

Две кила идеи, моля!

На българския политически пазар не се разменят идеи, а се пазаруват хора и се издигат некачествени лидери



Доц. ГЕОРГИ МАНОЛОВ*

Възникването и еволюцията на политическия пазар е актуална и значима тема, тъй като засяга важни процеси, явления и тенденции, присъщи на съвременното социално развитие като цяло и на политическия процес у нас в частност. На този пазар намират проявление редица общи черти и закономерности, които наред с конкретната специфика оформят един по-цялостен съдържателен облик на политическия пазар в отделните държави и региони.

Политическият пазар е специфичен вид пазар, на който различните политически субекти (лидерите, партиите, организациите) не използват пряко парите като основен еквивалент в процеса на размяната. На този пазар чрез конкуренцията се обменят гласовете на избирателите, с помощта на които се

**„купуват“
и „продават“**

конкретни политически ценности, идеи и идеологии.

През последните години проблемите на политическия пазар придобиха важно значение за развитието на българската партийно-политическа система. Механизми-

* Авторът е доктор на политологическите науки, ректор на Колежа по икономика и администрация в Пловдив

те и техниките, които се употребяват, все повече се ползват от различни субекти на политическия процес (особено по време на предизборни кампании), като немалка част от тях печелят убедително успехи.

С краха на тоталитарния режим (1989 г.) се постави началото на демократичните промени в страната, с което започна и процесът на повторно формиране на политически пазар у нас. Той се разви въз основа на създаваните нови основи на българската държава - политически (кръглата маса), юридически (законите за политическите партии и изборите) и икономически (Указ 56). На тяхна база след приемането на новата конституция бяха формирани днешните партийно-политическа и избирателна система от демократичен тип. Така се създадоха всички необходими предпоставки за изначално развитие на съвременния политически пазар и на неговите основни субекти и обекти.

През този етап в посттоталитарна България се зароди, оформи и разви първичният

фундамент за политическия пазар, въпреки ярко изразената конфронтационна същност на двуполусния модел и независимо от неизяснената докрай идейна идентификация на ключовите политически партии (БСП и ВДС). На този пазар обаче все още

няма стабилни политически субекти

(„леви“, „центристски“ и „десни“) и затова той не е в състояние да генерира качествени политически продукти (платформи, програми, послания), както и да гарантира ефективната политическа размяна между партиите и електората. И следователно с пълно основание може да се определи като колеблив, „лабилен“ и хроничноболен политически пазар.

При тези условия започнаха да се развиват нови отношения между субектите на политическия пазар, което най-ярко проличава през юни 2001 г., когато на „пазара на политическите идеи“ се появи нов субект - НДСВ. Това бележи началото на т.нар. „втора партийна система“, която „разчу-



пи“ полярния двуполусен модел в страната, но въпреки някои проблемсъци все още продължава да

търси своята европейска идентичност

Новоформиращият се български политически пазар остана силноразвит по форма, но некачествен по съдържание. Все още той може да се определи като немоделиран, неструктуриран и нехомогенен. Нехомогенността му особено ярко проличава от състоянието на партийните електорати, които твърди ядро не само намаляват, но и вече започват стремително да се рушат. Механизмите и системите на този пазар продължават да не реализират главната му функция - издигане на качествени лидери, политици и държавници, които постоянно да обновяват състава на т.нар. „политически елит“. Политическият пазар у нас постепенно се оформи като класически клиентелистко-олигархичен и корупционен пазар, при който партийната клиентела, „сенчестият“ бизнес и корумпираните персони са на постоянна почит.

Тоталното нелегитимно финансиране на политическите субекти продължава да трови политическия озон, въпреки трикратно променяне на Закона за политическите партии. То дори се е превърнало в „норма“ на обществения живот. Продължава безогледната „търговия с гласове“ (покупко-продажба с пари), при която абсолютно всичко може да се продава и купува „предизборно“, сякаш сме на бакалска

сергия, а не на съвременен „пазар на идеи“. По стара българска традиция нашият политически пазар почти се е превърнал в солиден

развъдник на корупция,

която десетилетия наред безпощадно прояжда социално-политическия живот.

В съвременното си развитие българският политически пазар, независимо от някои свои постижения, продължава да трупа негативи, да възприхважда неадекватни лидери и политики, некачествени политически продукти и субекти. Поради това той може да се дефинира като неэффективен, нераформирани, полудемократичен, клиентелистко-корупционен и олигархичен.

За решителното нормализиране на българския политически пазар са необходими комплекс от социално-политически мерки, една от които е особено съществена. Става дума да се разработи нова философия за реформиране на политическата система, която да намери и приложи по-съдържателни подходи и механизми за ефективното функциониране на всички властови институции. За тази философия е необходимо да се усъвършенства представителната демокрация у нас и по-конкретно - да се направи конституционна реформа и промяна на избирателното законодателство; да се приеме нов, модерен закон за политическите партии и закон за политическите партии и норма за обществения живот; да се приеме специален закон за финансиране на партиите и на предизборните кампании; да се регламентират със закон лобизмът и конфликтът на интереси.