

СТАНОВИЩЕ

от доцент доктор Мила Иванова Серафимова, Военна академия
„Г. С. Раковски“, катедра „Психология и лидерство“

**за дисертационния труд на Любомил Любомилев Иванов на тема:
„Ролята на лобизма като инструмент на публичната комуникация за
защита на интересите на малкия бизнес в България“**

за присъждане на **образователна и научна степен „Доктор“** по
професионално направление 3.5. Обществени комуникации и
информационни науки (Журналистика – Връзки с обществеността)

Още в темата на дисертационния труд на Любомил Иванов са заложили основните предизвикателства в областта на лобизма. Дали лобизмът е един от инструментите на публичната комуникация, от която произхожда или тя вече е негов инструмент?

Лобистиките практики превземат все по-обширни пространства на публичната комуникация и днес не рядко ставаме свидетели как тя е изцяло подчинена и използвана за постигане на лобистки цели. Особено актуален въпрос по отношение на българската политическа и медийна реалност.

В България от 2006 година се правят опити и се предлагат законопроекти за лобизма, насочени към публичност на тази дейност, но за сега все още нямаме такава законова регламентация на дейността. Прозрачността на собствеността на медиите, чрез които се осъществява лобизъм, също остава под въпрос, въпреки наскоро приетия закон. В България все още не се прави разграничение между „търговия с власт и влияние“ и „лобизъм“. Дейността не е ясно дефинирана и се възприема често негативно, като с това име се наричат широк спектър от дейности, възприемани като намиращи се „на ръба на закона“.

В този смисъл докторската дисертация на Любомил Иванов е навременен научен труд, целящ легитимиране на лобистката дейност в

България и установяване на определени професионални стандарти. Свързването ѝ с темата за малкия бизнес и разработването на План за действие относно лобирането за микропредприятията също представлява приносен момент, доколкото, както докторантът сам отбелязва, в България това е „мълчалив и дори невидим бизнес”.

Трета основна линия в дисертационното изследване е темата за креативността и лобизма – определено актуална тенденция в развитието на дейността, с оглед промяната в модела на убеждаващата комуникация и повлияването и ролята на традиционните лидери на общественото мнение. Резкият спад в доверието към журналисти, политици, традиционни лидери на мнение води до нарасналото значение в лобистиките практики на „човека като мен”, краудсорсинга, иновациите. Глобалната промяна на информационната среда се нуждае от отговор и креативността и проактивното присъствие онлайн очевидно са една адекватна реакция.

Рамката, в която е поставено изследването, е регулацията на Европейския съюз, за който от 70-те години лобирането е легитимна и необходима дейност, синтез на правни и пиарски практики.

В дефинирането на понятието Любомил Иванов също стъпва на една от най-кратките и ясни формулировки: лобизъм = PR + право. Но той отчита също така изкривяването на практиката в българския ѝ вариант и факта „какъв тежък негативизъм носи със себе си лобизма, при положение, че почти изцяло е обсебен от политиците в изродения вид на търговия с власт и влияние, на търговска сделка”. Както подчертава Любомил Иванов, „политиците превърнаха лобизма в свой доходоносен бизнес, който е крайно време да им бъде иззет – да не се заблуждаваме, че доброволно ще се откажат от него.” (с. 4, Автореферат)

Ключово понятие в докторската дисертация на Любомил Иванов е именно „общественият интерес”, хармонията с който трябва да бъде определящата величина при промените в правната сфера посредством

лобизъм. Противоречието с интересите на обществото правят лобизма неефективен и дори недопустим. Затова авторът обръща специално внимание на темата за целите на лобизма, като определени за неговия успех като социална технология.

Освен обществения интерес, Любомил Иванов откроява законосъобразността като задължително условие за практикуването на лобизма. Както той посочва „в ежедневието често се чуват определения на лобирането като дейност „на ръба на закона”. Няма по-невярно определение за истинския лобизъм! Дейността или е в рамките на закона или е противозаконна и в този смисъл „на ръба на закона” не е нищо друго освен незаконосъобразност. Законността (законосъобразността) обхваща като минимум два фундаментални принципа – върховенство на закона и равенство пред закона.” Лобизмът в България често се възприема като „озаконяване на беззаконието”, което отдалечава дейността от професионализирането ѝ и създаването на стандарти за осъществяването ѝ. Кой лобира и за какво, срещу какво и с какво възнаграждение? Липсата на прозрачност и яснота води до изопачаване на смисъла на понятието „лобизъм”.

Дисертационното изследване на Любомил Иванов е представено в обем от 287 страници, от които основен текст 228 стр., а в останалата част е представена библиография от 167 литературни източници и приложения.

По отношение на библиографията, нейната стойност е референтна, като може да бъде използвана при проучване на основните теоретични трудове в областта. В самия текст липсват цитирания на всички посочени автори, но те са добра референтна рамка на изследването.

Структурата и обемът на представения ми за становище труд за придобиване на образователната и научна степен „доктор“ отговарят на добрите изследователски практики.

На основата на използваната литература, авторът формулира свое определение за лобизма като инструмент на публичната комуникация, разгледани са неговите характеристики и функции. Теоретичният обзор обхваща многообразие от аспекти и отчита съвременните предизвикателства на информационната среда. Дисертацията включва и анализ на социалните мрежи като своеобразен лакмус за настроенята в обществото и поставя изискването всеки професионален лобист да ги използва в защита на своите цели.

Докторантът извежда три основни етапа в технологичния процес на лобиране – ЕЕЕ: Equipment, Exploitation, Effect (подготовка, разработване, въздействие). Практическа стойност за професионалната общност има направения обзор на основните лобистки техники, практики и процедури. Интересно четиво са дефинираните нестандартни инициативи, технологията на гражданското неподчинение и символните действия, придобили особена актуалност в българската политическа реалност през последните години.

Административните практики и „опосредстваното лобиране през администрацията” в България са подложени на анализ в дисертационния труд, като изводът е, че липсва ясно разграничение между административна и политическа отговорност и съществува ерозия на експертизата. В този смисъл лобирането през експертиза често е неубедително. Авторът демонстрира добро познаване на механизмите, чрез които администрацията и политическата власт взаимодействат и на основата на това познание извежда специфики на лобистките практики у нас.

Специален интерес и приносен момент с практико-приложна стойност представлява трета глава на дисертацията, в която на основата на емпиричното изследване, направено във втора глава, се предлага план за действие за професионално лобиране в полза на малкия бизнес. Изводът от

направения контент-анализ е, че въпреки декларираните намерения на правителството, „микропредприятията и самонаетите са бизнес на мълчанието”, който се нуждае от професионален лобизъм.

Считам, че дисертационният труд съдържа научните и научно-приложни резултати, за които докторантът претендира, които представляват оригинални приноси с теоретичен и практико-приложен характер.

Резултатите от изследванията по темата на дисертацията са коректно представени пред научната общност с три статии в научни издания.

Авторефератът отразява най-важните аспекти на дисертационното изследване и приносите на дисертационния труд.

Представеният дисертационен труд показва, че докторантът притежава задълбочени теоретични знания в областта на обществените комуникации и по-конкретно в една малко изследвана област у нас – лобизма.

Въз основа на положителните ми оценки за дисертационното изследване и демонстрираната в него теоретична и методологична подготовка на докторанта, предлагам на уважаемите членове на научното жури да гласуват Любомил Любомилев Иванов да придобие образователната и научна степен „доктор“ по професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки (Журналистика – Връзки с обществеността).

София, 08.02.2019 г.

Изготвил становището:

доц. д-р Мила Серафимова