткапиталистическо“ – общество на знанието, в което „продуктивността и иновациите създават стойността“¹.

За да осмислим в дълбочина етапите в развитието на съвременния капитализъм и неговите характерни черти, ще се позовем на **теориите за посткапитализма**², които се развиват последователно в рамките на теориите за индустриалното и постиндустриално общество.

Теоретиците на **индустриалното общество** – Сен-Симон, О. Конт, Х. Спенсър, Р. Арон, Д. Бел, С. Липсет, Дж. Гълбрайт и Р. Дарендорф – анализират социалната промяна от традиционно общество, основана на аграрни технологии и селскостопански труд, към индустриално общество на фабричен труд, крупна промишленост, отчетливо разделение на труда и господство на организационните принципи, характерни за индустрията, във всички социални сфери. След Втората световна война марксистите

¹ Дракър, П. Посткапиталистическото общество, Изд. „ЛИК“, 2000, с. 13.

² Проданов, В. Теории за посткапитализма. Сп. „Понеделник“, бр. 1, 1998, с. 7-19.

и немарксистите са единодушни, че ерата на ранният, класически капитализъм от XIX век, на либералния, „laissez faire“, „манчестърски капитализъм“, вече е отминала. И тогава в западните общества се лансират нови понятия – модерен капитализъм, капитализъм на XX век, неокapитализъм, социален капитализъм, социална държава, държава на благоденствието и пр.

Теориите за индустриалното общество под формата на „посткапитализъм“ възникват през 50-те г. на XX век в резултат на обществените промени в западните общества след Втората световна война и като алтернатива на марксистките представи за капитализма. Те налагат идеята, че капитализмът е само ранна и преходна форма на индустриално общество, чиято икономическа организация зависи от частните собственици, а в последствие се появява новата фигура на предприемача, който е едновременно и собственик, и субект на управление и контрол на трудовия процес. За теоретици като П. Дракър, Дж. Гълбрайт, Д. Бел, Р. Дарендорф вътрешната логика на индустриализма води до посткапиталистическо общество. Техните схващания се оспорват както от марксистите и неомарксистите, така и от неовеберианци, според които капитализмът е универсална система, която в различна степен може да бъде открита във всяко общество. Въпреки това идеите за посткапитализма като развита форма на индустриално общество са особено влиятелни между 50-те и 70-те г. на XX век и се изразяват в няколко фундаментални характеристики на посткапитализма, а именно: а) промени в отношенията на собственост; б) трансформация на социално-икономическите функции на държавата (регулатор и преразпределител); в) промяна в класовите отношения („нова средна класа“); г) изместване на пазара от държавната намеса и корпоративния контрол.

Теориите за посткапитализма през 60-70 г. на XX век се преплитат с теориите за „конвергенцията“ и „края на идеологията“, поради което капиталистическите (западни) общества и „съветският тип общества“ се схващат като две ранни версии на индустриалното общество. В първия случай, характерен за Западна Европа и Америка, индустриалното общество се развива „спонтанно“ с помощта на частния капитал и сравнително слаба държавна намеса, докато при съветския социализъм – поради изостаналост на обществото и необходимост от ускоряване, индустриалните промени се случват с директния контрол на държавата, която управлява икономиката с политически средства. Периодът на икономически растеж в десетилетията след Втората световна война е известен и като „социалдемократически век“, време на „социалдемократически консенсус“, социална държава, държава на благоденствието.

Кризата на индустриалната епоха от 70-те години на XX век до днес поражда възхода на неолибералите и „новите десни“. Индустриалните теории за посткапиталистическото общество са изоставени и респектът към термина „капитализъм“ се появява отново с пълна сила. Появяват се нови концепции за „капиталистическата революция“, за „възраждане на капитализма“ и „свободния пазар“. А крахът на източно-европейския „реален социализъм“ дава основания да се говори за господство на „глобалния капитализъм“. Теориите за посткапитализма не изчезват, а продължават да се развиват в рамките на концепциите за постиндустриалното общество. Много от теоретиците на индустриалното общество развиват свои версии за постиндустриалното общество, третирайки го като посткапиталистическо.

Теорията за **постиндустриалното общество** се появява в края на 60-те и началото на 70-те г. на XX век. Едни от нейните най-бележити представители са Даниел Бел, Збигнев Бжежински, Алвин Тофлър, Ален Турен и др. За тях, ако едрата промишленост е основен белег на индустриалното общество, то сърцевина на постиндустриалното общество е знанието. В много от теориите постиндустриалното общество е синоним на **информационно общество**.

Първият и най-известен изследовател на постиндустриалното общество е **Даниел Бел**¹, който говори за движение на развитите западни държави към обществен модел, който отива „отвъд“ базисните характеристики на капитализма. В този модел класата на капиталистите изчезва и се заменя с елит, който притежава високо равнище на образование и знание. Вече не собствеността, а равнището на образование и знание е решаващ фактор за социална стратификация. Ако в индустриалното общество основният конфликт е между труда и капитала, то в постиндустриалното – това е борбата между знанието и некомпетентността.

Другият, не по-малко известен изследовател, **Алвин Тофлър** твърди, че както капитализмът, така и социализмът („съветският социализъм“), са продукти на индустриалната епоха, поради което имат сходни черти, а именно: масово производство, масово разпределение, масово обучение, средства за масова информация, масово потребление и пр. И двата обществени модела са изградени на основата на големия град и националната държава. В обществото на „третата вълна“ не капиталът, а знанието се превръща в основен ресурс на обществото. Не толкова от собствениците, а от знаещите хора зависят основните решения. Знанието и информацията са основният източник на власт (заедно със силата и богатството – другите два елемента от „властовата триада на Тофлър). В „Третата вълна“² той обосновава появата на „инфо-собственост“, която се отличава от „реалната собственост“ по това, че не е ограничена и може да се използва от много хора по едно и също време. Изчезването на традиционната представа за собственост успоредно с демасификацията (на производството, на медиите), сегментацията и индивидуализацията на произвежданите предмети и предоставяните услуги водят до радикални промени в пазара.

Идеите си за „третата вълна“ Тофлър доразвива в една от последните си книги „Революционното богатство“.³ Там той твърди, че бъдещето на революционното богатство ще се определя не само от взаимоотношенията между пазарите, а ще зависи и от културата, политиката и държавата. Ако „Втората вълна“ води до икономоцентризм, до идеята, че културата, религията и изкуството са от второстепенно значение и се определят от икономиката (съобразно идеите за „база и надстройка“ на К. Маркс), то революционното богатство на „Третата вълна“ все повече се основава на знанието. В новото общество икономиката е поставен обратно на мястото ѝ като част от по-голяма система и на преден план (за добро или за зло) са изтласкани такива въпроси като културна идентичност, религия, морал. Според Тофлър, култура, религия, изкуство, политика и икономика се намират в една система, където ролята на икономика-

¹ Bell, D. The Coming of Postindustrial Society, N.Y. 1973.

² Тофлър, А. Третата вълна, Изд. къща „Пейо К. Яворов“, С., 1991.

³ Тофлър, А. и Х. Революционното богатство, Обсидиан, С., 2007.

та не е първостепенна!¹ Или, системата на богатство в обществото на Третата вълна ще разчита все повече на услугите, мисленето и знанието.

Знанието² е от първостепенна важност за новото общество, но за да се дефинира, то трябва да се разграничи от „данни“ (откъслечни факти) и „информация“ (факти, поставени в конкретен социален контекст). Систематизираната информация в теории, концепции и пр. в конкретно време и пространство – т.е. знанието – има няколко характеристики. Знанието е неизключващо (едновременно може да се ползва от много хора); нематериално (не можем да го докоснем, но можем да го манипулираме); не е линейно (малки открития могат да породят огромни резултати); релационно (всеки негов сегмент постига значението си, когато е свързан с други елементи от даден контекст); съчетава се с друго знание; лесно преносимо е (в мрежата); компресиращ се в символи; съхранява се (в малки пространства); споделяно или скрито – трудно се задържа, а се разпространява. Научното, теоретично знание е от особено значение, според Тофлър, във връзка с което са неговите размишления, че „въпреки репутацията, която си е извоювала, науката не е и не може да е ценностно неутрална“. (А ние добавяме – какво остава за политическата наука?!) Постмодернизмът атакува науката с акцента върху релативизация на знанието, с твърдението, че научните истини не са универсални. В това има нещо вярно и научните истини действително не са изцяло неутрални. Но, по думите на Тофлър, „в крайна сметка парите често определят проблемите, които учените избират да изследват, хипотезите, които да поддържат, дори езика, който използват, за да съобщат резултатите“. Така или иначе, науката е най-мощният инструмент на разума за увеличаване на просперитета и благоденствието – за решаване на екологични проблеми, проблеми с климата, за ограничаване на бедността и пр. Затова и бъдещето на революционното богатство все повече ще зависи от това – как науката се прилага в обществото и с какво доверие се ползва.

Авторът, който развива най-цялостно идеята за постиндустриалното общество като посткапиталистическо е *Питър Дракър* в „Посткапиталистическото общество“ (1993). Пикът на капитализма според него е в периода около Първата световна война с появата на супербогати фамилии като: Морган, Рокфелер, Карнеги, Форд в САЩ; Сименс и Круп в Германия; Монд, Левер в Англия; Шанайдер във Франция и др. В периода след Втората световна война на тяхно място идват „професионалните мениджъри“. Неговите конкретни идеи ще бъдат по-подробно изяснени в следващия параграф.

Тук ще обобщим, че теориите за посткапитализма – за постиндустриалното, информационно общество, имат своите критици и от ляво, и от дясно (в традиционния смисъл на тези понятия). Те могат да се разположат на терена между неолибералната защита на капитализма и „края на историята“, от една страна, и различните леви марксистки и неомарксистки критики за непреодолимите противоречия на капитализма, от друга. Така или иначе, всички тези теории загатват някои от отговорите на въпроса какво идва след демонтирането на „социалдемократическата държава на благоденствието“ на Запад и рухването на „реалния социализъм“ на Изток.

¹ Вж. пак там, с. 509, 540-541.

² Пак там, с. 149-206.

Отличителните черти на „посткапитализма“ или „капитализма на информационното общество“ (информационен капитализъм) са следните: а) концентрирана икономическа власт и богатство; б) крайно неравномерно разпределение на доходите; в) нарастващо материално и информационно неравенство; г) нарастващо могъщество на транснационалните корпорации; д) структурна безработица; е) неразумно използване на природните ресурси с цел печалба и др.¹

И накрая, става ясно, че в своето развитие в продължение на столетия капитализмът се намира в сложни и нееднозначни отношения с държавата. Стартираният още през XIX век дебат за отношението между демокрацията (като държавно управление) и капитализма е особено разгорещен, включително и в наши дни. Опитът на XX век показва, че съществуват различни политически форми, които обвързват държавата с капитализма – либерално-демократична, социалдемократична; фашистка; етатистка; републиканска, монархична, но изводът, който се налага е, че всички те се съчетават с капиталистическа икономика. Днес сме свидетели на функциониращ световен пазар, глобален капитализъм – процес на глобализация на капитала, поради което можем да заключим, че капитализмът в момента е световна система, разпространена по цялата планета.

б) Поява и развитие на лобизма в условията на капитализъм, политическа демокрация и правова държава

Думата „лоби“ има английски корен („lobby“ буквално означава „коридор“ – коридор на парламентарната сграда) и се вписва основно в англо-саксонската политическа традиция. Политическата биография на лобизма стартира през 40-те г. на XVII век с разговорите в кулоарите на Британския парламент между депутати и външни лица по повод текущото законодателство. В САЩ по-късно – през XVIII и XIX век, с думата лоби се свързва фоайето на хотел, в който президентът разговаря с различни хора извън работно време. Има доста загадъчност в тези разговори, което е свидетелство, че в своята историческа еволюция лобизмът винаги е имал в една или друга степен закрит, дискретен характер. Фактът, че самата дума „лоби“ означава коридор, пространство, намиращо се между входа на дадена обществена сграда (хотел, парламент) и нейните основни помещения, навежда на мисълта, че именно в коридорите на публичната сграда протича изработването на допълнителна аргументация в полза на един или друг вариант на дадено решение. Вземането на общозадължително решение се предхожда от избор на един от различни негови варианти. В този смисъл лобирането се свързва с умело използване на определени техники и процедури, така че дадено решение да удовлетвори по-скоро едни за сметка на други интереси, цели, ценности – чрез полагане на допълнителни усилия и създаване на някакви специални условия за достъп до тези, които вземат решенията. Първообрази на лобитата в зората на капитализма са занаятчийски гилдии и различни професионално-съсловни обединения (търговски и индустриални камари) както в западните, така и в незападните общества (Китай, Япония и др.). Такива предвестници са картелите, появили се в края на XIX и началото на XX век, както и кастите в Индия.

¹ Вж. Проданов, В. цит. съч. с. 17-18.

Лобизмът е **политико-икономически феномен** в контекста на западната модерност като предпоставките за неговото възникване са свързани най-общо с модерния рационализъм, инструментализъм и бюрокрация в рамките на модерната национална държава в условия на капитализъм. Основните признаци на модерността (модерната епоха), според различни автори, са: а) науката/разумът (О. Конт); б) индустрията (Х. Спенсър); в) търговията (Шотландското просвещение); г) капитализмът (К. Маркс); д) рационализмът (М. Вебер). За нуждите на настоящото изложение можем да заключим, че **лобизмът е продукт на капитализма**. Като целенасочено рационално действие лобирането в модерната епоха изисква капиталистическа икономика и модерна бюрокрация в рамките на национална държава.

Води се дискусия дали лобизмът е възникнал с появата на парламентаризма или със зараждането на корпорацията. Вярно е, че във Франция и Англия през XVIII в. възникват средновековни съсловни парламенти (събрания), дори нещо повече – в началото на XVII век абсолютните монархии във Франция и Англия дават монополни права на Остиндийската и Вестиндийската компании без да са налице парламенти и модерни национални държави. Но за истинско лобиране говорим с възникването на модерните корпорации, които предизвикват появата на парламентите, а самите парламенти се създават под въздействието на капитала, т.е. те са своеобразен фактор за реализация на интересите на корпоративни групи, в последствие наречени лобита.

Модерната държава, от своя страна, е призвана да осигури преди всичко координираща рамка за възникналата капиталистическа икономика, защото само тя е способна да въвежда в сила закони, договори, пари. Тази нейна способност я прави обект на нарастващо внимание на могъщи групи и класи – така нар. лобита. Те се стараят да повлияят върху държавното действие по начин, който да удовлетвори техните частни интереси. Макс Вебер говори за „съюз“ между модерния капитализъм и възникващата модерна държава (между капиталистически класи и политически управници), но преди него К. Маркс и П. Ж. Прудон обосновават класовата същност на държавата като инструмент на капитализма. Съюзът между интересите на могъщи политически и икономически групи не е безконфликтен. От една страна икономическите субекти искат да са напълно отделени от държавата и защитени от произволна държавна намеса. Но, от друга – някои от тях са склонни „да купят своя път в държавата, сдобивайки се с монополи и търговски привилегии“¹. Фундаментално значение в тази връзка имат идеите на Карл Маркс за държавата като „оръдие на класово господство“, т.е. капиталистите чрез държавата поддържат своята както икономическа, така и политическа доминация над работническата класа, над хората на наемния труд – обект на експлоатация. Капиталистите чрез държавата защитават своята собственост и лобирайки върху нейните институции (пряко или чрез посредници) умножават своите печалби. Така се разгръща лобизмът като модерен политико-икономически феномен.

Връзка с лобизма има и така нар. **социална държава**, тъй като – освен едрите капиталисти (собственици), с лобиране започват да се занимават и по-широки по своя състав организации на труда и капитала – работодатели и синдикати. (Тук трябва

¹ Хелд, Д. Демокрацията и глобалният ред (от модерна държава към космополитно управление), Изд. „Критика и хуманизъм“, С., 2004, с. 102-104.

ва да се има предвид, че „системата на държавен социализъм“ също създава мощна социална държава, но за лобизъм при нея не се говори, защото е налице обществена собственост върху средствата за производство и се предполага, че общественият интерес е гарантиран).

Накратко ще опишем възхода и упадъка на социалната държава в условията на капитализъм. Държавата на благоденствието, изобретена при Бисмарк (80-те г. на XIX век), се появява в отговор на заплахата от класова война и на стремежа за „очовчаване на капитализма“ чрез мерки по осигуряване на благоденствие: здравно осигуряване, осигуряване за трудови злополуки, пенсии. Във Великобритания осигуровки срещу безработица се въвеждат след Първата световна война, а в САЩ социално осигуряване, а с него и „държава на благоденствие“, се въвеждат едва през 1935-36 г. Начините за държавна регулация на икономиката, за държавна намеса в пазара със социално-защитни цели се разработват от Джон Мейнард Кейнс. Благодарение на различните механизми на социална държава (държавна интервенция в пазара) до края на 60-те и началото на 70 г. на XX век производителността на труда расте успоредно с по-справедливо разпределение на доходите. Богатите стават по-богати, но и положението на бедните се подобрява като най-вече се увеличава благосъстоянието на средната класа. През 80-те г. на XX в. с неоконсервативното си управление М. Тачър и Р. Рейгън прекратяват тази тенденция на държавна регулация на пазара, ограничават социалните разходи, намаляват данъците, с което нараства социалната поляризация. На мода идват неоконсерваторите или икономистите от Австрийската школа (Лудвиг фон Мизес, Фридрих фон Хайек), а след това неолибералният монетаризъм на Милтън Фридман. И така, от тогава до днес сме свидетели на триумф на неолиберализма, глобализма и концепцията за новия мениджмънт и новото публично управление.

Първоначално, при това доста продължително – от края на XVIII, XIX до средата на XX век – лобистките влияния на капиталистите върху вземането на решения от държавните институции не са били законово регулирани. Разбира се, определени икономически интереси са защитавани от съответни политически партии чрез тяхното присъствие в парламента и в правителството. Едва по-късно – през втората половина на XX век, се разгръща процес на легализация и легитимация на лобизма като форма на влияние върху вземането на политически решения. Така например в САЩ през втората половина на XIX век думата „лобиране“ се е свързвала с осъдителна „покупка на гласове“ в коридорите на Конгреса, а едва по-късно – в средата на XX век лобирането започва да се регулира юридически. И още нещо, в началото на своето възникване лобизмът се е разгръщал само в парламента, а едва по-късно той се разпростира и в сферата на изпълнителната власт. Федералният закон за лобизма в САЩ от 1946 г. е третирали осигуряване на публичност на лобистките дейности само в Конгреса, а Законът за публичност на лобирането от 1995 г. включва в обсега на лобистките влияния и федералното правителство и институциите на изпълнителната власт.

С лобиране се занимават множество организации, отразяващи социално-икономическата структура на конкретното общество. Като политически феномен лобирането отразява конкуриращи се варианти за решения по един или друг проблем и необходимостта от постигане на компромис между различни гледни точки по даден въпрос. Погледнат през тази призма, лобизмът е инструмент за съгласуване на интереси –

държавни и социално-групови. Политическата същност на лобизма произтича от хетерогенния характер на обществото, състоящо се от различни групи по интереси, разполагащи с различен потенциал за натиск върху властта. Скрит или латентен, лобизъм съществува и в авторитарните общества, но в демократичните общества лобизмът е публично манифестирана дейност – стига да е в рамките на закона и морала.

В контекста на западната модерност лобирането се извършва по модерен начин, т.е. рационален, предварително планиран, тематично-обоснован, експертен, ефикасно ръководен и координиран. То е комплекс от действия с цел постигане на максимални резултати с минимални разходи и усилия. Лобизмът възниква като **специфична посредническа дейност**. Според З. Бауман¹, феноменът „*опосредяване на действието*“ (нечие действие, изпълнявано от друг чрез посредник) е една от най-продуктивните черти на модерното общество. Повечето социално-значими действия са опосредствани от дълга верига причинно-следствени и функционални зависимости, в това число от посредници лобисти. Опосредяването на действието, разпределянето му на етапи, отделени един от друг чрез йерархията на властта и напречното разделяне на действието чрез функционална специализация, е едно от най-забележителните постижения на индустриалното общество. Лобирането става възможно благодарение на изработения механизъм за „*прехвърляне на отговорност*“. Отговорността се прехвърля със съгласието на действащото лице към правото на висшестоящия да командва. Действащото лице преминава в „*агентно състояние*“ – състояние, при което субектът вижда себе си като изпълнител на чужда воля. Агентното състояние е противоположно на автономното състояние. Като такова то е синоним на хетерономията с типичните за нея действия в институционалната йерархия. Лобистът (професионалният) е агент, който действа по волята на своя клиент. Държавни служители, намиращи се също в агентно състояние, са обекти на лобистки натиск. Процесът на прехвърляне на отговорност води до създаване на „*свободно плаваща отговорност*“, която се прехвърля все по-нагоре и по-нагоре. Организацията е инструмент за заличаване на отговорност, което води, според Бауман, до „*изчезваща отговорност*“ – благоприятно условие за лобиране, разгръщащо се често на границата на закона и морала.

Освен с модерна държава (в смисъл капиталистическа, защитаваща частната собственост), произходът на лобизма се обвързва с утвърждаването на **национална държава** с функциониращи институции (парламент, правителство, специализирани държавни служби, ведомства, агенции), осигуряващи национална интеграция и ефективно социално-икономическо развитие чрез **модерна бюрокрация** (администрация). Държавните институции, както и държавните служители са обекти на лобистки натиск в процеса на вземане на решения (закони и подзаконовни нормативни актове). Модерната национална държава е преди всичко апарат за управление, за регулиране на съвместния живот на хората. Тя предполага рационален, деперсонализиран, законов или конституционен ред и възможност за администриране и контрол в рамките на дадена територия. А специфичното свойство на държавата (М. Вебер) се изразява в притежавания от нея монопол върху легитимна употреба на сила върху съответна територия. Държавната власт е структурирана власт – власт чрез различни

¹ Вж. Бауман, З. Модерност и холокост. ЛИК, С., 2002, с. 34-58.

държавни институции. Техният административен персонал използва различни властови ресурси както за реализацията на целите на управлението, така и за реализация на свои собствени, ведомствени цели. Следователно, държавната власт се свързва с намеренията и целите както на управлението (най-вече правителството), така и на административния персонал. Още Макс Вебер говори за тези два типа цели и намерения в средите на бюрокрацията. Лобизмът се развива именно в тази ниша – между двата типа цели и намерения.

Лобизмът безспорно възниква в условия на капитализъм (в смисъл модерен, индустриален капитализъм, капиталистическо общество), но се разгръща още по-интензивно в **посткапиталистическото общество**, ако използваме терминологията на *Питър Дракър*, създател на собствена теория за мениджмънта. В новото общество познанието е основен източник на богатство, а ролята на организациите е повишена. Това е време на преход от господство на суверенната национална държава към плурализъм на организации, в рамките на който държавата е един от елементите на световната система, но не единствен, макар и ключов. В тази плуралистична система транснационални, регионални, национално-държавни и местни структури се конкурират и си сътрудничат. Двете класи в капиталистическото общество (по Маркс) – капиталисти (собственици) и работници (отчуждени и експлоатирани), са претърпели трансформация. В посткапиталистическото общество голямата част от пролетариите постепенно се превръщат в средна класа, а при капиталистите вниманието се измества от много богатите хора – собственици, към „професионалните мениджъри“, които нямат почти никаква собственост. На мястото на капиталистите и пролетариите идват класите на посткапиталистическото общество – „работниците в сферите на познанието и услугите“¹.

В четирите десетилетия след Втората световна война националната държава постепенно губи позицията си на единствен орган на властта. Във вътрешен план развитите (посткапиталистически) държави постепенно се превръщат в „плуралистични общества на организациите“, където държавата съчетава своята власт с други играчи. Именно от този момент нататък започва интензивно да се говори за „организиран интерес“ или така нар. лобита. Те, заедно с държавата, участват в правенето на политика. Това е така, защото според Дракър организациите притежават власт, макар и социална. Социалната власт е необходима на организацията, за да въведе правила и дисциплина, способстващи за реализация на целите ѝ. Социалната власт на организациите се регулира, ограничава и балансира от политическата власт. Всички организации в посткапиталистическото общество са заинтересовани от политическата власт, но не за да я печелят, а да въздействат върху нея. „Вниманието, което проявяват организациите към нея, е функционално“ (т.е. те се интересуват как властта може да им помогне да си свършат по-добре работата). Затова „модерните организации лобират.“², а лобизмът се е развил като механизъм за функционално представителство на интереси.

Къде е мястото на професионалните лобисти в схемата на П. Дракър? Лобистите не са капиталисти, не са мениджъри, нито работници (на ръчния труд, „сините

¹ Вж. **Дракър, П.** Посткапиталистическото общество, ЛИК, С., 2000, с. 9-16.

² Вж. пак там, с. 112-115.

якички“ в промишленото производство). Можем да кажем, че **лобистите** са „**наемни работници на умствен труд**“ (knowledge workers), наети от клиент – организация, корпорация, на постоянен или на граждански договор. Те предлагат експертно, приложно, специализирано знание за натиск върху институциите. Ако се позовем на двете нови класи на Дракър – хората на умствения труд и работниците в сферата на услугите, лобистите са експерти – хора на умствения труд, но същевременно предлагат и специфични лобистки услуги на своите клиенти. Лобистите са едни от многото актьори в епохата на постсуверенна държава (държава на органичен или споделен суверенитет) в условията на глобализация.

Очевидно развитието на лобизма върви успоредно с развитието на капитализма (от индустриален към постиндустриален) и това може да се представи по-нагледно в следната таблица, разграничаваща модерна от постмодерна форма на производство¹:

<i>Модерна форма на производство:</i>	<i>Постмодерна форма на производство:</i>
Индустриална революция:	Информационна революция:
фабрики масово производство централизация	офиси сегментация децентрализация
Индустриално общество:	Глобално информационно общество:
капитализъм буржоазна класа (собственици) работническа класа (пролетариат)	капиталистическото световно стопанство мениджъри и служители в офисите „когнитариат“ (knowledge workers)

Въпреки своята простота и прегледност, тази схема може да се оспори – в смисъл такъв, че буржоазната класа от собственици съвсем не изчезва и те не намаляват за сметка на мениджърите. Днес в света има много повече милиардери (собственици), от когато и да било преди в историята на човечеството. Именно те наемат така наречения „когнитариат“ (квалифицирани специалисти, лобисти, експерти, учени), както някога собствениците капиталисти са наемали индустриални работници на физическия труд. И в единия, и в другия случай Марксовото деление на обществото на две части (класи) – капиталисти и наемници, е налице.

И накрая, лобирането се превръща в легитимна законово регулирана дейност (съвкупност от дейности) едва през втората половина на XX век – при наличието не просто на модерна национална държава, а на **демократична и правова държава**. Вярно е, че с епитета „демократична“ се кичат всички държави (държавите от „социалистическия блок“ се наричаха демократични, републиките Китай, Северна Корея и др. са народни и демократични), поради което с пълно право западните полиархии могат да се нарекат буржоазно-демократични. Именно там буржоазно-демократичната държава, (защитаваща частната собственост), се раз-

¹ Идеите за тази таблица са почерпени от **Кинг, А. Д.** Времената и пространствата на Модерността // Глобални модерности, съст. М. Федърстоун, С. Лаш и Р. Робертсън, Изд. „Критика и хуманизъм“, С., 2004, с. 168-169.

вива като правова държава. Именно в развитите западни държави се развива концепцията за върховенството на закона и правовата държава в условия на капитализъм, поради което там се разгръщат лобистки дейности – легални, легитимни и публични.

Резонно възниква въпросът: *Защо толкова късно към лобирането започват да се предявяват изисквания за легалност, легитимност и публичност?* Първият закон за лобизма, известен като **Федерален закон за лобизма в САЩ**, е приет едва през **1946 г.!** Преди него можем да говорим само за предистория на лобирането. Защо едва тогава? Може би разцветът на лобистките дейности е изчаквал кризата на традиционните политически партии и идеологии при прехода от модерност към постмодерност, от индустриален към постиндустриален капитализъм? Така или иначе, именно в условията на днешния глобален преход протича ускорена диференциация и специализация на различни социални дейности и властови техники. Като реакция на тези постмодерни условия и в отговор на неолибералната глобализация в **Европейския съюз** и неговите институции се разгръща интензивно лобиране от **90-те години на XX век до днес**. Преди това, в Европа лобизмът се счита за предимно американска практика, поради което за него не се създава законова уредба. Друг възможен отговор за относително късната регулация на лобистките дейности дава спецификата на съвременния глобален капитализъм, който с течение на времето става все по-коруптиран. През последните две десетилетия сме свидетели на все повече скандали за политическа корупция, за „купуване“ на партии, на политици, на статусни позиции. Мануел Кастелс дори говори за целенасочена „политика на скандала“, за създаване на специални институти за измерване на корупцията в отделните страни чрез специални индекси... При тези обстоятелства много трудно се разграничава лобизъм от корупция, но успоредно с това нарастват изискванията за повече публичност и законност на лобистките дейности.

Така или иначе, лобирането днес е процъфтяваща, печеливша индустрия (бизнес) в новия етап на развитие на капитализма, в условията на глобален пазар, информационно общество и глобални комуникации, но в същото време общественото мнение се отнася силно критично и подозрително към лобистите и техните занимания. Лобизмът има, образно казано, „две лица“ в масовото съзнание – едното, което буди възхищение и се смята за белег на демократична активност, и другото, което стряска със своя корупционен потенциал, аморалност и несправедливост. Двете лица на лобизма сякаш не могат да съществуват едно без друго, така както монетата има две страни. Целта на настоящата студия не се състои във възхвала или заклеймяване на лобизма, а в опит да се разбере неговата противоречива природа, разглеждайки го през призмата на капитализма. Двете страни на лобизма са отражение на връзката му както с капиталистическия пазар, така и с демократичната политика, между които съществува напрежение по повод двете ценности: свободата и равенството. Лобира се най-вече за частни, икономически интереси, от една страна, и за социални цели, ценности, обществено-значими каузи, от друга. Първият вид лобизъм е свързан по-скоро с конкуренцията на пазара (с икономическата свобода на малцина), а вторият – с политическата демокрация, предполагаща равни права на сдружаване и участие на гражданите в обществения живот.

Когато говорим за **демокрация** в контекста на лобизма, ще правим разграничение между „идеална“ и „реална“ демокрация. Западната либерална демокрация ще свързваме с принципи като: плурализъм, парламентаризъм, върховенство на закона и пр., имащи изцяло позитивно звучене. Но успоредно с тази „идеална“ демокрация, ще очертаем белезите и на една „реална“ демокрация с присъщите ѝ прояви на корупция, задкулисни сделки, целенасочено манипулиране на избирателите и др. Погледнат от тази перспектива, лобизмът е инструментално необходим и естествен за западните демокрации, но в същото време, той се асоциира с нерегламентирани от закона дейности (като корупция, търговия с влияние и др.), накарняващи понякога драстично обществен интерес. Това е така, защото „истинска демокрация“ не съществува и не е възможно да се реализира (Р. Дал). Разгръща се процес на непрекъсната демократизация. Най-същественият белег на този процес е наличието на работещо гражданско общество.

Споделяме разбирането на Коен и Арато¹ за „**гражданско общество**“ като сфера на социално взаимодействие, намираща се между икономиката и държавата, включваща семейството, доброволните сдружения, обществените движения и формите на публична комуникация. Гражданското общество се самоорганизира чрез независимата дейност на индивиди и групи, от една страна, и се институционализира чрез закона и субективните права, от друга. Всичко това звучи добре, но и тук капитализмът се намесва в лицето на крупните капиталисти и корпорации, които, финансирайки определени граждански организации и внушавайки им определени цели и дейности, обезсмислят принципа за независимост и автономия на гражданското общество. Например частните изследователски институти (think-tanks), които се занимават с лобиране, са създадени и финансирани, за да налагат хегемония на неолибералното мислене навсякъде по света. За каква независимост на граждански организации може да става дума след като голямата част от тях са финансирани от външни донори (едри капиталисти като Дж. Сорос и транснационални корпорации), които диктуват целите и дейностите им?! Така се налага глобализмът като идеология на неолибералния капитализъм.

Когато говорим за лобизъм като демократична практика (в рамките на закона и морала) в дадена страна, подразбираме, че в нея са провъзгласени (и с политическа воля реализирани) основни норми на гражданското общество, а именно: а) правата на личността (на неприкосновен личен живот, на доброволно сдружаване и асоцииране и пр.); б) формализирана законност (независимо правосъдие); в) плурализъм; г) публичност; д) свобода на предприемачеството (право на собственост, на сключване на договори). Всички тези норми са се установили в западните общества по различен и противоречив начин. Логиката на капиталистическата частна собственост и на пазара често е влизала в конфликт с плурализма и свободата на сдружаване, а логиката на бюрокрацията често се е противопоставяла на политическото представителство в парламента. При всички случаи, обаче, лобитата – независимо дали са формирани около частни бизнес интереси или граждански каузи – се базират на изброените по-горе основни норми на гражданското общество. Затова лобирането се третира като комплекс от формално законни, публични и демократични дейности.

¹ Коен, Дж., Е. Арато. Гражданское общество и политическая теория, Изд. „Весь Мир“, М., 2003. с. 411-415; 113, 65 и сл.

Лобирването се изразява в опити за влияние върху вземането на решения в демократични условия в една държава и в този смисъл е резултат от взаимодействието между държавните институции и организациите на гражданското общество. Под „организации на гражданското общество“ в случая разбираме както бизнес асоциации, работодателски и търговски организации, така и неправителствени организации с идеални цели – екологични, потребителски, правозащитни, социални (на пенсионери, на хора с увреждания) и пр. Но ако, както казахме по-горе, голяма част от тези организации са финансирани от крупни капиталисти (или от глобалния хегемон САЩ), то вземането на политически решения в интерес на повече хора чрез взаимодействие между институциите на дадена държава и на нейното гражданско общество става проблематично. Още по-комплицирана е ситуацията на наддържавно, регионално и глобално равнище, където едрият капитал (наречен едър бизнес, „големите пари“, „влиятелни финансови и делови среди, кръгове“) диктува съдържанието на основните политически решения. Известен оптимизъм вдъхва императивът и реализирацията се на практика принцип на демократична публичност – особено чрез появилия се през 2010 г. сайт Wikileaks (Уикилийкс), където публично достояние стават секретни документи (класифицирана информация) на същите тези „влиятелни политически и финансови кръгове“. Изискването за демократична публичност в едно добре работещо гражданско общество се реализира в рамките на три постоянно водени основни дискусии: 1/ *Елитарна демокрация или Демокрация на участието?*; 2/ *Комуитаризъм или либерализъм?*; 3/ *Държава на благоденствието или неоконсервативен антиетатизъм?*¹.

Обвързването на лобизма с **принципа за демократична публичност** (лобистките влияния трябва да са публични, за да не ощетяват интересите на общността) ни позволява да откροим напрежението между политическата демокрация, разбрана като равенство пред закона, всеобщо избирателно право („един човек – един глас“) и капиталистическия пазар, основаващ се на свободата – най-вече на икономическата свобода, с която разполагат малцина. Свободното действие на икономически субекти на капиталистическия пазар се основава на притежаваните от тях пари и собственост. Голяма част от населението на планетата не разполага с капитал (изразен в пари и собственост), с който да участва в пазарни взаимодействия. По тази логика печеливш в своеобразната игра между пазар (за малцина) и демокрация (за мнозинството) е безспорно пазарът, особено глобалният пазар, докато демокрацията все повече се изпразва от реално съдържание и губи смисъл.

Нарасналата актуалност на лобизма произтича именно от кризата на представителната демокрация. Валидно е и обратното – разгърналият се лобизъм стимулира появата на демократична криза. Казано с други думи, кризата на демокрацията води до разцвет на лобизма. Съвременният лобизъм се развива в условията на задълбочаващи се кризисни процеси – на демократична легитимност и публичност, криза на националната и социална държава, криза на партийно- идеологическо представителство. Кризата на политическото представителство е основната причина за ръста на лобистките дейности. Политическите партии все повече губят способността си на основен изразител и представител на конкретни социално-групови интереси на

¹ Вж. пак там.

политическата сцена, заличава се разликата между лявото и дясното. Те все повече се превръщат в „избирателни машини“ за своите лидери, поради което недоверието към тях се засилва и голяма част от избирателите се въздържат от гласуване в избори. Този вакуум се запълва от лоби-групите и лобизмът започва да се свързва с ограничено представителство на различни групови интереси в периода между изборите. Очертаната слабост на традиционните политически партии се допълва и от разгръщане на вътрешно-партиен лобизъм в ръководните им органи. Различни партийни лобита се конкурират за определяне параметрите на партийната политика, изхождайки до голяма степен от тясно-групови цели, а не от интересите на социалната база на партията. Категорично може да се твърди, че колкото по-слаби са партиите в една държава, толкова по-силни са лобитата. И обратно – колкото повече в една политическа система функционират отработени механизми на вземане на решения по партийен път, толкова по-слаба и безпредметна е лобистката дейност¹.

Не случайно Лестър Търоу твърди, че капиталистическите общества са конструирали политически системи, където икономическото богатство може да се трансформира в политическа власт. Днес това се случва чрез даренията за избирателни кампании от страна на групите със специални интереси (хората с икономическа мощ), които така си купуват политическо влияние, купуват си дори един Сенат на САЩ, където повечето от стотте сенатори са милионери. Но това е осъдителна търговия с влияние, а не лобирание! Само правна система, така нар. правова държава, може да направи разграничение между даването на пари на един политик, за да проведе своята кампания (законно) и даването на пари, за да си купи луксозна къща (незаконно)².

Днешната демокрация често се изразява в олигархия – тревожен феномен на съчетаване на икономическа и политическа власт, което има общо с лобизма. Това се случва дори в Обединеното кралство, в такава „стара демокрация“, където като последица от световната финансова криза 2007-2008 се наблюдава повишена зависимост на правителството от крупни икономически интереси. Разпространено е разбирането, че правителството действа в интерес на корпоративния и финансов сектор, а не в интерес на гражданите данъкоплатци. Затова властта на тази „неизбрана олигархия“ трябва да бъде поставена и се поставя под демократичен одит от гражданското общество³.

Някои с основание могат да заявят, че лобизмът работи срещу демокрацията, но това твърдение няма да е абсолютно вярно предвид оптимистичните очаквания от задълбочаващия се процес на европейска политическа интеграция и социална кохезия. Европейският модел на лобирание вдъхва демократичен оптимизъм поради това, че се дава шанс за участие в европейския политически процес не само на бизнес интересите (и техни представители), но и на организираните граждански интереси в защита на социални цели и ценности, т.е. дава се шанс на демокрацията – политическа, икономическа, културна.

¹ **Пиргова, М.** Българският парламентаризъм в условията на глобален преход, Изд. „Парадигма“, С., 2002, с. 135.

² **Търоу, Л.** Бъдещето на капитализма, Изд. „В. Люцканова“, С., 2000, с. 375-276.

³ See Trevor Smith, **Unelected Oligarchy: Corporate and Financial Power in Britain**. Published on Open Democracy (<http://www.opendemocracy.net>), 23-rd August 2011.

Краткият отговор на въпроса „**Защо така енергично се лобира напоследък?**“ е, защото процесът на вземане на решения става все по-сложен, проблемите за решаване по-комплексни, а конкуренцията на световния капиталистически пазар – все по-ожесточена. Обществото е сложно сегментирано и различни организирани интереси търсят свое (ограничено, функционално) представителство в законодателството и управлението. За отчитането на разнообразието от интереси в съответни решения, държавните институции се нуждаят от експертиза, която често им се предоставя „отвън“ във вид на „помощ“, „външен съвет“. Парламентите и правителствата разполагат с експертен персонал, но той често е недостатъчен за подготовка на законопроекти, поради което те разчитат на външни консултанти и лобисти. Често недостигът на административен капацитет за справяне с определени проблеми се запълва с лобиране. Основната причина, обаче, за ръста на лобиране днес не е в усложнения и фрагментиран свят, колкото в глоболизиращата се капиталистическа конкуренция и в увеличаващия се брой на капиталистически играчи, които се опитват чрез държавата (държавите) да получат предимство пред останалите. Показателен пример за това е България, където в момента се конкурират две мощни лобита „срещу“ и „за“ стоежа на АЕЦ Белене. Те са външно финансирани и отразяват противоположни икономически и геополитически интереси на глоболизиращия капиталистически пазар.

в) Специфика и същност на съвременното лобиране

Общественото мнение често разглежда лобистите в негативна светлина като персони, които „дърпат конците“ зад кадър, използват връзки, действат задкулисно, влияят върху властите, скрити от публиката. На равнище Европейски съюз обаче напоследък на групите по интереси и на лобистите започва да се гледа позитивно и да се очертава тяхната конструктивна роля в политическия процес, да се възприемат и оценяват като необходими събеседници на евроинституциите. Лобистите в Брюксел предоставят ценни идеи, убеждаващи аргументи и експертиза, с което привличат вниманието върху себе като полезен партньор на институциите за решаване на сложни проблеми и формулиране на европейски публични политики.

Професионалният лобизъм е американско изобретение, но както в САЩ, така и в Европа има проблеми с дефинирането му. Основната причина за това е, че хората, които се занимават с лобиране, не се самоидентифицират като лобисти, а и публиката е доста подозрителна към техните занимания. Независимо от това, днес в политическата, публична сфера се развива една печеливша консултантска индустрия, а заетите в нея са високо платени професионалисти. Става дума за различни **консултанти по обществени дела**, чиито професионални статуси нямат точни аналози на български език (*Public Affairs Specialists, EU Public Affairs Professionals, Government Relations Officers, Business Communications Officers, Corporate Affairs Managers, Specialist Public Affairs Consultants*). Професионалните занимания на тези хора се изразяват в осъществяване на мониторинг, анализ, създаване и поддържане на мрежи от съюзници и партньори, изготвяне на лобистки стратегии, хипотези за позитивни развития на групата за натиск – клиент на лобистки услуги. Алвин Тоф-

лър, напр., нарича лобистите „експерти по обществени отношения“.¹ Липсата на общоприето определение на лобирането се обяснява и с това, че то обхваща твърде разнообразни дейности. А освен това, важен е и въпросът – кой има интерес да дефинира лобирането? От това кой го дефинира (и кой му плаща за това) зависи и начинът, по който ще го дефинира! Много от проблемите по регулирането на лобизма идват от наличието на различни дефиниции.

Няма консенсус върху една общоприета дефиниция за лобирането, но едно е безспорно – то се разполага в полето на по-широките по смисъл **дейности за поддържане на отношения с властите** (government relations) **и с обществеността** като цяло (public affairs), в това число **с медиите** (media relations).

Винаги, когато става дума за установяване и поддържане на контакти с властите, с тези, които вземат управленски решения, се подразбира лобиране. Лобистите се наемат от съответни клиенти (организирани интереси), за да ги съветват как да контактуват с властите, подпомагат ги с експертиза, подготвят срещите им с тях, разработват стратегии за благоприятен публичен образ, изготвят проекти за решения, които предлагат на длъжностните лица в очакване на благосклонност от тяхна страна при окончателното приемане на нормативния акт. В САЩ, например, много от лобистките фирми са специализирани по осъществяване на контакти с тези, които управляват (government relations). Дейностите по осигуряването на тези контакти включват най-общо: а) директен контакт с Капитолия; б) създаване на коалиции от съмишленици; в) контакти с други публични личности (избрани и назначени). Лобира се не само в Конгреса, но и в администрацията, в регулативните агенции и пр.

Лобирането накратко може да се определи като опити за влияние върху публичната политика/политики – законодателни и правителствени. В широк смисъл то означава застъпничество (advocacy) за някаква социално значима цел, за определен групов интерес или гледна точка по обществен проблем, която да се отрази в съответно управленско решение. В тесен смисъл, лобирането се изразява в опити за влияние върху вземане на определени решения по професия и срещу заплащане.

Разграничението между *government relations* и *public affairs* се прави главно в Америка, в Европа то не е така актуално. Малката разлика между двете е, че първите изключват, а вторите включват работа с медиите. Фирмите (агенциите) за контакти с властите в САЩ лобират основно върху законодателството и действат като застъпници, осигуряващи гласоподаватели за дадена кауза, пишат речи на политици, лобират в истинския смисъл на думата – чрез организиране на петиции, подписки, убеждават депутатите по даден проблем в кулоарите на парламентарните сгради. Докато, когато говорим за публични дела (Public affairs), отношенията с медиите (Media relations) са решаващи. Част от тези отношения са и така нар. „корпоративни комуникации“, чрез които медиите помагат за решаване на определен бизнес проблем в публична сфера (Issue management). Терминът „публични дела“ (Public Affairs) е пределно широк по своя съдържателен обхват и включва в себе, освен лобиране (Lobbying), дейности по поддържане на контакти с властите (Government Relations), контакти с медиите (Media Relations), връзки с обществеността (Public

¹ Тофлър, А. Третата вълна, ИК „П. Яворов“, С., 1991, с. 185.

Relations) и други. PR-дейностите обхващат по-продължителен период от време и акцентират върху по-дългосрочни бизнес стратегии, изразяващи се в стремеж да правиш нещата целенасочено, а не да очакваш да се случат или развият в нежелана посока. Добрият PR може да избегне нуждата от кризисен план, от лобиране при извънредни обстоятелства и пр. Целият широк диапазон от публични дейности (Public Affairs) предполага постоянно наблюдение на ситуации (Monitoring), а лобирането и умението да се управляват и решават проблеми вървят ръка за ръка. А проблемите са национални, регионални, локални, глобални.

В специализираните фирми по различни публични дела (Public affairs agencies) работят професионални консултанти (Public affairs professionals, Public affairs practitioners), които осъществяват разнообразни комуникации с целеви аудитории, състоящи се от конкретни политици, администратори, регулатори – международни и междуправителствени институции, и пр. Тези специалисти са в състояние да влияят в нужната за клиента посока върху личност, институция или организация, която има отношение към публичната политика. Ролята на медиите за упражняването на подобно влияние е ключова, защото те формират съответно обществено мнение. Като част от публичните дела, лобирането има общо с всички тези дейности.

Лобирането обхваща различни дейности, а именно:

- Поддържане на отношения с властите, върху които ще се упражнява влияние;
- Установяване на лични контакти с депутати, министри, шефове на агенции и пр.;
- Поддържане на обмен на информация, експертиза между лобиращи и лобирани;
- Осъществяване на постоянно наблюдение на поведението на длъжностни лица и приетото законодателство в съответна сфера;
- Дейности по убеждаване на длъжностни лица в интерес на клиента;
- Създаване на мрежи от приятели и съмишленици;
- Поддържане на контакти с медиите с цел формиране на релевантно към проблем (интерес) на клиента обществено мнение;
- Изготвяне на лобистки стратегии за решаване на конкретни проблеми.

Лобита наричаме влиятелни (разполагащи с финансови средства или обществен престиж) групи за натиск. **Лобирането** е комплекс от дейности, за които стана дума по-горе. **Лобистите** са професионалисти консултанти, които извършват срещу заплащане съответни дейности. При положение, че съвременното лобиране се осъществява не само в национален, но и в регионален и глобален мащаб, за него са необходими солидни знания и политическа експертиза. Никак не е лесно да „прокараш“ (да инициираш и ускориш приемането на) закон или друг регулативен акт в интерес на дадена фирма, бизнес асоциация (клиент на лобистки услуги) или да спреш приемането на конкретен нормативен акт, неблагоприятен за дадено лоби. За това са нужни както знания, така и практически умения – да планираш, да организираш, да комуникираш.

Взаимно изгодният обмен на информация между лобирани и лобиращи е невъзможен без **ключовата роля на медиите** в комуникативния процес. Навсякъде по света политиките са загрижени за публичния си образ в медиите. Затова и медийният натиск върху тези, които вземат решения, е огромен. А той се осъществява чрез различни подходи, техники: организиране на масови кампании за формиране на обществено мнение по конкретен проблем (Public Opinion Forming); лансиране на коментари и

анализи за дадена ситуация и проблем от политолози, социолози, антрополози и пр. експерти от частни изследователски институти (мозъчни тръстове, think-thanks); поддържане на благоприятен образ на компания, бизнес или гражданска асоциация или разрушаване образа на конкуренти пред властите и пред публиката (Image Making); чрез други информационни техники – пропаганда, агитация и пр. Дали конкретен проблем или аспект от него, по който професионално се лобира, ще попадне в ежедневните новинарски емисии по телевизията – това е от ключово значение за успеха на лобирането. Когато говорим за лобиране и установяване на контакти с медиите, имаме предвид отношения с редакторите на новинарските емисии по телевизията, с медийните собственици и акционери. Понякога в медиите се организира и по-продължителна лобираща кампания, която трае до момента, когато по даден проблем се вземе нужното решение. Когато проблемът засяга интересите на повече хора (напр. водоснабдяване на гражданите, възлагане на концесия на тези услуги, изискваща промяна в закона за концесиите) на фирмите, конкуриращи се за доставката на публични услуги, се налага да предприемат различни медийни комуникации за убеждаване на гражданите в качеството на предлаганите услуги от концесионера.

Големите фирми и бизнес асоциации назначават професионалисти (лобисти) на постоянен трудов договор (in-house lobbyists), които да се грижат непрекъснато за интересите на фирмата в отношенията ѝ с властите. Освен постоянно наети, има и консултанти професионалисти, наемани на граждански договор, за инициране промяна или отмяна на конкретно законодателство.

Ако трябва синтезирано да отговорим на въпроса: **Що е лобиране?**, то **лобирането обхваща разнообразни прозрачни процеси, свързани с обмен на информация и комуникации между представители на публичната власт – избрани политици и назначени чиновници, и заинтересовани групи и персони (най-вече крупни капиталисти), имащи за цел да повлияят върху вземането на управленски решения в своя полза.** А на въпроса: **Що е лобист?** – това е **нает срещу заплащане професионалист (специалист консултант) за изпълнение на съответни услуги от клиент – фирма, организирана група, богато частно лице.** На визитните картички дори на Вашингтонските лобисти не пише, че те са „лобисти“, а „консултанти по въпросите на управлението“, по „отношения, връзки с правителството“, по „връзки с обществеността“, по „мобилизация на интереси“. В Европейския съюз това са специалисти „по европейски въпроси“, „по европейски публични дела“ и пр.

В някои страни лобистите са длъжни да се регистрират, за да получат достъп до сградите на парламента или правителството. Към тях се предявяват формални изисквания – периодично да докладват за своята дейност, за своите клиенти, за доходите, които получават от лобиране, за направените разходи и пр. Основната цел на регистрацията е да осигури прозрачност на лобистките дейности; да повиши доверието между лобистите и властите, да се елиминират или редуцират подозренията в корупция от страна на публиката. А освен това, сред лобистите и консултантите има както високо квалифицирани професионалисти, така и аматьори, дори откровени мошеници.

Според едно по-разгърнато **речниково определение** (*The Penguin Dictionary of Politics*) да лобираш означава да упражниш натиск, да представиш аргументи или

някакъв вид стимул, с които да опиташ да повлияеш на тези, които вземат политически решения, с цел те да проявят благосклонност към определена позиция – твоята или на групата за натиск, към която принадлежиш. Или, лобирането се свързва със стремеж на заинтересованата група (или отделно лице) да си осигури подкрепа от страна на властите за решаване на конкретен проблем.

Различните дефиниции на лобизма обособяваме в три основни групи:

- 1/ Лобиране в широк смисъл – застъпничество за някаква цел (кауза).
- 2/ Лобиране в тесен смисъл: опит за влияние върху приемането на определени управленски решения – по професия и срещу заплащане
- 3/ Други дефиниции:
 - *Дефиниции във връзка със същността:* а) политическа технология за осигуряване на достъп до процеса на вземане на решения; до информационни потоци; б) вид политическа комуникация; начин на организация на политическия дискурс; в) особен политико-консултантски бизнес; г) демократична политическа практика – легална (в рамките на закона); легитимна (морално оправдана чрез етични кодекси) и публична (публични регистри).
 - *Дефиниции във връзка с функционалността:* а) форма на влияние, въздействие, натиск върху институциите на публичната власт, осигуряваща ограничено политическо представителство; б) професионална дейност по убеждаване; б) специфична посредническа дейност в защита на персонални и групови интереси и цели; инструмент за съгласуване на интереси между държавата и организираното гражданско общество (лобиране чрез консултиране); в) механизъм за съединяване на икономика и политика в условията на капитализъм (с акцент на специалните интереси на капиталистите).

Лобизмът е политико-икономически феномен, защото обхваща различни дейности по упражняване на политическо влияние в защита най-вече на привилегирова̀ни икономически интереси. Дефинирайки лобирането като опити за влияние, трябва да поясним, че властта-влияние изглежда поне по три различни начина, т.е. има следните „три лица“: а) вземане на решения (decision making); б) формиране на дневен ред (agenda setting); в) контрол върху мисленето на хората (thought control). Първото „лице на властта-влияние“ е **вземането на решения**. Лобирането е опит за влияние върху вземането на политически решения, което в демократични условия това става чрез взаимодействие на компетентните държавни институции и институциите на организираното гражданско общество. Две са основните разновидности на лобизма – бизнес лобизъм (примерно за спечелване на обществени поръчки, данъчни преференции, субсидии и пр.) и граждански лобизъм (напр. дейности в защита на екологична или потребителска кауза). Очевидно е коя от двете е по-ефективна.

Второто лице на властта-влияние е **определяне на политическия дневен ред**. За да бъде взето решение по определен проблем (предмет на лобиране), той трябва да попадне в политическия дневен ред. Лобирането има общо с очертаните от Бакрак и Барац „две лица на властта“ в смисъл – вземане, но и не вземане на политически решения, т.е. включване или изключване на даден проблем от политическия дневен ред (седмична, месечна и пр. програма на парламента, на правителството и др.). И третото лице на властта обозначава **влияние върху обществено мнение**, върху мисленето

и убежденията на хората. Погледнато от този зрителен ъгъл, лобирането е комплекс от различни дейности в сферата на политическите комуникации и конкретни техники в медиите за упражняване на така нар. „мека власт“ – във вид на психологически контрол, пропаганда, рушене и създаване на образи и пр.

При правенето на демократична политика се комбинират както вертикалните (йерархични) властови зависимости, идващи най-вече от държавата, гарантирани чрез върховенството на закона и механизмите на правовата държава, така и хоризонталните (мрежови) влияния от страна на гражданското общество – в частност на влиятелните лобита, разполагащи с финансов ресурс или обществен престиж. Капитализмът като социално-икономическа система прави така, че не всички групови интереси имат равен достъп до политическия процес. Най-привилегировани в това отношение са интересите на едрия капитал, наречени поради това специални (*special interests*).

Изводът във връзка с очертаната същност и специфика на съвременното лобиране е, че ако една или друга лобистка дейност не е поставена под контрола на държавата (чрез закона) и под граждански контрол (от институциите на гражданското общество), то има реална опасност лобирането да прерасне в корупция и други престъпни действия. Без легалност и публичност на достъпа на различни лоби-групи и лобисти до процеса на вземане на управленски решения, не бива да се говори за лобиране. Има по-подходящи думи за подобни действия – подкуп, организирана престъпност, корупция, търговия с влияние, конфликт на интереси и пр.

2. ОСОБЕНОСТИ НА ЛОБИЗМА, ДЕТЕРМИНИРАНИ ОТ ГЛОБАЛНИЯ КАПИТАЛИЗЪМ

За да проникнем в дълбочина в особеностите на лобизма, провокирани от днешния глобален капитализъм, ще се позовем на идеите на авторитетни изследователи като Мансър Олсън, Имануел Уолърнстейн, Питър Дракър, Джереми Рифкин, Алвин Тофлър и др. Ще очертаем тези особености, систематизирайки изложението около отговорите на въпросите: Кой лобира? Пред кого? За какво? Къде? Как?

а) Кой лобира най-ефективно днес?

Лобират най-често заинтересовани групи за натиск и влиятелни частни лица. Наричат ги още „влиятелни делови среди“, „кръгове“ или „специални интереси“ на едрия бизнес. Когато говорим за най-влиятелните групи за натиск в контекста на капитализма, трябва да уточним, че това са групи и персони, свързани с едрия капитал, т.е. капиталистите, разполагащи с най-големи по мащаби собственост и пари. Техните частни интереси и стремеж към максимална печалба се удовлетворяват чрез лобиране върху институциите на публичната власт.

Лобират най-общо групите за натиск. От мига, когато групата по интереси (*interest group*) насочи своето действие към политическите власти, тя се превръща в група за натиск (*pressure group*) – за лобистки натиск. Тези лобита са наричани още „политически актьори“, които заедно с „държавните актьори“ участват във вземането на по-

литически решения. Лобират успешно тези групи, които съумеят да се организират, според логиката на колективно действие на Мансър Олсън¹, а това по-лесно се удава на малките групи (лобита) в сравнение с големите. Малките, но мощни финансови групировки в национален мащаб, са по-способни да защитят чрез лобиране своя интерес, отколкото големите – синдикати, организации на работодателите, бизнес асоциации и граждански организации. Малките групи са привилегирани поради притежавания солиден финансов ресурс. А освен това на тях не се налага дори да се организират специално, защото съставът им е от няколко човека и общият им интерес се подразбира от само себе си. Такъв е примерът с „енергийното лоби“ в една държава. То като група не е нужно дори официално да се организира (регистрира), но когато се наложи да защити пред държавата свои общи интереси, то ще предприеме съгласувани лобистки действия по повод, примерно, промяна в Закона за концесиите.

Малките лобита са привилегирани и във връзка с процеса на данъчно облагане. В развитите демокрации то е общо взето прогресивно, което е официално оповестено, но практиката е точно обратната, по думите на Олсън. Т. нар. „вратички“ в данъчните закони често са резултат от лобиране в полза на ограничен брой по-богати данъкоплатци. Тези „вратички“ (подробности в данъчните закони) крият възможности за избягване на данъци и са известни на малцина и често отразяват интересите на най-богатите капиталисти. Същото се отнася и до други закони, от действието на които се възползват малцина, напр. Закон за обществените поръчки, Закон за концесиите, Закон за публично-частното партньорство. Мощни икономически лобита могат да влияят дори при формирането на държавния бюджет. Според Олсън, в политически нестабилни общества тези малки групи (лобита) се интересуват главно от разпределението на „обществената баница“, а не от нейното увеличаване. Именно тези могъщи лобита наемат срещу заплащане професионални лобисти.

Ако трябва по-категорично да отговорим на въпроса „Кой лобира най-успешно днес?“, ясно следва да откроем ролята на **глобалните капиталови формации** – транснационалните корпорации (ТНК) от сферата на производството и услугите, както и финансовите формации – транснационалните банки (ТНБ), разнообразните фондове – инвестиционни, хеджфондове, суверенни фондове и др. Подобни глобални формации лобират не само пред „собствената“ си страна, но и пред огромен брой „приемащи“ страни, пред регионални икономически обединения, както и пред международни финансови институции, каквито са Международния валутен фонд, Световната банка, Световната търговска организация. Ето някои примери: JP Morgan Chase & Co, Merrill Lynch & Co Inc., Deutsche Bank AG, Bank of New York Mellon Corp., Goldman Sachs Group Inc., Morgan Stanley, Société Générale, Allianz SE 29. TIAA и др.

Разгледани от социологически позиции, могъщи бизнес-лобита са влиятелните частни лица, крупни капиталисти – бизнесмени (собственици и мениджъри). Професионалните и мениджърските елити разполагат с високи доходи благодарение на доброто си образование, професионален опит и умение за боравене с информация. Това са представители на широка гама от професии – брокери, банкери, търговци, всякакъв род консултанти, учени, юристи, журналисти, медийни специалисти, писа-

¹ Вж. Олсън, М. Възход и упадък на нациите, ИК „Златорог“, С., 2001, с. 58-110.

тели, университетски професори, много от които могат да се занимават с професионален лобизъм. Техният капацитет за лобиране се основава на притежаваните знания и информация. Лобисти, освен това, могат да бъдат (и това често се случва!) бивши депутати, министри и пр. висши държавни служители, познаващи добре „кухнята“ на вземане на управленски решения.

В условията на съвременния глобален капитализъм лобистки натиск върху държавни и международни институции упражняват най-вече крупните капиталистически (бизнес) интереси. В САЩ от около 350-те най-влиятелни групи за натиск повече от 70% представляват бизнеса (частните интереси), а останалите 30% са в защита на обществено значими каузи. От тези 70% повече от половината представляват големите и световно известни фирми и корпорации¹. Пример за организации, представляващи „специални интереси“ са „Асоциацията на американските банкери“, асоциациите на тютюневия, петролният бизнес и пр., а появилите се транснационални корпорации в резултат от неолибералната глобализация в голямата си част са американски.

В Европейския съюз положението е подобно. Едрият капитал в лицето на големите частни фирми и корпорации повишава своята роля на единния европейски пазар и в европейския политически процес. Големите частни фирми (компани) и бизнес групи упражняват солиден натиск върху евро-институциите при вземането на общоевропейските решения (multi-level lobbying) и те са най-ефективни, като се има предвид, че бизнес-групите съставляват около две/трети от всички еврогрупи. За да участват в различни европейски форуми и кръгли маси – в диалог с Комисията по различни проблеми, големите фирми инициират създаването на Европейски търговски федерации, Европейска кръгла маса на индустриалците, Трансатлантически бизнес диалог и др. Особено влиятелни бизнес асоциации са *Европейска Федерация на асоциациите от фармацевтичната индустрия*, *Европейската асоциация на информационните и телекомуникационни технологии* и др. Най-влиятелни са обаче индивидуални играчи в лицето на големите транснационални компании от рода на БАЙЕР, СИМЕНС, ФИЛИПС, ЕРИКСОН, БОИНГ, АЙ БИ ЕМ, КСЕРОКС, ФОРД и др., които съставляват „неформален клуб на богатите фирми“, който действа под формата на малки и често временни коалиции, но се радва на благоприятно европейско законодателство. Така едрият бизнес се институционализира в европейския политически процес. Европейските лобисти – консултанти на едрият бизнес, разполагайки със знания за „европейската политическа машина“, предлагат варианти за европейски решения (регулации, директиви и пр.) в полза на клиента. Лобирането в Европейския съюз се третира като важна част от високо професионален мениджмънт на европейските публичните дела (EU Public Affairs Management)².

За да конкретизираме съдържателния обхват и разнообразието на организациите в САЩ, ще се позовем на двутомната енциклопедия на групите по интереси и лобистите в САЩ (2000)³, където групите са класифицирани по предмет на интереси, както

¹ Бинецкий, А. Лоббизм в современном мире, ТЕИС, 2004, с. 70.

² See **Rinus van Schendelen**, Machiavelli in Brussels, The Art of Lobbying the EU, Amsterdam University Press, 2002.

³ **Encyclopedia of Interest Groups and Lobbyists in the USA**, Vol. 1; 2. Ed. Immanuel Ness; Brooklyn College, City University of New York, CHARPE REFERENCE, 2000.

следва: а) Банкиране, финанси, застраховане, борси; б) Услуги, търговия, професионални дейности; в) Медии, развлечения, информация; г) Здравно и медицинско обслужване; д) Земеделие; е) Околна среда; ж) Индустрия, строителство и транспорт; з) Работодатели и профсъюзи; и) Граждански и човешки права; к) Политически, религиозни и идеологически въпроси; л) Идентичност; м) Външна политика. Всички тези организации по интереси са зависими в една или друга степен от „големите пари“ на едрия бизнес при осигуряване на своето финансиране. Едрият бизнес дори създава неправителствени организации (BONGOs – business organized NGOs), които макар и вербално да са организирани около значими граждански интереси, по същество и в действителност защитават интересите на своя създател, донор. Например, антиядрени граждански движения, разгръщащи застъпнически кампании срещу атомните централи могат да са провокирани и финансирани от фирми, свързани с производството на електрическа енергия от други алтернативни източници – вода, слънце, вятър. Т.е. нещата не винаги са такива, каквито изглеждат на пръв поглед. Погледнати през призмата на капитализма и стремежа към извличане на максимална печалба, те намират своето обяснение.

б) Спрямо кого, пред кого се лобира?

Би трябвало на този въпрос да се отговори ясно – лобира се пред държавни и международни институции, съответно пред избраните и назначени длъжностни лица. Но отговорът не е така еднозначен и очевиден, защото в условията на днешния неолиберален, глобален капитализъм трудно се разграничават обектите и субектите на лобиране. Това е така, защото при информационния лобизъм (обвързаните в информационен обмен лобирани и лобиращи) **обекти и субекти на лобиране често сменят местата си** във времето и в пространството. Ако приемем, че обекти на лобиране са основно депутати и министри и върху тях се упражнява натиск за вземане на решения, то същите тези хора могат да са субекти на лобиране, напр. в полза на България в Брюксел. Отделно от това, в заседанията на кабинета, например, при определяне на неговия дневен ред, както и приоритетите в законодателната програма на парламентарното мнозинство, даден министър се оказва в ролята на лобист в подкрепа на различни управленски политики, за решаване на даден проблем (или отпадане на друг от дневния ред). Този министър често е изразител на интересите на някакво „лоби“ вътре в управляващата партия или на даден отрасъл, сектор в икономиката и т. н. Налице са сложни мрежи от взаимоотношения. А ако намесим в тези мрежи и медиите като среда, където се „произвежда“ обществено мнение в подкрепа или в опозиция на даден проблем, по който предстои вземането на управленско решение, като отчетем водещата роля на конкретни журналисти, главни редактори, собственици и акционери на медии – картината се усложнява още повече. Не бива да забравяме и често срещаната практика министри, депутати и пр. – след изтичане на мандата им, да станат лобисти на големи компании и обратно – крупни бизнесмени да заемат ключови държавни постове.

Важната особеност на информационния лобизъм днес, при която лобирани и лобиращи често сменят местата си, намира израз в метафората за добре смазани-

те „**въртящи се врати**“ (revolving doors) между правителството и корпоративния сектор, между политици и бизнесмени, между представители на висшия корпоративен мениджмънт и структурите на държавното управление (главно изпълнителната власт). Всичко това създава благоприятна ниша за лобизъм.

Характерното за индустриалния капитализъм разграничение между публична и частна сфера днес е преминало в размиване на границите между тях, в тяхното взаимно проникване една в друга. Създават се нови понятия, за да опишат това – напр. „**заинтересовани страни**“ (stakeholders), които се делят на **публични и частни организации**. Ако преди се говореше за държавна намеса в пазара, то днес става дума за взаимна намеса на публични и частни играчи в обществените дела (public affairs).

Ето как описва отношенията между публичния и частния сектор авторът на претърпялата няколко издания книга „Макиавели в Брюксел“ (Изкуството на лобиране в ЕС) холандският професор Ринус ван Схенделен¹. Според него публичната и частната сфери не са два различни свята, а е налице взаимна зависимост между публични и частни организации. Управлението на публичните дела (public affairs management), в рамките на което се разгръща лобизмът (EU Lobbying) покрива именно взаимодействието и взаимната зависимост между публични и частни организации. **Пет са възможните модели на взаимоотношения между публична и частна сфера:**

Първият е моделът на взаимозависимост между двете сфери, между публичния и частния сектор. Ако публичният сектор е територия на правителството, то частният – поле за изява на бизнеса и неправителствените организации като и двата сектора притежават автономия. В ход е обаче обща тенденция към приватизация и дерегулация на публичния сектор. Според този модел двата сектора (сфери) се намесват взаимно с своите дела, макар степените на намеса (респ. автономия) да са различни в различните случаи. Всяка публична организация по отношение на своя доход, подкрепа, информация и ефективност и др. ресурси, пряко или косвено, до голяма степен зависи от частния сектор и обратно. Публичните организации често се намесват в частната сфера, както и частните организации навлизат в полето на публичните. Тази взаимна намеса е променлива величина за различните страни в различни периоди от време.

Така напр. централното правителство във Франция много по-интензивно се намесва в работата на частните организации за разлика от Ирландското например. В Германия и Холандия публичните власти обикновено търпят по-голяма намеса от страна на частните организации, отколкото властите в Португалия например. Схенделен прави извода, че страните – членки на ЕС, са „смесени публично-частни системи“.

Вторият е моделът на публичен интервенционизъм. Тук се акцентира върху намесата на правителството в частния сектор – чрез строго законодателство, поддържано от полиция и съдебна система, както и чрез по-леки намеси като: субсидии, обществени поръчки и пр. привилегии (квоти, преференции). Публичните намеси могат да се проявяват в положителен вариант – като предоставяне на желана услуга, или в отрицателен – отказ от съответна услуга. Много правителства извършват интервенции в частната сфера. Намесите могат да бъдат свързани с управлението на някой социален въпрос, инфраструктура, образование, социални грижи или финансова

¹ Ван Схенделен Р. Макиавели в Брюксел (Изкуството на лобиране в ЕС), С., 2010, с. 33-37.

криза и пр. Всеки акт на намеса винаги е оспорван и не е толкова очевиден. Различните политически идеологии, респ. партии (в състава на правителството), се отнасят по различен начин към публичната (държавна) намеса. Бюрократите се конкурират за бюджет, което ги стимулира да упражняват още по-силна намеса в частната сфера. Понякога се наблюдава и парадокс – самата публична намеса да е резултат от натиска на частните групи по интереси (могъщи лобита).

Третият модел, наречен частен интервенционизъм, е огледален образ на предишния и очертава засилена частна намеса в публичния сектор. Тук вече официално групи за натиск се опитват да получат желан резултат (чрез лобиране) от публичните власти. Фирмите и/или групите по интереси (действащи в сферата на гражданското общество) се намесват в правителствената система (влият върху правителствените решения), за да защитят или популяризират своите интереси. В някои „корпоративни страни“ (най-вече Австрия, в по-малка степен Швеция и Холандия) работодатели и синдикати (организиран труд и капитал) имат формални права да дават становища по отношение на социално-икономическата политика на правителството, които да се вземат предвид от властите. Подобна частна намеса чрез определени групи за натиск се описва като „колективно участие в управлението“. Частната намеса на дадена лоби-група, организация по интереси зависи от: а) капацитета на групата – ресурси, размер, бюджет, персонал, външна подкрепа и др.; б) умение и желание да се да оползотворят възможностите, идващи от правителството; в) справяне с конкурентите; г) компетентност за участие във вземането на решения като заинтересована страна.

Четвъртият модел се описва като публично-частен антагонизъм. Показателни за него са отношения на недоверие, измама, обида и конфликти между двете сфери. В повечето европейски страни антагонизмът е по-скоро скрит, отколкото явен. Той е резултат от местната култура, проявяваща склонност към дисхармония. В някои страни антагонизмът се приема като нормално явление. Понякога той е резултат от недоразумения, а в други случаи се основава на реални конфликти на интереси и причинени щети.

Петият е модел на партньорство между публичния и частния сектор – публично-частно партньорство. Показателни характеристики на този модел са взаимното доверие, сътрудничество, уважение и хармония. Той се основава на общи предпочитания, взаимозависимости и като цяло – на общи интереси. Едно партньорство може да е разменна монета в преговорите, но може и да е акт само на учтивост. В редица случаи партньорството поражда социално одобрение. То често пъти е ограничено във времето и пространството. Напр. местна власт, която разполага със земя, но не и с пари, може да бъде временен партньор на инвестиционно дружество.

С наличието на заинтересовани страни за вземане на определено решение в лицето на публични и частни организации и съответно фигури, трябва да признаем – доста силно се замъглява смисълът на политиката като дейност по обслужване на колективния, общия интерес. Вярно е, че организирани частни интереси могат да лобират в своя защита пред институциите на публичната власт, но само когато тези интереси са в синхрон с обществения интерес – интереса на повечето хора от политическата общност. А как и кой ще определи този синхрон?! Декларациите, че това ще стори законът, сякаш не вършат работа...

Макар все още да има експерти – неолиберали и либертарианци, които да говорят в публичното пространство за предимствата от „свободния пазар“, сериозните анализатори вече не оспорват намесата на държавата в пазара, както и намесата на пазара в държавата. За това свидетелстват и изложените по-горе модели на взаимни намеси във връзка с лобирането. Те отразяват напрежението между капитализма и демокрацията, размиването на границите между публичната и частната сфера, между политическо и административно начало – и всичко това става за сметка на демокрацията и в полза на капиталистическия пазар. Така се появява концепцията за „**новия публичен мениджмънт**“, базирана върху теориите за рационалния и обществен избор, с което се обоснова въвеждането на административни методи на управление, присъщи на частния сектор, в публичния, като по този начин се намалява влиянието на държавата в пазара. На частния сектор се възлагат по-големи надежди (съответно му се осигуряват възможности чрез съответни политики) при предоставяне на публични услуги за гражданите (здравеопазване, образование и пр.), отколкото на публичния.

Новият мениджмънт провокира създаването на независими органи, каквито са *изпълнителните, административните агенции* (Агенция „Митници“, Агенция за обществени поръчки, Агенция за публично-частно партньорство и др.), пред които интензивно се лобира поради относително слабия политически (парламентарен) контрол върху тяхната дейност. По този начин политическото – представително начало, отстъпва място на административното. Така се появява тенденцията от средата на XX в. към „*рационализиран парламентаризъм*“, с което се официално се обоснова надмощието на демократичното управление пред демократичното законодателство. С новият публичен мениджмънт се въвеждат и нови понятия за обяснение на съвременните реалности, например вместо „представително управление“ вече се говори за „ново публично управление“. И всичко това логично произтича от кризата на партийно-политическото представителство, водеща до ръст в лобирането на едрия бизнес, който успешно защитава своите ограничени, „специални“ интереси и пред леви, и пред десни правителства.

в) За какво най-често се лобира?

Краткият отговор на този въпрос също кореспондира с капитализма и накратко звучи така: капиталистите лобират пред държавата за **субсидии, квоти, преференции, обществени поръчки, концесии**. Като казвам капиталисти, имам предвид особено влиятелни и ефективни в това лобиране могъщи групи за натиск (лобита), „групи със специални интереси“, богати частни лица. Лобира се и за граждански интереси и каузи (екологични, потребителски), но това е по трудно и не така успешно.

За да обясня в дълбочина как богатите, капиталистите се възползват от държавата (лобирайки успешно пред нея), ще се позова на теорията за световната капиталистическа система (world system theory¹), разработена от **Имануел Уолърстейн**.² Ка-

¹ http://abuss.narod.ru/Biblio/WS/ws-5000_intro.htm

² Имануел Уолърстейн е професор в Йейлския университет. Бил е директор на Центъра за изследване на икономиките, историческите системи и цивилизациите „Фернан Бродел“, президент на Междуна-

питалистическата по своя характер световна система се състои от три компонента: световен капиталистически център, световна полупериферия и периферия. Според този авторитетен американски автор съвременният „свят-система“ представлява сам по себе си капиталистическа система, за която движеща сила се оказва безграничното натрупване на капитал. Процесът на разпределение на прибавена стойност в процеса на това натрупване в голямата си част е непрозрачен. Налице е и световно разделение на труда при осигуряване на суровини, производство на едни или други стоки и услуги между различните страни и региони в света.

Капиталистическата икономика днес наистина придобива глобален характер. Макар мнозина изследователи твърдят, че съвременната глобализация стартира от 70-те г. на XX век; има и други, според които транснационални пазарни взаимоотношения се появяват още през втората половина на XIX век. Безспорно е обаче, че развитието на съвременните технологии (транспортни, информационни) доведоха до безпрецедентен икономически растеж, което дава основание на множество икономисти (неокласици) да смятат, че този икономически ръст и технологичен прогрес, наречен още „информационна революция“, са резултат от предприемаческата дейност на капиталистите. По същата логика привържениците на неолиберализма и глобализма апелират за премахване на всякакви препятствия пред натрупването на капитал в световен мащаб, което е отразено в императивите на Вашингтонския консенсус.

В рамките на световната капиталистическа система се осъществява и транснационален лобизъм, където най-влиятелни „заинтересовани страни“ – играчи, са държавите от капиталистическия център (начело със САЩ) и транснационалните корпорации. В случая няма да се спирам на този вид лобиране (то е тема на отделно изложение), а ще се концентрирам върху лобирането в национално-държавен мащаб. Уолърнстейн в една своя книга „Край на света – такъв, какъвто го познаваме“¹, изразява полезни в това отношение идеи, с които се солидаризирам.

Днес капиталистите лобират основно пред държавата, тъй като препятствия пред максимизация на техните печалби може да създава основно държавата. Вече стана дума за отношенията между държавата и капиталистите, които имат дълга история и се изразяват в различни версии за намеса/ненамеса на държавата в пазарните отношения. Днес обаче, в условията на неолиберална глобализация, възможностите на капиталистите в лицето на транснационалните корпорации се увеличават неимоверно. В дискусиите за глобализацията все повече се говори за безконтролен глобален капитализъм. Но тази липса на контрол, според Уолърнстейн, е „нож с две остриета“ и той обяснява как се стига дотук и защо.

Предприемачите капиталисти се нуждаят от държава, която да е взаимно обвързана с останалите държави – т.е. да е с ограничен суверенитет, защото силните държави

родната социологическа асоциация (1994–1998 г.). Автор е на множество книги и монографии, между които световноизвестните три тома на „Модерната световна система“, „Капиталистическата световна икономика“, „Анализ на световните системи“ (с Т. Хопкинс и др.), „Динамика на глобалната криза“ (със С. Амин и др.), „Историческият капитализъм“, „След либерализма“.

¹ Валлерстейн, И. Конец знакомого мира (Социология XXI века), перевод с английского под редакцией В.Л. Иноземцева, Москва, Логос, 2004. Оригиналът е: Wallerstein, I. The End of the World as We Know It (Social Science for the Twenty-First Century), University of Minnesota Press, Minneapolis, London, 2003.

диктуват условия на слабите. Такива са отношенията между държавите от капиталистическия център, полупериферия и периферия. А целта на силните е безгранично натрупване на капитал (богатство), поради което капиталистите се нуждаят от свободен пазар. Но това не значи, че не им е нужна политическа власт. Дори такива апологети на капитализма като Милтън Фридман и Айн Ранд никога не са твърдели, че няма нужда от държава – те говорят за „държава – нощен пазач“, чието основно предназначение е защитата на правото на собственост. Държавата е нужна, прозорливо твърди Уолърнстейн, защото не си струва да натрупваш собственост, ако не можеш да я съхраниш.

Извън пазарните операции, предприемачите могат да загубят собствеността си в три случая. Натрупаният капитал може да бъде откраднат, конфискуван или обложен с данъци. Грабежите (кражбите) в една или друга форма си остават вечен проблем. Богатите хора не се плашат толкова от кражбата, отколкото от конфискацията. В до-капиталистическите общества конфискацията е била най-важното икономическо и политическо оръжие в ръцете на управляващите. Затова в последствие практиката на конфискацията се обявява за нелегитимна – за да се защити правото на частна собственост чрез утвърждаване „върховенството на закона“. Според Уолърнстейн, върховенството на закона става необходимо условие за формиране на капиталистическата система. През XX век конфискацията се извършва под формата на национализация. Днес, ако все пак стане дума за национализация, тя се съпровожда с „компенсации“, а в последствие – с денационализация. Принципът на законност (върховенство на закона) осигурява предсказуемост за равнището на очакваните бъдещи доходи, което открива пред капиталистите възможности за по-обмислени инвестиции, носещи им в крайна сметка по-високи печалби.

Що се отнася до **данъчното облагане** – никой не желае да плаща данъци, но капиталистите никога не са се съпротивлявали на едно разумно облагане. За тях това е своеобразна покупка на услуги от държавата (услугата да защитава собствеността им) и те са съгласни да платят възможно най-ниската цена, давайки си сметка, че услугите на държавата не са безплатни. Освен това, твърди Уолърнстейн, установяването на данъци в някакъв размер съвсем не означава, че те ще бъдат платени! Трябва да се признае, че в рамките на столетия ръстът на облагане с данъци нараства. А има ръст, защото се увеличава обемът на предоставените от държавата услуги. Относително високите данъчни ставки са изгодни за крупните капиталисти, защото голямата част от събраните данъци като пари така или иначе се завръщат при тях – данъчното облагане е начин за преразпределение на добавена стойност от трудещите се и от по-малките фирми към едрите капиталисти.

Държавата предоставя на капиталистите редица услуги. Колкото и парадоксално да звучи, първата по важност услуга е „защита от свободния пазар“¹. Уолърнстейн твърди, че „свободният пазар е смъртен враг на натрупването на капитала“. Това е така, защото хипотетичният свободен пазар, пазарът, в който се конкурират множество купувачи и продавачи, притежаващи достоверна информация, би бил ис-

¹ Вж. пак там. Тук и на всички останали места, когато цитирам Уолърнстейн, се позовавам на Част I „Светът на капитализма“ (с. 7-82) и по-конкретно глава IV „Държава? Суверенитет? (дилемите пред капиталистите в преходната епоха)“ – с. 37-47.

тинска катастрофа за капиталистите, особено за най-едрите. Това не се случва, защото „реално съществуващият пазар днес съвсем не е свободен“. Даден производител може да увеличи своята печалба в степента, в която монополизира пазара. Това звучи в противоречие с официалните твърдения на капиталистите и техните говорители, че свободният пазар е несъвместим с монополите. Но според Уолърнстейн, ако дадена операция е изгодна, а монополизираните операции са изгодни по дефиниция, то и други предприемачи, ако могат, ще излязат на пазара, снижавайки цената на една или друга стока. Но само ако могат... Сам по себе си пазарът създава крайно незначителни препятствия за поява на нови играчи. Тези препятствия се изразяват с понятието „ефективност“. Ако новият играч е в състояние да осигури равнище на ефективност, съответстващо на наличния пазар, той ще бъде приет радушно. Реален ограничител на входа на пазара се явява дейността на държавата, по-точно на държавите¹.

Държавите разполагат с различни механизми за промяна на характера на пазарните сделки. Най-очевидни са юридическите рамки. Държавите могат да създават и забраняват **монополи**, както и да установяват **квоти**. Широко разпространени са забраните за определени импортно-експортни операции, и което е по-важно – тук се наемат патентите. Според Уолърнстейн притежателите на монопол се преименуват в притежатели на „интелектуална собственост“, което е несъвместимо с представата за свободен пазар.

Държавата може да създава монополи и с други средства – не така забележими, макар това да не съвпада с официалната реторика. Държавата е способна да деформира пазарните условия. Както е известно, пазарът благоприятства най-ефективните производители, а ефективността се определя от съкращението на разходите за производство на единица продукция. Но държавата може да поеме част от разходите на предприемача, когато реши да предостави съответни **субсидии** за производителите на определени стоки. Тези свои действия държавата обосновава с обществено полезни съображения. Във вътрешен план тя сама преценява кои предприемачи (от кой сектор) да субсидира, но когато се наемат интересите на дадени предприемачи от други държави – картината се усложнява още повече. Въвежданите от държавата **преференции** за даден бизнес имат монополен характер. Затова, по думите на Уолърнстейн, най-големите печалби се извличат с установяване на монопол, а това не може да стане без помощта на държавата. Прякото държавно финансиране на инфраструктурни проекти също е канал за предоставяне на помощ от страна на държавата на определени предприемачи.

Държавата може да попречи на свободното действие на пазарните сили и по друг начин – когато тя се явява основен купувач на националния пазар. Това става чрез **системата на обществени поръчки**. Не бива да забравяме, че най-големите и могъщи държави контролират търсенето на световния пазар и често се оказват монополисти по отношение на най-скъпите стоки – например на оръжие, суперкомпютри и пр.

С разглеждането на всички тези механизми, чрез които държавата променя характера на пазарните сделки, възниква резонният въпрос – как да си обясним твърдение-

¹ Вж. пак там.

то на Адам Смит за вездесъщата „невидима ръка“? Дали това е призив против участието на държавата в създаването на монополи, призив към „ненамеса“ – «laissez faire, laissez passer»? Отговорът на Уолърнстейн е: „Да“, макар и в определени граници, но по-важно е да се обясни защо се издига този призив. Безспорно, монополът може да донесе за един предприемач безмерна печалба, а за други предприемачи – злочастен фалит. По всеки конкретен повод дадени предприемачи се конкурират помежду си на пазара. Тези, които търпят загуби, протестират срещу създадения монопол и преференциални условия за спечелилите от страна на държавата. Така с призива си за „невидимата ръка“ на свободния пазар Адам Смит се явява идеолог, защитник на тези неуспели бизнесмени.

Когато обаче пред същите тези предприемачи се открие възможност да унищожат чужд монопол и да създадат свой, те престават да цитират Адам Смит и предпочитат да спонсорират неоконсерваторите.

Втората по важност услуга, изгода, която получават капиталистите от държавата, е **поддържането на реда**. Поддържането на вътрешния ред означава на първо място овладяване на протестите на ощетените хора на наемния труд. Не става дума само за просто изпълнение на полицейски функции, а за съчетаване на сила, заблуда и компромиси. Либерална е тази държава, в която обемът на силата се съкращава, а ролята на заблудата и компромисите нараства. Подобен механизъм функционира не лошо, но не може да се прилага навсякъде, особено в периферните региони на световната система, където принадлежният продукт е твърде малък, за да може държавата да направи необходимите отстъпки, да заделя средства за работещи и социално слаби. Неоконсерватизмът, който набира сила през 80-те г. на XX в. като идеология, се обявява именно против това подобрение на социалното положение на работниците.

Приведохме доста подробно идеи на Уолърнстейн за това как капиталистите се възползват от държавата за увеличаване на своите печалби, за да обясним за какво най-вече се лобира днес от страна на могъщи бизнес лобита. Но освен да осигурява защита на определени бизнес-интереси, държавата има и друго, при това основно предназначение – да гарантира общия интерес на всички граждани. Именно подкрепата на гражданите придава легитимност на държавната структура. Спечелването на властта и заемането на определени властови позиции, държавни постове (депутат, министър, шеф на агенция, кмет и пр.) зависи както от подкрепата на определени предприемачи (предимно от едрия бизнес чрез финансиране на изборителни кампании), така и от подкрепата на множеството граждани гласоподаватели.

В тази връзка Уолърнстейн извежда на преден план резонния въпрос – кое осигурява легитимност на държавата в капиталистически условия? Според него, очевидно това не е справедливото разпределение на принадлежната стойност, нито пък справедливите закони и тяхното приложение. За да легитимира властта си, държавата умело използва митовете за своя произход, свързани с идеята за обществен договор. Но оттук логично следва друг въпрос – защо хората вярват в тези митове? Много рядко те се поставят под съмнение чрез въстания и революции. От трите типа легитимност, разработени от Макс Вебер, рационално-легалната легитимация на властта в съвременния свят е доминираща и се проповядва преимуществено и естествено от либерализма като идеология. Но защо „властта на закона и бюрокрацията“ се приема

доброволно от мнозинството граждани, независимо от увеличаващите се социални неравенства и появата на социална поляризация?! Налице е ръст на материалното благосъстояние на планетата, но то се концентрира в ръцете на малцина и тези най-богати слоеве все повече се откъсват от средната класа, която постоянно се стопява.

Уолърнстейн дава два отговора на въпроса – защо хората се примиряват с огромните социални неравенства в капиталистически условия, които се заключават в *относителната социална депривация* и *разгръщащата се комодификация*. Макар днес да сме свидетели на голяма бедност, нищета и мизерия на хора, държави и региони в света, сред бедстващите е налице специфична колективна психология за обяснение на бедността. Те размишляват по следния начин: „Ние може да сме бедни или да не сме достатъчно богати, но има други, които наистина са по-бедни от нас“. На капитализма като система е присъща социалната йерархия и именно тази колективна психология легитимира неравенството. Вторият начин за легитимиране на държавата в капиталистически условия е разгръщащата се комодификация. Комодификацията (от англ. commodity – стока) е процес, в който различни видове човешка дейност с течение на времето придобиват парична стойност, разглеждат се като стоки, които се купуват и продават на пазара.

Идеята е обоснована от К. Маркс с понятието „стоков фетишизъм“ и с тенденцията капитализмът като система непрекъснато да се разширява, т.е. да изисква по-нататъшна комодификация. Така капитализмът изтласква и обезценява духовни ценности на човека, замества ги с пазарни, парични ценности. Всичко подлежи на маркетизация и приватизация в днешния неолиберален капитализъм. Именно тази идея (за паричното остойностяване на различни човешки дейности) се възприема от повечето хора. Има и такива, които отказват да живеят под диктата на капиталистическия пазар, но те са малцинство и затова системата е капиталистическа и за момента няма жизнеспособна алтернатива.

г) Къде и как се лобира?

Има множество лобистки техники, но ако трябва обобщим – днес в информационното общество се лобира най-вече **в и чрез медиите**. Лобира се **в и чрез мрежите – в търсенето и намирането на достъп**. Лобирването е технология на достъп до „кухнята на вземане на решения“, до информационни потоци, достъп до специализирано знание и информация. Разнообразните лобистки техники са пряко детерминирани от мрежовото общество (Мануел Кастелс), от съвременния капитализъм, наричан от Джереми Рифкин хиперкапитализъм в епохата на достъпа.

В своята известна книга „Епоха на достъпа“¹ Дж. Рифкин твърди, че основното за новата епоха е радикално променената роля на собствеността. Ако преди капиталистическата икономика се основава на размяна на собственост на пазара, то „в новата ера **пазарите отстъпват място на мрежите, а собствеността** непрестанно бива **изместена от достъпа**“. В новата икономика доставчиците притежават собствеността и отдават под наем или облагат с такса за достъп, абонамент или членски внос нейното

¹ Рифкин, Дж. Епоха на достъпа, Изд. „Атика“, С., 2001.

краткосрочно ползване. Размяната на собственост между продавачи и купувачи отстъпва място на краткосрочния достъп, осъществяван между доставчици и клиенти, намиращи се в мрежова връзка. В мрежовата икономика – както материалната, така и интелектуалната собственост са по-скоро предмет на достъп, отколкото на размяна. Интелектуалният капитал е движещата сила в епохата на достъпа. Понятията, идеите и образите, а не материалните неща са истинските обекти със стойност в новата икономика, а актуалните фигури вече са не продавачи и купувачи, а доставчици и потребители на достъп до важни идеи, познания, компетенции.

Тезата, че собствеността се измества от достъп може да се оспори, защото в днешно време голямата част от доходите на гражданите и техните семейства дори в САЩ и ЕС отиват за закупуване на някаква собственост в класическия смисъл на думата. Освен това чрез „достъпа“ ние всъщност купуваме с парите си и получаваме някаква собственост, която ни принадлежи. Но всички ние не сме лобисти и капиталисти – лобирането е елитарен бизнес, а капиталистите не са толкова много. Теорията на достъпа е подходяща за анализ на лобирането като капиталистически феномен.

В епохата на достъпа **лобистите** са едни от **доставчиците на интелектуален капитал, на консултантски, посреднически услуги**. Те притежават важни за своите клиенти знания и компетентности, ценна експертиза за същността, съдържанието и процедурите на политическия процес. Те знаят кои институции и длъжностни лица са важни за клиента и умеят да убедят ключовите фигури да вземат съответно решение. Дейността им е високоплатена, защото допринасят за увеличаване на печалбите и собствеността на капиталистите – клиенти на лобистки услуги.

Метаморфозата от промишлено производство към културен капитализъм се придружава от преход от трудова към игрова етика. В промишлената ера трудът е стока, а в епохата на достъпа **играта** се превръща в стока. В това число – политическата игра. Затова днес се говори за демократична политическа игра, в която участват различни **играчи**, актьори. Такива играчи (заинтересовани страни), държащи различни залози (ресурси), са както държавните институции (длъжностните лица), така и групите за натиск (професионалните лобисти).

Днес, според Рифкин, когато пазарите отстъпват място на мрежите, микроелектроника, компютри и комуникации са обединени в една интегрирана комуникационна мрежа, обхванала целия свят. (Това твърдение не бива да се приема за аксиома, а да се допълни с дискусия на въпроса „Дали пазарите „отстъпват място“ или разширяват територията си при неолибералния глобален капитализъм?“.) Съвременните технологии правят възможен нов начин на водене на бизнес в мрежите. **Лобирането също се осъществява в мрежата** (мрежите), а не е локализирано в кулоарите на парламента, например. **ИНТЕРНЕТ** (най-важната глобална мрежа) не е обект, не е нещо свързано с представата за собственост, не е и организация. Никой не го притежава, никой не го ръководи. Интернет е просто „Свързаните Компютри на Всички“¹. Лобира се **във и чрез различни медии** – стари и нови. Най-важната нова медия отново е Интернет. Съвременното лобиране е взаимноизгоден обмен на информация между лобирани и лобиращи, ефективна **технология на достъп** до киберпространството.

¹ Пак там, с. 21-22.

Все още обаче, не бива да „отписваме“ географското пространство, имайки предвид представителните офиси в Брюксел на големи транснационални компании, европейски бизнес и граждански асоциации, региони и пр. Освен електронни мрежи, има и други мрежи, „политически мрежи“, в които лобизмът се разгръща с пълна сила и за които ще стане дума по-нататък в изложението.

В новата глобална, информационна епоха **лобирането** може да се разглежда и като **алтернативна и допълваща форма на парадипломация**.¹ То се асоциира с неформални (лични) контакти на държавни и наддържавни власти (на ключови фигури в тях) с представители на различни недържавни субекти (играчи). Такива субекти (лоби групи) се явяват, например, ТНК, международни НПО, различни социални, национални, етнически и пр. движения, които осъществяват комуникации (неформален обмен на информация, мнения) с официалните власти в рамките на различни мрежи с цел упражняване на лобистки натиск при водене на преговори и съгласуване на различни интереси.

Идеите и образите са онова, което се продава в новата мрежова икономика, според Рифкин. Ако промишлените пазари се характеризираха с размяна на вещи (стоки), мрежовата икономика се характеризира с достъпа до понятия, облечени в материални форми. (Стоково-паричните отношения не са изчезнали, а само се допълват с отношения на достъп, защото днес почти всичко е стока – дори духовни дейности и човешки отношения). Новото е, че стоковият фрайчайзинг е изместен от „фрайчайзинг на достъпа“ – по-важна е търговската марка, идеята, отколкото самото производство и респективно продажба. Но въпросът, който си струва да зададем, е – за кои части на света се отнасят тези новости и за кои хора? Огромната част от световното население все още се интересува от цената на стоката, а не от марката. Но, така или иначе, едно малцинство в съвременния свят се интересува от марката. Фирмата „Найк“ за маратонки е прекрасен пример за това – тя продава понятия (най-жадуваната маратонка на света), разработвайки само дизайна, а други анонимни фирми (в мрежа) произвеждат, продават, разпространяват². По същата логика **глобални, регионални и национални „мозъчни тръстове“** (think-tanks) **създават понятия** – понятия за пазарна икономика, за либерална демокрация, за демократичен преход и предлагат експертиза (във вид policy papers) на институциите, опитвайки се да повлияят върху техните решения. Тези така нар. експерти, анализатори, оформят подходящо за клиента обществено мнение, влияят върху публиката чрез коментарите си в медиите по въпроси от актуалния политически невен ред, което по същество е лобиране.

В постиндустриалното общество услугите до голяма степен са засенчили производството на стоки и са станали движеща сила на капитализма в САЩ и Западна Европа. Услугите не са собственост – те са нематериални и невидими. Те се изпълняват, а не се произвеждат. Те съществуват само в момента, в който се извършват. Не могат да бъдат задържани, натрупвани или наследявани. Ако продуктите се купуват, услугите се предоставят. В една икономика на услугите това, което е превърнато в стока, е човешкото време, а не местата или предметите. Услугите винаги пораждат взаимо-

¹ Вж. повече за това **Генов, Г.** Предизвикателства и тенденции в прехода към нова дипломация, УИ „Стопанство“, С., 2010, с. 33-49.

² **Рифкин, Дж.** Цит. съч. с. 55.

отношение между хора в противоположност на взаимоотношението между човека и вещта. Достъпът на хората един към друг като обществени същества става все повече опосредстван от парични отношения.¹ В икономиката на услугите *лобизмът се третира като услуга, осигуряваща платен достъп до вземащите решения*.

Лобирането в защита на бизнес интереси в Европейския съюз най-добре се обяснява чрез теорията за достъпа – търсене и предлагане на достъп и свързаните с него блага, ползи (theory of supply and demand of access goods)². Погледнато през тази призма, лобирането в ЕС е процес на обмен на информационни ресурси между бизнес лобита и евроинституции, между професионални лобисти и европейски служители. Бизнесът предлага на евроинституциите определена информация, от която те се нуждаят, за да изпълняват своите функции, срещу която получава достъп до процеса на вземане на европейски решения. Така бизнес-лобитата и евроинституциите се разглеждат като две заинтересовани страни, които си разменят взаимно полезна информация. Бизнесът (частният сектор) предлага три вида информация срещу достъп до благоприятно за него европейско законодателство, а именно: 1) Експертни знания за състоянието и спецификата на европейския пазар; 2/ Информация относно обхвата на европейския интерес; 3/ Информация за интересите на страните членки.

Осигуряването на **достъп чрез включване** на организирания бизнес до европейския политически процес намира израз в следната китайка пословица: „Кажи ми – и аз ще забравя; покажи ми – и аз ще си спомня; включи ме – и аз ще разбера“. Включването на значимите бизнес интереси води до установяване на относително стабилна и управляема мрежа на взаимоотношения, взаимозависимости и посредничество между бизнес групи и европейски институции. Тази мрежа непрекъснато се институционализира под формата на взаимноизгодни консултации³. Оттам ключова характеристика на европейското лобиране е консултирането – **лобиране чрез консултиране**⁴. Макар и огромно като количество, доброто качество на европейското законодателство изисква консултации на европейските институции с организирания бизнес и граждански интереси. За целта се създават специални консултативни органи – комисии, комитети и пр. към Европейската комисия и съответно европейски практики в областта на така нар. „комитология“.

В новите постмодерни условия на културен капитализъм, според Рифкин, протича реструктуриране на човешките отношения около принципите на достъпа. **Вместо субекти и обекти – на преден план излизат играчите**. Играчите като нов човешки архетип предпочитат да ги възприемат като творчески, а не трудолюбиви личности, свикнали са на временна заетост, „мислят повече в образи, отколкото с думи“, за тях светът е сцена, а собственият живот – поредица от представления; отъждествяват потребителския си манталитет с демокрацията, прекарват голяма част от времето

¹ Пак там, с. 95.

² P. Bouwen, Exchanging Access. Goods for access: A Comparative Study of Business Lobbying in the European Union Institutions, European Journal of Political Research, Vol. 43, № 3, May 2004, p. 337-369.

³ Lobbying the European Union (institutions, actors, and issues), Ed. by David Coen & Jeremy Richardson, Oxford University Press, 2009.

⁴ За спецификата на европейското лобиране чрез консултиране вж. повече в Цакова, И. Лобизмът (цикъл лекции), Изд. Д. Яков, С., 2010, с. 306-314.

си в киберпространството. Техният свят е свят на мрежи, а достъпът е това, което има значение.¹ В електронния свят на комуникациите субектите и обектите отстъпват място на възлите и мрежите, а структурата и функциите се подчиняват на процеса. Печатната книга (текстът) е продукт, а хипертекстът е процес. Първото се поддава на продължително притежаване, докато второто е по-подходящо за достъп на кратковременна основа. За новите играчи в новата мрежова икономика е толкова важно да имат достъп до множество вериги, да бъдат свързани, колкото важна е била автономията и притежаването на собственост в предишната пазарна икономика².

Лобистите се третират като такива **постмодерни играчи**. Много от идеите на Рифкин прилягат към постмодерния портрет на лобистите. След като светът според постмодернистите е човешка конструкция, лобистите участват в нейното създаване чрез оформяне на мнения и писане на сценарии, лобистки стратегии, а не толкова в разкриването на обективни истини. Още Хосе Ортега-и-Гасет отбелязва, че има толкова действителности, колкото и гледни точки. По тази логика различните лобита и наетите от тях лобисти предлагат своя гледна точка, своя интерпретация на обществен интерес, която да залегне в съответно законодателство. Действителността следователно е функция на езика, който използваме, за да я обясним, опишем и да си взаимодействаме с нея. В постмодерния свят историите (разказването на истории, сценарии, анализи, прогнози, малки разкази) стават много по-важни от фактите и цифрите. Затова от изключителна важност е кой съчинява тези разкази. Това са професионалисти – политолози, социолози, икономисти, юристи и пр. анализатори, които срещу солидно заплащане предлагат високо специализираните си услуги по разработване на съответни лобистки стратегии.

Постмодерният свят се състои от мрежи и превърнати в стока отношения. Държавата се разглежда като мрежа (Кастелс), Европейският съюз също може да се представи като мрежа, където системното мислене, работата в екип и изграждането на консенсус са част от мрежовия етос. Именно мрежовият метод на организация води до атмосфера на театралност (“Светът е сцена...!”), а оттам и политиката започва да се възприема като театър. На политическата сцена се извяват различни актьори (играчи), разиграват се спектакли, разработени от политически сценаристи и технолози. Част от тях са лобистите – консултанти, съветници, посредници и помощници, предлагащи приложно знание и експертиза на институциите (държавни и международни) в интерес на свои клиенти – най-вече крупни капиталисти.

В промишлената, модерна епоха политическите нагласи се простират от дясно на ляво в зависимост от наличието на класова борба, на богати, бедни и средна класа, а проблемите, които запълват политическите програми на левицата, десницата и центъра гравитират около въпросите кой да контролира средствата за производство и как да се разпределят плодовете на човешкия труд. В епохата на достъпа, според Рифкин, политиката по линията ляво-дясно се измества от една нова социална динамика в условията на културен, хиперкапитализъм, в който животът е платено преживяване. Говори се за ново „културно ляво“ и „културно дясно“, а на пазара (в това число

¹ Рифкин, Дж. цит. съч., с. 200-212.

² Пак там, с. 221.

политическия) се възцарява полезността и прагматизмът. Макиавели отново става на почит, а лобизмът директно се свързва с политически реализъм и прагматизъм. Специалните интереси на едрия капитал са еднакво добре защитени чрез лобиране и по време на леви, и на десни управления (правителства).

Все пак, не бива да забравяме, че само около 1/4 от населението на света се преселва в киберпространството и преминава в отношения на достъп, а останалите 3/4 **от човечеството** все още са впримчени в света на материалния недоимък. За **бедните** животът си остава всекидневна борба за оцеляване и придобиването на собственост е главно занимание или далечна цел. Тези хора **не се занимават с лобиране** и това е също продукт от развитието на капитализма.

И за да бъдем още по-конкретни и пределно ясни в отговора на въпроса кой и как лобира най-успешно в своя защита в условията на днешния хиперкапитализъм – това е така нар. „**нетокрация**“. Тя обхваща около 50 милиона души, т.е. по-малко от **1% от световното население**, които формират така нар. „Давоска култура“. Те контролират фактически всички международни институции, много от правителствата в света и преобладаващата част от световната икономика и военните дела. В рамките на „нетокрацията“ са и мозъчните тръстове (think-tanks), които предлагат рецепти за политически решения. Тази „нетокрация“, тези нови елити, разполагащи с власт в мрежите, без да се избират на политически постове, имат силата да променят света¹.

д) Трудности при регулацията на лобистките дейности

От изложението до момента стана ясно, че основна сфера на лобистки интерес е държавната намеса в пазара, както и намесата на пазара (на могъщи бизнес групи) в процеса на вземане на решения. Лобира се най-вече за обществени поръчки, за получаване на концесии, за различни форми на публично-частно партньорство, за признаване на даден отрасъл за приоритетен, за протекционистична и антипротекционистична политика на държавата в даден сектор, за сключване на търговски договори с други държави и транснационални корпорации и пр. Всичко това става чрез приемане на съответни нормативни актове в демократични условия с отчитане на обществения (националния) интерес.

Осигуреното върховенство на закона в една правова държава разграничава лобизма (като легална, легитимна и публична дейност) от корупцията, конфликта на интереси, търговията с влияние и пр. Регулирането на лобистките дейности обаче е придружено със сериозни трудности, които произтичат от самата природа на капитализма.

Днешният глобален капитализъм работи срещу политическата демокрация чрез размиване на границите между публично и частно и създаване на възможности при определени обстоятелства да се дава приоритет на частното пред публичното. Анализирайки в случая лобизма във връзка с капитализма, аз заемам страната на общия интерес, а не на специалните интереси и затова размишлявам върху

¹ Вж. Динков, Д. Неидентичности в постмодерния свят (отвъд парадигмите на конвенционалното разбиране за международните отношения); Авангард Прима, С., 2011, с. 116-117.

трудностите пред неговата регулация, тъй като без законови органичения понякога (доста често) определени лобистки дейности сериозно накърняват, засягат общия, публичния интерес, интересите на всички. Егоистичните частни интереси, ориентирани към печалба, трябва да се обуздават чрез закона поради създаването се масово впечатление, че благата (материалните блага) отиват преимуществено в частни ръце, а за обществото, за мнозинството граждани – остават по-скоро беди (социални беди, а не блага)¹. Макар да се говори, че чрез днешната (уж демократична) политика се осигуряват обществени, публични блага за гражданите (впрочем, от позициите на така нар. „нов мениджмънт“ частният сектор, а не държавата е в състояние да осигури по-качествени публични услуги), много са основанията да се смята, че чрез политиката (чрез различните политики, наречени публични) всъщност се разпределят социални беди, а не блага, а печеливши при това се оказват тесен кръг политики и бизнесмени, оплетени в лобистки взаимодействия. Искам изрично да подчертая, че лобирането за частни интереси може да е в синхрон с общия интерес, с неговото отчитане и зачитане, но може и драстично да го накърнява – особено в страни с „редуцирана демокрация“ и парализирана съдебна система², което води до олигархия, плутократия и управление в сянка.

Впрочем, още през 70-те г. на XX в. Хана Аренд³ говори за съмнителната репутация както на лобистите, така и на политиките в САЩ, която според нея е напълно заслужена, защото групите за натиск (особените интереси) имат демократичното право да влияят в своя полза върху властите във Вашингтон, а достатъчно силното им влияние дава основание да бъдат наричани „помощно правителство“. Тя допълва още, че броят на регистрираните лобисти далеч надхвърля броя на конгресмените, което не е маловажно, защото оказването на такава „помощ“ не е предвидено в конституцията и не се извежда от свободата на сдружаване като форма на политическо действие. Тези размишления на Хана Аренд звучат особено актуално днес в условията на масови разочарования от политиката и политиките, в условията на безконтролен глобален капитализъм и неолиберализъм, когато лобистките дейности бележат неимоверен ръст, а професионалните лобисти, съветници и консултанти се възприемат като доставчици на професионална експертиза за институциите, които им „помагат“ да формулират управленски решения в името на общия интерес.

Ако лобистките дейности не са публични, легални и легитимни, те не бива да се наричат лобизъм, а корупция, конфликт на интереси, търговия с влияние и пр. Професионалният лобизъм е станал необходима част от съвременната политика поради нарастващата сложност и динамика на процеса за вземане на политически решения, изискващи експертиза и професионализъм. А освен това ожесточената конкуренция на световния пазар между различни капиталистически играчи изисква съответна консултантска експертиза. За това броят на професионалните лобисти непрекъснато расте както във Вашингтон (над 30 000 души), така и в Брюксел (над 15 000 души),

¹ Спасов, Д. Есе за гражданското общество // Философия и социология на XXI век, Изд. 3. Стоянов, С., 2007, с. 519-531.

² Вж. Пиргова, М. Две тези по проблема за редуцираната демокрация в България – 2010 г. Политическите науки в УНСС – с лице към бизнеса, съст. И. Цакова, Изд. Сиела, С., 2011, с. 109-120.

³ Аренд, Х. Насилие и политика, „КХ“, С., 2007, 214-215.

независимо че дейностите им са съпроводени с масови подозрения за корупция. Дискусията за юридическата и етическата регулация на лобистките дейности в момента се разгръща с пълна сила, особено на равнище ЕС.

Концепцията за **правова държава** се превръща в определяща характеристика на политическата демокрация. След като е очевидно, че съвършена демокрация не съществува, вниманието се концентрира върху правните гаранции за осигуряването на обществения интерес чрез предефиниране на системата за посредничество и комуникация между управляващи и управлявани. Процесите на демократизация и динамиката на реформи изискват непрекъснато позоваване на правовата държава. Тя се е превърнала в необходим етикет на всяко политическо действие, опорна точка и източник за оправдание на действията на различни политически актьори. Днес е налице отчетлива тенденция за все по-голямо обвързване на демокрацията с правовата държава, чрез която се гарантират както правата на гражданите, така и спазването на определени правила от страна на публичните власти. Утвърждаващото се ново схващане за демокрацията гласи, че управляващите (макар и избрани с мнозинство) не са всесилни и техните действия трябва да бъдат контролирани от съдебни магистрати (вкл. конституционни съдии) на основата на определени норми. Макар правовата държава да е условие за демокрация, тя сама не може да я гарантира. Нужни са още „поддържащи условия“, каквито са волята за демокрация и демократичната култура.¹

Независимата съдебна власт приема нови форми в началото на 90-те г. на XX век, когато магистратите в много западноевропейски страни се заемат с преследване на политическа корупция. Ярکو свидетелство за това е операция „Чисти ръце“, осъществена през 1992 г. в Италия от малък екип съдии в Милано, както и подобни действия на няколко съдии-следователи във Франция във връзка със скрито финансиране на политически партии. Може би не случайно именно през този период – 90-те г. на XX век – в Европейския съюз стартира процес на интензивно лобиране...

Акцентът върху правовата държава се поставя до голяма степен, за да запълни дефицита от демократична легитимност на управлението и от кризата на партийно-политическото представителство. Чрез повишената роля на съда се ограничава властта на избраните с мнозинство правителства. Към това допълнително се създават независими регулаторни агенции (институции, инспекторати), които да осигурят по-добра защита на индивидуални права и групови интереси. Всъщност, чрез механизмите на правовата държава се контролират както политици, така и лоби групи и лобисти на базата на предварително оповестени правни норми. Като пример за подобен контрол могат да се посочат както публичните регистри на доходите на лица, заемащи висши държавни длъжности, така и публичните регистри на организации по интереси и професионални лобисти, които съществуват в отделни държави.

Лобирането (комплексът от различни лобистки дейности) се регулира юридически (чрез задължителни правни норми) и етически (чрез препоръчителни етични правила). **Регулацията става по три начина:** а) чрез специален закон върху лобистката материя. Такъв е случаят в САЩ, където действат два закона: Закон за публичност на лобизма (Lobby disclosure Act, 1995) и Закон за честно лидерство и открито

¹ Хелд, Д. Демокрацията и глобалният ред, Изд. „Критика и хуманизъм“, С., 2004, с. 232.

управление (Honest Leadership and Open Government Act, 2007)¹; б) чрез публични регистри, зелени книги, етични кодекси и др. в европейските страни и ЕС; в) чрез правни норми в рамките на други закони (като Закон за обществените поръчки, Закон за политическите партии, за концесиите, за публично-частното партньорство, за икономическия и социален съвет, за достъп до обществена информация и др.

Освен концепцията за правова държава, днес на преден план е издигнат и **принципът за публичност и прозрачност** в обществения живот. Това е предизвикано от възхода на политическата комуникация, който също е резултат от кризата на политическото представителство. Изборите днес вече не са достатъчни, за да придадат легитимност на управляващите и затова те са принудени постоянно да обясняват пред публиката целесъобразността на своите действия. Легитимността трябва непрекъснато да се печели чрез приобщаване на гражданите към провежданите политики. С други думи: вместо представителство – комуникация. След като партиите губят своята автентичност и не представляват широки социално-групови интереси, съобразно класовата ос между труд и капитал от времето на ранния капитализъм, след като разликата между лявото и дясното в политическия и идеологическия спектър сякаш е заличена, на съставените след избори правителства и политици се налага да обясняват на гражданите, че вземаните от тях решения са в интерес на мнозинството. С развитието на политическата комуникация се преобразуват и начините на политическа легитимация с цел насърчаване на демократичната логика.² А това става чрез повече публичност на действията на политици и администратори, повече публичност на лобистките влияния, упражнявани върху тях.

Ще открия **три основни причини** за изключително затруднената юридическа регулация на лобирането днес:

Първата е безконтролният глобален капитализъм. Макар да стана ясно след световната финансова криза от 2008 г., че Вашингтонският консенсус вече не работи, друг световен консенсус за момента не е постигнат. В момента се оформят новите правила на новия световен ред в един полицентричен свят. Днес в глобален план липсват правила за разграничаване на спекулативни от легитимни инвестиции. Няма демократично публично право, действащо на глобално равнище (Д. Хелд), което затруднява функционирането на правовата държава в национален мащаб, респ. на правно регламентиран лобизъм. Налице е само глобален пазар и световна капиталистическа система.

Разгърналите се процеси на глобализация поставят предизвикателства пред демократичната политика в един свят на сложно взаимно преплитане на локални, национални, регионални и глобални отношения и процеси. Още след Втората световна война се разрастват международните и транснационалните организации, като се започне от ООН, МВФ, СБ и се стигне до „специалните лоби-групи“ и социални движения. Днес все по-трудно се прави разграничение между външни и вътрешни дела, между международна и вътрешна политика, а държавата става разпокъсана арена на изработване на политика, проникната от международни групи (правителствени и неправител-

¹ <http://lobbyingdisclosure.house.gov/>

² Вж. **Шевалие, Ж.** Политически институции, УИ „Св. Кл. Охридски“, С., 2010, с. 262-269; 290-294.

ствени), както и от вътрешни агенции и сили¹. Съвременната глобализация е белег на успешен капитализъм, експлоатиращ в името на печалбата онова, което преди е било общо притежание – природа, море, земя и пр. Глобалната епоха е нелинеен период на историческа промяна, фундаментален социален и културен прелом с отворен финал, с множествена логика на развитие, без определена посока и цел.²

Лобитата все повече изместват партиите в условията на глобализация при „правенето“ на съвременната политика, която се характеризира с дълбоко противоречие между два принципа: „представително-лобистки принцип“, осигуряващ защита на финансово влиятелните групови интереси, и „принципа на националното единство“, изискващ подчинение на различните групови интереси на цялото, на националния, обществен интерес³. Ролята на лобизма като израз на ограничено политическо представителство се повишава и стимулира икономизация на политиката и нейната прагматизация. Така „идеологията за края на идеологията“, по думите на Бауман⁴, прави впечатляваща кариера, за да прикрие огромната пропаст между бедни и богати (хора, страни и региони) в глобалната епоха.

Л. Търоу в своята книга „Бъдещето на капитализма“ окачествява днешния свободен (в смисъл безконтролен) световен пазар като „капитализъм на оцеляването на най-пригодените“. При кризата на социалната държава и на партийната представителна демокрация изборите, според него, се превръщат в популярни проучвания на общественото мнение, които се въртят около тривиални въпроси и зависят от това кой кандидат изглежда по-добре на телевизията. Хората започват да разглеждат „изборите като смяна на една група мошеници с друга група мошеници“, защото вече не се предлагат идеологически алтернативи – консервативните партии нямат визия за бъдещето, то е оставено на пазара, а левите партии имат утопични и често непостижими визии⁵.

За друг авторитетен автор, Дейвид Хелд, днешната демокрация е възплътена в социално-икономическата система, която предоставя „привилегирована позиция“ на някои бизнес интереси, а държавата не е в състояние да бъде неутрален арбитър между различните социално-групови интереси. Оказва се, че капитализмът не може да бъде демократизиран. Затруднено е действието на правовата държава и равенството пред закона, но, така или иначе, днес изглежда няма жизнеспособна алтернативна икономика на капитализма, което не означава, че няма да се появи такава. Капитализмът има както силни, така и слаби страни. Нужно е пазарната система да бъде укрепена в „снопове от права и задължения“ на „демократично публично право“. Параметрите на политическа намеса в пазара трябва да се уточняват в процеса на публично обсъждане, а привилегированите бизнес лобита в своята дейност трябва да спазват определен „баланс между демократична и пазарна дисциплина“⁶. Известен

¹ Хелд, Д. Демокрацията и глобалният ред (от модерната държава към космополитно управление), „Критика и хуманизъм“, С., 2004, с. 11; с. 139-140.

² Вж. Олброу, М. Глобалната епоха (Държавата и обществото отвъд модерността), Изд. „Обсидиан“, С., 2001., с. 130-135.

³ Вж. Панарин, А.С. Политология, учебник на МГУ, М. „Проспект“, 1999, с. 24.

⁴ Бауман, З. Общността (търсене на безопасност в несигурния свят), ЛИК, С., 2003, с. 151.

⁵ Вж. Търоу, Л. Бъдещето на капитализма, Изд. „В. Люцканова“, С., 2000., с.362-416.

⁶ Вж. Хелд, Д., цит. съч. с. 356-360; 364.

оптимизъм в тази посока вдъхва демонстрираната загриженост на Европейския съюз относно социалните условия на пазара.

И всичко това се случва, защото капитализмът като икономическа система е най-добрата от всички възможни до момента, което обаче не значи, че е съвършена. Просто свободният пазар се оказа либерална утопия, а заклеияването на държавната намеса не сработи. Апологетите на либерално-демократичния капитализъм не можаха да обосноват „края на историята“. Неолиберализмът се обявяваше против държавната намеса, но е факт, че за да излезе от финансовата криза (2008) Федералният резерв на САЩ се намеси в помощ на фалиращи банки и големи компании, помагайки им със \$700 милиарда – пари на американските данъкоплатци. Така че държавата се намеси, за да спаси капитализма и капиталистите. В този смисъл не съществува неутрален пазар, тъй като във всеки частен случай координатите на пазарното взаимодействие неизменно се регулират от политически решения¹, които са плод на нечие лобиране. Днес въпросът не е в това нужна ли е държавна намеса, а по-скоро – каква държавна намеса е нужна? И в полза на кого ще е тя? Затова и няма обективна „експертна“ позиция – всеки експерт заема политическа страна и решава в полза на кого да се вземе дадено решение и чии интереси да бъдат удовлетворени – например, на кредитополучателите или на предлагащите кредит. Очевидно е в полза на кого по-често се прави този избор.

Днес можем образно да говорим за два вида транснационален лобизъм – единият, базиран на световния капиталистически пазар, и другия – на зараждащото се световното гражданско общество. Транснационалният корпоративен лобизъм има надмощие над гражданския. Емблемата на първия са принципите на неолиберализма и Вашингтонския консенсус, а лозунгът на втория е „Възможен е един друг свят“ – свят на такава глобализация, от която да печелят всички, а не малцина. Световният икономически форум вече има вече своя (макар и засега крехка) контратежест – Световния социален форум.

Втората предпоставка за трудностите пред юридическата регулация на лобирането е *съвременната постмодерна ситуация*. В нея лобирането се третира като постмодерна смес от легални, сенчести, полусенчести дейности, което прави изключително трудно, дори невъзможно да се разграничава лобизъм от корупция, от конфликт на интереси, организирана престъпност и управление в сянка. Лобитата като постмодерни политически играчи разчитат на интерпретацията, на симулацията (това става главно в медиите), а не на репрезентацията на определени групови интереси. Постмодерният релативизъм, за разлика от модерния рационализъм, подлага всичко на интерпретация – важни са не толкова социалните факти, колкото интерпретацията им. Драматичното е, че лобитата интерпретират закона в своя полза, търсят, дори залагат „вратички“ в него, като по този начин заобикалят нормите и ги обезсмислят. Тревожна е постмодерната тенденция за приватизация на властта, която може (казано доста условно) да доведе до „приватизация на държавата“ от влиятелни финансови лобита.

¹ Вж. **Жижек, Сл.** Размышления в красном цвете: коммунистический взгляд на кризис и сопутствующие предметы, Москва: Издательство „Европы“, 2011.

Затова и доста декларативно звучи твърдението, че лобирането е съвкупност от легални и публични дейности. Такова то трябва да бъде, но на практика не е! Затова в масовия дискурс лобирането е равнозначно на корупция, затова употребата на лобистка лексика е подвеждаща и не прецизна. Постмодерната ситуация налага разграничаване на дескриптивен, прескриптивен и праксеологичен анализ на лобизма.¹

Липсата на законова база с глобално действие, а не само в междудържавните отношения, води до наличие на „двойни стандарти“ в световната политика – до ситуации от типа западни държави да упражняват демокрация у дома и империализъм зад граница. По тази логика и при лобизма са налице двойни стандарти. Много често едно действие в даден случай (ситуация, контекст) се окачествява като лобиране, а същото това действие в друг контекст – за корупция. Затова и трудно се изработва и прилага стриктна юридическа регулация на лобистките дейности.

Лобизмът в постмодерен план е хибридна смес, в която се сливат, смесват, пресичат, припокриват различни елементи. Доста често дадена социална практика започва като лобизъм, а се изражда в корупция. Хибридността означава смесване на явления, които обикновено се смятат за различни и отделени едно от друго, при това – не просто смесване, а сливане, припокриване. Така дадено лобиране може да е мимикрия, маска на нещо друго – нерегламентирани действия, подкуп, „обръч от фирми“ и пр. Под маската на законово регламентирано лобиране може да се упражняват корупционни практики. Практикуващите винаги ще твърдят, че лобират, а не че дават подкупи. Лобизмът днес е безспорна смес от законни и публични действия, от една страна, от сенчести и полусенчести практики – от друга, и от трета страна – от маркетингови и немаркетингови технологии на политическа комуникация: реклама, пропаганда, PR и др. За изследователите на лобизма остава задачата за всеки конкретен случай да изясняват какво е съотношението между компонентите на тази смесица.

И **третата причина за затруднената нормативна регулация** на лобистките дейности е **наличието на влиятелни политически мрежи**, обвързващи лобирани и лобиращи, заинтересованите държавни и недържавни играчи – институции и отделни личности, действията на които не подлежат на юридическа регулация, защото отношенията между тях са неформални и в повечето случаи не са публични.

Както професионалният лобизъм е преди всичко американско изобретение, така и политическите мрежи (policy networks) възникват в САЩ, за да обозначат хоризонтални, но относително институционализирани контакти между *законодатели* (ключови фигури в парламентарните комисии) и представители на заинтересовани *групи за натиск*. Те се отъждествяват с метафората за „двамата крака“ на властта, като се има предвид, че *административните агенции* са „третият крак“. По този начин се оформят своеобразни „железни триъгълници“², а асоциацията с „железния закон на олигархията“ – Р. Михелс, е очевидна.

Според българския автор *Достена Лаверн*³ първите мрежи възникват в САЩ през втората половина на XX в., обединявайки големия индустриален капитал, държавния

¹ Вж. по-подробно **Цакова, И.** Лобизъм и демокрация, Изд. „Авангард-Прима“, С., 2005, с. 77-147.

² **Heywood, A.** Politics (third edition), Palgrave Macmillan, 2007. p. 305; 432.

³ **Лаверн, Д.** Експертите на прехода (Българските think-tanks и глобалните мрежи за влияние), Изд. „Изток-Запад“, С., 2010.

елит и университетския свят и благодарение именно на тях в страната се извършва успешна индустриализация. Според нея, понятието 'мрежа' и реалността 'мрежа' бележат значително развитие след края на Студената война, за да обозначат появата на „глобално гражданско общество“, което да преодолее старите противопоставяния между двата свята (капиталистическия и комунистическия), между лявото и дясното – с цел деполитизиране на социалните дебати чрез вкарване в тях на теми без лъв или десен привкус, а именно: правата на човека, равнопоставеност на половете, екологичната тема и пр. Според нея мрежите размиват границите между: национално и международно, обществено и частно, индивидуално и институционално, вътрешно и външно, което звучи доста тревожно. Именно това размиване затруднява юридическата регулация на лобистките дейности.

Според *Мануел Кастелс*, известния изследовател на мрежите и мрежовото общество, държавата днес също може да се разглежда като мрежа. Кризата на националната държава в епохата на глобализация е всъщност криза както на „националната“, така и „социалната“ държава като ключов фактор за управление на живота на гражданите в условията на глобални пазари и глобални комуникации. Според Кастелс, националната държава не изчезва, а се адаптира чрез намиране нови връзки с обикновените хора по пътя на децентрализацията – делегиране на правомощия на регионални и локални власти, на неправителствени организации, чрез откриване на нови източници на легитимация, базирани върху идентичността. А освен това държавата споделя своя суверенитет, делегирайки правомощия на наддържавни институции, повишавайки общите шансове за управление на глобализацията. Свидетели сме на появата на нова държава – мрежова държава в информационната ера, която е ефективна, макар че принципът на нейната легитимност е с неясни очертания и доста замъглен, тъй като вниманието е насочено към множеството идентичности, към различни райони, разнообразни интереси на различни партньори в съответни суб- и супранационални институции¹. В своя забележителен тритомник: „Възходът на мрежовото общество“, „Силата на идентичността“ и „Краят на хилядолетието“ Кастелс дефинира парадигмата на информационното развитие и мрежовото общество, в рамките на която той разграничава класическия индустриален капитализъм от информационния капитализъм. Ако при първия централни категории са стоката и предприятието, при втория – това са мрежите и информацията².

Политическата мрежа, в частност, чрез която се упражнява лобиране, е систематична мрежа от отношения между политически актьори, споделящи общ интерес в дадена сфера. Тези отношения обикновено пресичат формалния институционален ред, заличават разликата между правителствени и неправителствени структури. Така политическата мрежа може да обхване правителствени чиновници, ключови фигури в парламента, корпоративни лобисти, политически анализатори, водещи журналисти и др. Различни политически мрежи участват в неформалния процес на

¹ Castells, M. Power and Politics in the Network Society. Ralf Miliband Memorial Lecture, Delivered at the London School of Economics and Political Science, 14 March, 2004. <http://search.lse.ac.uk/>

² Цит. по Митрович, Л. Преходът към периферен капитализъм (Очерци по социология на глобалните и регионални промени); Изд. „Изток-Запад“, С., 2010., с. 32.

вземане на решения, най-вече в началната фаза на инициране на политически решения. Техните действия не винаги са публични, а освен това се конкурират с представителните институции на властта, макар да включват ключови фигури от тези институции в своя състав.

Мрежовият институционализъм¹ осигурява подходяща аналитична рамка за обяснение на увеличаващата се сложност на света и времето, в което живеем. Чрез мрежовия подход можем да анализираме лобизма в Обединена Европа през призмата на корпоративизма и посредничеството на различни групови интереси. Управлението на публичните дела в ЕС (Public Affairs Management), част от което е лобизмът, изисква политическа координация между различни равнища и юрисдикции на управление, между увеличаващи се като брой и разнообразие играчи, с което се създава и развива сложна мрежа за взаимодействие и обмен между тях.

Като пример за политически мрежи, действащи на равнище ЕС и занимаващи се с лобиране, са така нар. „**бизнес форуми**“ в Европейския парламент². Според Кристиан дьо Фульо, председател на Асоциацията на акредитираните лобисти към Европейския парламент в Брюксел, тези бизнес форуми са крос-партийни групи от евродепутати от различни националности, (различни от интергрупите в ЕП) и корпоративни лобисти. Дневният ред на тези неформални обединения е изцяло контролиран от корпоративни лобисти, а дейността им се финансира от съответни „бизнес партньори“. Техният неформален характер ги избява от парламентарен контрол и от задължението да се подчиняват на определени регулации. Бизнес форумите избягват и режима на регистрация, което прави тяхната дейност непрозрачна. Не е ясен и техният брой. Знае се само, че по-важните индустрии и бизнес сектори са създали свои бизнес форуми, а те покриват предметно софтуерна индустрия, телекомуникации, финансови услуги, енергетика, фармацевтика, автомобилостроене и пр.

Макар представители на различни бизнес форуми да заявяват, че не се занимават с лобиране, те често произвеждат различни материали във връзка с бъдещо европейско законодателство (position papers on policy and legislative issues); организират конференции, дават вечери, подготвят срещи, които обвързват различни евродепутати и еврочиновници около съответни бизнес проблеми. Макар и неформална мрежа, всеки бизнес форум има свое ръководство, което координира действията си с ръководството на специализираните парламентарни комисии. Под маската на „информационен обмен във връзка със законодателството“ тези образувания дават възможност на големите корпорации да придобият достъп и влияние върху европейските политики. И това става без публичен контрол – поради техния мрежови характер.

От друга страна обаче, големите компании и бизнес групи са легитимни политически играчи, тъй като евроинституциите се нуждаят от тях, от икономическата информация, която им предоставят, за да изпълняват своята институционална роля.

¹ See **Christopher Ansell**, Network Institutionalism, Chapter 5, p. 75-89 // The Oxford Handbook of Political Institutions, Edited by R.A.W. Rhodes, Sara A. Binder & Bert A. Rockman; Oxford University Press, 2006.

² **Christian D. de Foully**, Lobbying at the European Parliament Level, презентация на конференция „Ролята на лобистите“, организирана от Народното събрание на Р. България и Институт за икономическа политика с подкрепата на посолството на САЩ в България; София, 22-23 ноември, 2010.

Нещата са много сложни, но така или иначе, чрез бизнес форумите и други подобни мрежи едрият бизнес разполага със солиден политически капацитет, който води до създаване на различни политически алианси, до нови форми на политическа координация, които конкурират, влияят, дори са алтернатива на национални политически системи. Риторичен е въпросът – как в рамките на тези системи с механизмите на правовата държава да се регулират тези лобистки влияния?!

Г-н дьо Фульо дава някои красноречиви примери за особено влиятелни бизнес форуми. Форумът по автомобилни въпроси (Forum for the Automobile and Society) обединява интересите на големите автомобилни компании BMW, Volkswagen, Ford, Toyota, Michelin и сам се определя като мозъчен тръст за тези, които се интересуват от различни въпроси за автомобилите, а тези въпроси стават впоследствие законодателни приоритети. Мисията на друг бизнес форум „Европейската Интернет фондация“ (European Internet Foundation) е „оказване на подкрепа на евродепутатите в техните усилия да създадат политики и регулации, релевантни на интернет-революцията“. За Европейския парламентарен форум за финансови услуги (European Parliamentary Financial Services Forum) по понятни причини не се предоставя информация в споменатата презентация. Показателно е обаче, че докладчикът – председател на Асоциацията на акредитираните лобисти в ЕП – се тревожи от липсата на прозрачност в дейността на бизнес форумите и апелира за тяхната регистрация.

В заключение, подобни политически мрежи могат да породят както социален капитал (доверие и реципрочност), така и форми на социален контрол. Дадена мрежа може да мобилизира действия в синхрон с общия интерес на различни личности, групи, организации, но може и да е източник на олигархия. Определено лобиране води до олигархия, когато лица, заемащи публични длъжности, не упражняват своите правомощия по защита на общия интерес, а се насочват към лично облагодетелстване, ощетявайки драстично интересите на общността.

От изложението до момента става ясно, че **бъдещето на капитализма очертава и перспективите пред развитието на лобизма**. А това бъдеще съвсем не е еднозначно очертано. Съвременници сме на две респектиращи и твърде различни визии, насочени към бъдещето. Френсис Фукуяма вижда триумф на либерализма и „край на историята“ като пазарен капитализъм и либерална демокрация. Имануел Уолърстейн – обратно, вижда обреченост на либерализма и нова, посткапиталистическа система. Според българския професор Петър-Емил Митев, наблюдаваме продължителен, вековен дрейф на идеологиите. Либерализмът в началото на XXI век е доста различен от либерализма в края на XVIII век. Неговото мощно и продължително въздействие преобразува идеологическата скала. Социализмът се либерализира. Консерватизмът става особен вид либерализъм. Фашизмът е опроверган, комунизмът се самоопровергава. Крайните идеологии, възходящи през 30-те години на XX век, се маргинализират. Дрейфът осигурява напредък на политическия центризм.

В подобна ситуация лобитата измества партиите като изразители на групови интереси. В същото време нов антилиберализъм набира скорост като част от една глобална революция. Уолърстейн вижда на хоризонта посткапиталистическо общество, Фукуяма – „постчовешко“, но либерално, капиталистическо бъдеще. И в двата случая обаче има място за „но“. Защото историята е поливариантна. Шансовете да се

достигне до ново равнище на човешка свобода са реални, но не са предопределени. Решението на глобалните проблеми изисква друго равнище на мислене¹.

Успоредно с развитието на капитализма ще се развива и лобизмът – с всички позитивни и негативни последици от това развитие...

ЗАКЛЮЧЕНИЕ.

Кратки изводи за българския капитализъм и лобизъм

Освен окуражаващото събитие за присъединяването на България към Европейския съюз от 01.01.2007 г., равностойката от т.нар. „демократичен преход към плуралистична демокрация и пазарна икономика“ през последните повече от двадесет години е доста печална за огромната част от българските граждани. Крайно време е да назоваваме настъпилите промени с истинските им имена, а не с евфемизми, които да прикриват реалната картина.

Приемаме оценката на чл. кор. Васил Проданов, че **преходът към капитализъм („втори български капитализъм“) в нашата страна се оказва „най-голямата катастрофа в българската история“**². Това той доказва със съответни статистически данни, които рязко се разграничават от лансираните в медиите обяснения на анализатори от външно финансираните частни изследователски институти за това, което се случи у нас пред последните две десетилетия. Извършената приватизация не доведе до по-справедливо общество, а до огромно неравенство и несправедливост, присъщи на капитализма. Общодържавната собственост е унищожена или е отишла в ръцете на едно малцинство, а държавата е силно корумпирана. Преди 1989 г. у нас не се говореше за корупция, защото липсваше частна собственост, чрез която тя да се възпроизведе. Докато днес България е сред най-корумпираните държави по данни на Трансперънси Интернешънъл. Обща е нагласата за провален капиталистически преход, за което голямата част от българите обвиняват политическия елит, към когото има изключително ниска степен на доверие.

В едно авторитетно колективно изследване³ българският преход е дефиниран като катастрофичен тип трансформация на държавния социализъм като форма на догонваща модернизация в периода 1944-1989 г. към пазарно-капиталистическа и либерално-демократична по форма и олигархична по съдържание версия на догонваща модернизация в условията на глобален капитализъм. Ние възприемаме тази формулировка, отчитайки, че идеологемата за преход към плуралистична парламентарна демокрация и пазарна икономика вече не върши работа.

Преди голямата промяна от „държавен социализъм“, „авторитарен, реален социализъм“, „комунизъм“ към капитализъм и либерална демокрация в България не се говореше и за лобизъм. **Успоредно с прехода към капитализъм в публичното ни**

¹ Митев, П.-Е. Европейската революция (1789-1989). Академична лекция, изнесена на 10 юни 2011 в СУ „Св. Климент Охридски“ по повод 25-годишнината на специалност „Политология“.

² Вж. В. Проданов, Четирите реалности на българския преход, сп. Понеделник, бр. 7/8, 2010, с. 63-77.

³ В. Проданов, А. Тодоров, Й. Аврамов, В. Иванова. Българският парламент и преходът, изд. „Сиела“, С., 2009.

пространство нахлу и лобистка лексика. Налага се обаче да обясним за какъв капитализъм и лобизъм става дума.

Всъщност **в България се установи олигархичен капитализъм**¹, който се характеризира с огромна концентрация на икономическа власт в едно малцинство; остро социално неравенство, фрагментирана партийна система, корумпирани партии и политици; липса на усещане за представителност, имитация на демокрация – чрез пиар и лични харизми... В годините на прехода икономиката подчинява на себе си идеологията и политиката, като ги измества и обезсилва. Политиката в България вместо да се превърне в автономна публична сфера, с течение на времето започва да функционира като „пространство за пазарна конкуренция“. За това способстват и сринатите контролни механизми на държавата и неефективната съдебна система. През последните години дори се появиха тревожни тенденции за купуване на гласове и на статусни позиции, за създаване на така нар. „бизнес партии“. (Тук само ще вметна, че ние отново сме уникални – вместо бизнес-лобита у нас се създават бизнес парии!?).

Равносметката от дейността на политическите партии (като законодателна и управленска политика) по време на капиталистическия преход може да се обобщи в извода за нарастваща и задълбочаваща се през годините изключително тежка криза на представителството. Българските партии много по-малко отразяват социалногрупови интереси, отколкото формират социални групи и класи, променяйки отношения на собственост, създавайки нови субекти на собственост. Използваните етикети като „консерватори“, „либерали“, „социалисти“, „демократи“, „леви“ и „десни“ съвсем не са израз на икономическата структура на обществото, а идеологическа маска, зад която се крие фактът, че **държавата (чрез управляващите партии) е основен агент на капитализма и върши работа, която в други държави е вършил частният капитал**². Така държавата и партиите стават основен инструмент за създаване на частни собственици, на взривна социална диференциация и социална декласация. Партиите по същество се превръщат в преразпределителни коалиции, в гигантски дистрибутори за скоростно прехвърляне на богатство в частните ръце на активно включените в политическа дейност, което е съпроводено с гигантска несправедливост и корупция. Всичко това води до дискредитация на партиите и налагане на олигархичен капитализъм, който подчинява политиката на бизнеса.

Подобна е логиката и на проф. П-Е. Митев, според който преходът в България е „неопатерналистичен“ и се характеризира с феномена „капиталисти без капитализъм“. Българският капитализъм той описва като „**политически капитализъм**“, което означава, че управляващите партии дават възможност на „свои хора“ да придобият собственост или става дума за „назначени капиталисти“. Независимо дали ще става дума за кръгове от приятели или братовчеди, налице са отношения между патрон и клиент, а оттам отношения на клиентелизъм като основна характеристика на неопатерналистичния преход. Така резултатът от българския преход не е либерална демокрация, а оформила се тенденция към „**многопартиен авторитаризъм**“³.

¹ Вж. пак там, с. 47-52.

² Пак там, с. 48.

³ **Петър-Емил Митев**, ГЕРБ се изчерпва и видимо е на прага на обратното броене; в. „Гласове“, 12.11.2010.

Поради грубата интервенция на капиталистическите пазарни отношения в политическата сфера у нас понятията за политик и политика в масовото съзнание започват да придобиват крайно негативни значения. Оформят се тревожни симптоми на загуба на усещането за общо благо и политиката престава да се свързва с изразяване на интересите на големи групи от хора. Базираната по този начин на частни интереси политика в нашата страна не може да изпълнява своите функции за легитимиране на властовите структури и за демократична консолидация на обществото.

Широкото навлизане на лобистка лексика в българското публично пространство отразява по някакъв начин посочените по-горе тревожни тенденции. За съжаление, **лобирането у нас се възприема като синоним на корупция, конфликт на интереси, търговия с влияние** – без да се правят прецизни разграничения между тези понятия. Употребата на фрази от типа „лобистки интереси“, „лобистки текстове“ в закони, дори „лобистки закони“, „обвинения в лобизъм“ размиват разликата между публично и частно, разкриват огромната пропаст между управляващи и управлявани, изразяваща се в масовите подозрения, че институциите и политиците в България вместо да се грижат за общия, публичния интерес, за широки граждански интереси чрез своите решения (политики) защитават влиятелни частни интереси. Например Красьо Черният е наричан лобист, „кадровик на съдебната система“, а той е просто „търговец на влияние“, престъпник по силата на Наказателния кодекс.

Явление на българския книжен пазар е сериозното изследване на **Достена Лаверн**¹ за „експертите на прехода“ в България и **глобалните мрежи на влияние**. Дейностите на анализатори като Евгений Дайнов, Иван Кръстев, Красен Станчев и др. и на техните тинк-танкове (Институт за социални практики, Център за либерални стратегии, Институт за пазарна икономика и др.) по „демократизирането“ на страната ни са квалифицирани като „форма на експертиза и лобиране“. Става дума за експертиза във вид на приложно знание, въплътено в техните разработки (policy papers), предлагани като законопроекти в помощ на съответни правителства. Очертана е ролята на тези експерти за формиране на обществен и впоследствие на политически дневен ред на „Демократична България“ чрез участието им в медиите. Книгата разкрива важен аспект на лобистката материя в нашата страна и обяснява много неща, оставали „зад кадър“ до момента.

Говоренето за лобизъм в България сякаш прикрива простата истина, че лобирането в условията на българския капитализъм, опитите за влияние върху изготвянето на законови и подзаконови актове е по-скоро в интерес на специалните интереси на едрия капитал – български и глобален, а не толкова на мнозинството от български граждани в годините на капиталистическия преход.

В България политико-консултантският бизнес прави първите си стъпки. Успоредно с професионализацията на политиците у нас тече процес на обособяване на професионални политически консултанти. И политици, и лобисти се „учат“ на демократична политика в условия на капитализъм и правова държава сравнително от скоро, докато западните полиархии са трупали опит в това отношение в продължение на столетия.

¹ **Лаверн, Д.** *Експертите на прехода* (Българските think-tanks и глобалните мрежи за влияние), Изд. „Изток-Запад“, С., 2010.

Шансът на България и българите в сферата на лобизма е да възприемем **европейския модел на лобиране – лобиране чрез консултиране**. Институциите на държавата (парламент, правителство и др. органи и агенции) в диалог с организациите на гражданското общество (бизнес асоциации, професионални, синдикални, работодателски организации, правозащитни, потребителски, екологични и пр.) трябва да си взаимодействат в изготвянето на публични политики – в интерес на мнозинството български граждани. Вместо да се стараем да изработваме закон за лобизма, какъвто е американския случай (до момента има пет законопроекта за публичност на лобистките дейности), ние трябва да прилагаме ефективно вече приетите закони за установяване и предотвратяване на конфликт на интереси, за публичния регистър на доходите на лица, заемащи висши държавни постове, Закона за политическите партии (в частта за тяхното финансиране), Закона за достъп до обществена информация, Закона за обществените поръчки и много други. Така, чрез механизмите на правовата държава и с налична демократична политическа воля, може да се обуздае присъщият стремеж на могъщи и влиятелни лобита към максимална печалба в условията на капитализъм и да се върви към заставянето им да развиват своите бизнеси в синхрон с обществения интерес.

ЛИТЕРАТУРА:

- Аренд, Х. Насилие и политика, „Критика и хуманизъм“, С., 2007.
- Бауман, З. Модерност и холокост. ЛИК, С., 2002.
- Бауман, З. Общността (търсене на безопасност в несигурния свят), ЛИК, С., 2003.
- Бел, Д. Културните противоречия на капитализма, Изд. „Народна култура“, С., 1994.
- Бинецкий, А. Лоббизм в современном мире, ТЕИС, 2004.
- Валлерстайн, И. Конец знакомого мира (Социология XXI века), перевод с англ. под ред. В.Л. Иноземцева, Москва, Логос, 2004. (Wallerstein, I. The End of the World as we know it /Social Science for the Twenty-First Century/, University of Minnesota Press, Minneapolis, London, 2003).
- ван Схенделен Р. Макиавели в Брюксел (Изкуството на лобиране в ЕС), С., 2010.
- Генов, Г. Предизвикателства и тенденции в прехода към нова дипломация (Европейският модел и международните преговори – за активна роля на държавата), УИ „Стопанство“, С., 2010.
- Глобални модерности, съст. М. Федърстоун, С. Лаш и Р. Робертсън, „КХ“, С., 2004.
- Динков, Д. Неоидентичности в постмодерния свят (отвъд парадигмите на конвенционалното разбиране за международните отношения); Изд. „Авангард-Прима“, С., 2011.
- Дракър, П. Посткапиталистическото общество, Изд. „ЛИК“, 2000.
- Жижек, Сл. Размышления в красном цвете: коммунистический взгляд на кризис и сопутствующие предметы, Москва: Издательство „Европы“, 2011.
- Коэн, Дж., Е. Арато. Гражданское общество и политическая теория, Изд. „Весь Мир“, М., 2003.

Лаверн, Д. Експертите на прехода (Българските think-tanks и глобалните мрежи за влияние), Изд. „Изток-Запад“, С., 2010.

Митев, П.-Е. Европейската революция (1789-1989). Академична лекция, изнесена на 10 юни, 2011 г. в Аулата на СУ „Св. Кл. Охридски“ по повод 25-год. спец. „Политология“.

Митев, П.-Е. ГЕРБ се изчерпва и видимо е на прага на обратното броене; в. „Гласове“, 12.11.2010. (интервю).

Митрович, Л. Преходът към периферен капитализъм (Очерци по социология на глобалните и регионални промени); Изд. „Изток-Запад“, С., 2010.

Олброу, М. Глобалната епоха, Изд. „Обсидиан“, С., 2001.

Панарин, А.С. Политология, учебник на МГУ, М. „Проспект“, 1999.

Пиргова, М. Българският парламентаризъм в условията на глобален преход, Изд. „Парадигма“, С., 2002.

Пиргова, М. Две тези по проблема за редуцираната демокрация в България – 2010 г. Политическите науки в УНСС – с лице към бизнеса, съст. И. Цакова, „Сиела“, С., 2011.

Проданов, В. Теории за посткапитализма. Сп. „Понеделник“, бр. 1, 1998, с. 7-19.

Проданов, В. Четирите реалности на българския преход, сп. Понеделник, бр. 7/8, 2010.

Рифкин, Дж. Епоха на достъпа, Изд. „Атика“, С., 2001.

Спасов, Д. Философия и социология на XXI век, Изд. З. Стоянов, С., 2007.

Тофлър, А. Третата вълна, Изд. къща „Пейо К. Яворов“, С., 1991.

Тофлър, А. и Х. Революционното богатство, Obsidian, С., 2007.

Търоу, Л. Бъдещето на капитализма, Изд. „В. Люцканова“, С., 2000.

Хайлбронър, Р. Капитализмът на XXI век, Изд. „Критика и хуманизъм“, С., 1997.

Хелд, Д. Демокрацията и глобалният ред (от модерна държава към космополитно управление), Изд. „Критика и хуманизъм“, С., 2004.

Цакова, И. Лобизмът (цикъл лекции), Изд. „Д. Яков“, С., 2010.

Шевалие, Ж. Политически институции, УИ „Св. Кл. Охридски“, С., 2010.

Bell, D. The Coming of Postindustrial Society, N.Y. 1973.

Bouwen P. Exchanging Access Goods for Access: A Comparative Study of Business Lobbying in the European Union Institutions, European Journal of Political Research, Vol. 43, № 3, May 2004.

Castells, M. Power and Politics in the Network Society. Ralf Miliband Memorial Lecture, Delivered at the London School of Economics and Political Science, 14 March, 2004. <http://search.lse.ac.uk/>

Christopher Ansell, Network Institutionalism, Chapter 5, p. 75-89 // The Oxford Handbook of Political Institutions, Edited by R.A.W. Rhodes, Sarah A. Binder & Bert A. Rockman; Oxford University Press, 2006.

Christian D. de Fouloy, Lobbying at the European Parliament Level, презентация на конференция „Ролята на лобистите“, организирана от Народното събрание на Р. България и Институт за икономическа политика с подкрепата на посолството на САЩ в България; София, 22-23 ноември, 2010.

Encyclopedia of Interest Groups and Lobbyists in the USA, Vol. 1; 2. Ed. Immanuel Ness; Brooklyn College, City University of New York, CHARPE REFERENCE, 2000.

Heywood, A. Politics (third edition), Palgrave Macmillan, 2007.

Lobbying the European Union (Institutions, Actors, and Issues), Ed. by David Coen & Jeremy Richardson, Oxford University Press, 2009.

Oxford Concise Dictionary of Politics; Ed. by Iain Mc Lean, Al. MacMillan, Oxford University Press, third edition, 2009.

Rinus van Schendelen, Machiavelli in Brussels, The Art of Lobbying the EU, Amsterdam University Press, 2002.

Smith, T. Unelected Oligarchy: Corporate and Financial Power in Britain. Published on Open Democracy (<http://www.opendemocracy.net>)

On-line източници:

[http:// http://abuss.narod.ru/Biblio/WS/ws-5000_intro.htm](http://http://abuss.narod.ru/Biblio/WS/ws-5000_intro.htm)

<http://http://lobbyingdisclosure.house.gov/>

http://europe.eu.int/comm/civil_society/coneccs

<http://http://ec.europa.eu/transparency/regin/>

ЛОБИЗЪМ И КАПИТАЛИЗЪМ

Резюме:

Изложението на настоящата студия преследва две основни цели: изясняване на двете понятия (капитализъм и лобизъм) и тяхното концептуално обвързване в съвременния свят. Първо, капитализмът е анализиран като система (икономическа, социална и културна), разкрит е неговият произход, развитие и видове на основата на идеи на автори като: К. Маркс, М. Вебер, Д. Бел, П. Дракър, А. Тофлър, Д. Хелд, Дж. Рифкин, Им. Уолърнстейн, М. Кастелс и др. Понятието за лобизъм, от своя страна, включва неговата поява и развитие в условията на капитализъм, политическа демокрация и правова държава, след което са разкрити спецификата и същността на съвременното лобиране в условията на глобализация. Второ, очертани и анализирани са особеностите на лобирането, детерминирани от съвременния глобален капитализъм като изложението е систематизирано в отговор на въпросите: Кой лобира най-успешно днес? Спрямо кого, пред кого? За какво най-често се лобира? Къде и как се лобира? Изведени са трудностите пред юридическата и етическа регулация на лобистките дейности, провокирани от природата на неолибералния капитализъм в днешното информационно общество, наречено още мрежово. Накрая – в заключение, са направени кратки изводи за съвременния български капитализъм и лобизъм в периода на 20-годишния преход от „държавен социализъм“ към капитализъм и демокрация.

LOBBYING AND CAPITALISM

Abstract:

This paper has two main objectives: to make clear and explain two basic concepts (capitalism and lobbying) and their conceptual interconnection in the contemporary world. First, the capitalism is analyzed as a system – economic, social and cultural. Its origin, development and typology, based on ideas of well known authors as K. Marx, M. Weber, D. Bell, P. Druker, A. Toffler, I. Wallerstein, J. Rifkin, D. Held, M. Castells, etc are described in the text. The explanation of the lobbying includes genesis and development in condition of capitalism, political democracy and rule of law as well as specifics and actual lobbying activities in globalization's conditions are revealed. Second, the specific features of lobbying, determined by contemporary global capitalism are analyzed through answers of the following questions: Who is lobbying? Who is lobbied? What is lobbying for about? How and where to lobby? There are underlined the difficulties of regulation of lobbying activities that are provoked by the nature of neo-liberal capitalism in the information, network society today. Finally, there are drowned some short conclusions about Bulgarian capitalism and lobbying during the last 20 years of transition – from „state socialism“ to capitalism and democracy.