

Лобирание и демократичен дефицит в ЕС

Доц. д-р Ивка Цакова,
катедра „Политология“, УНСС

Лобирането в ЕС е явление, което набира скорост в края на XX век, а преди това се е възприемало предимно за американска практика, доколкото професионалният лобизъм е американско изобретение. За разлика от САЩ, където лобизмът се вписва в либералната политическа демокрация и правова държава с приемането на Закона за публичност на лобизма (Lobbying Disclosure Act, 1995), в някои европейски страни и на равнище Европейски съюз лобирането започва да се третира като легална, легитимна и публична дейност едва през 90-те години на XX век - при това без специализирано законодателство, а регулирано от норми в рамките на общото законодателство чрез етични кодекси, зелени, бели книги, публични регистри. Всъщност, лобирането най-общо включва *комплекс от дейности (по комуникиране, консултиране, убеждаване и пр. на политици и администратори) от страна на заинтересовани лица и групи, изразяващи се в опити за влияние, натиск (директно или чрез посредници) върху вземането на определени управленски решения - на национално, регионално и глобално ниво в условия на капитализъм.*

В днешните постиндустриални, информационни общества лобирането е печеливш политико-консултантски бизнес, предлагащ следните услуги за заинтересовани клиенти: а) поддържане на отношения с властите (Government Relations; Parliamentary Relations) чрез взаимноизгоден информационен обмен с цел убеждаване на политици и администратори (Political Persuasion) за вземане на съответни решения; б) изготвяне на становища, позиции, експертни оценки, досиета и пр. (paper work, policy papers) - лобистите са „доставчици“, „помощници“, „съветници“ на институциите; в) създа-

ване на неформални мрежи и коалиции (Coalition Building, Networking); г) професионално представителство на групови интереси (Interests Representation); д) постоянно наблюдение (Monitoring) на институции, законодателство, длъжностни лица; е) косвен лобизъм в/чрез медиите за формиране на съответно обществено мнение (Media Relations, Image Making, Political PR, Public Opinion Forming); ж) организиране на акции за масова подкрепа и мобилизация около социално значими каузи (Grassroots Lobbying, Advocacy Campaigns); з) организиране на специални събития - кръгли маси, конференции, изложения и др. (Event Management).

От изброените дейности проличава интердисциплинарната същност на лобирането. В нея се прониква най-вече чрез инструментариума на политическата наука, науката за управление (мениджмънта), както и на политическата икономия. Като изключително сложен феномен лобирането отразява специфичните взаимодействия между бизнеса (икономиката, частните интереси), политиката (управлението, общия, публичен интерес) и обществото (гражданското общество, гражданските интереси) в условията на капитализъм и демокрация - „политическа, икономическа и социокултурна демократизация“¹. Изкуството на лобиране в демократични условия се изразява в умението да се съгласуват различни интереси при ясни законови и етични правила и осигурена публичност.

Ако през 70-те години на XX век в Европа се наблюдава своеобразно „политизиране на икономиката“ и обуздаване на капитализма чрез механизмите на социална държава, то от 80-те години насетне следва „икономизиране на политиката“ и нейното прагматизиране, израз на което е лобизмът. За всички днес е ясно, че най-печеливши от лобирането са представители на едрия бизнес, които се явяват клиенти на изброените по-горе лобистки услуги². Именно привилегирваният достъп до процеса на вземане на решения от страна на могъщи бизнес лобита в условията на днешния неолиберален глобален капитализъм доведе до криза на либералната представителна демокрация - до криза на традиционните партии и идеологии и възход на лобитата като постмодерни игри.

Общата картина на лобиране в Европейския съюз отразява настъпилите неблагоприятни промени в света - особено след световната финансова криза от 2008 г. Европа в момента се нуждае от нова легитимност във връзка с предизвикателствата на икономическата глобализация. *Полити-*

¹ Джин Л. Козп, Ендрю Арато, Гражданское общество и политическая теория, Изд. „Весь Мир“, М., 2003.

² Цакова, И. Лобизъм и капитализъм// Научни трудове на УНСС, т. 2, 2012, Издателски комплекс - УНСС, С., 2012, с. 180-235.

ческа Европа се намира на кръстопът: дали да се превърне в трансмисия на неолибералното глобално управление? Или да даде свой уникален принос за укротяване на пазарите, без да засяга техните механизми, като защити нова философия в политическия си стил чрез многостранност, мека сила..³

Днес лобирането в ЕС се смята за неотменима част от европейския политически процес. Близко 2400 организации по интереси имат свои представителни офиси в Брюксел, в които действа персонал от над 15 000 лобисти. Става дума за представителства на европейски търговски и професионални федерации, консултантски и юридически фирми, транснационални компании, европейски НПО, работодателски и профсъюзни асоциации, организации на региони и общини, международни организации, частни изследователски институти, търговски камари и др. Специалистите, работещи в тези офиси, не се наричат лобисти, а консултанти по европейски публични дела, които се опитват да влияят върху европейското законодателство по един или друг начин, повече или по-малко успешно.

Лобирането в ЕС очевидно се практикува и третира като необходима дейност, но въпросът е дали е легитимна? Вярно е, че всички бизнес активности в корпоративния свят са повлияни от политиката - решенията и мерките на европейското управление ги засягат пряко. Предстоящи европейски закони са база за актуални бизнес стратегии. Освен това европейските политици не могат да вземат решения, без да отразят гледната точка на бизнеса, индустрията, заинтересованите страни. Включването на представители на организирания бизнес, на различни производителни, търговски и граждански организации в законодателния процес е належащо, защото институциите се нуждаят от своевременна информация по технически, икономически и др. въпроси, за да вземат европейски решения.

Тази възможност за **участие и включване** на различни организации в политическия процес е белег на демократичност. Позитивният образ на европейското лобиране е **лобиране чрез консултиране** - взаимноизгоден информационен обмен между законодатели и заинтересовани страни в Обединена Европа. Лобирането в този смисъл означава предявяване на интереси на заинтересовани страни по повод предстоящо европейско

³ Жан-Марк Фери, Да кажем премълчаните неприятни истини за европейската криза // Дискурсът за Европа, (философски, икономически, политически...); Дом на науките за човека и обществото, С., 2013, с. 23-39.

законодателство в рамките на открит диалог с европейските законодатели. Всички участници в диалога имат право да комуникират и споделят свои аргументи при обсъждане на законодателни предложения. Въпросът е **дали всички желаещи да участват имат равен достъп** до „европейската политическа машина“?

Професионалното лобиране се третира като израз на висш мениджмънт, разбиран като професионална дейност, разположена на пресечната точка между политиката, икономиката и обществото⁴. Лобирането в ЕС като част от по-широкото понятие „Управление на публичните дела в ЕС“⁵ (European Public Affairs Management) се разглежда в контекста на една повече или по-малко устойчива мрежа на взаимодействие между правителства, аналитични центрове, представители на бизнеса и гражданските организации и различни европейски институции. Но какво в действителност се случва в тази мрежа?

Според един наръчник **лобирането в ЕС има три основни измерения: политическо, национално и институционално**⁶. Т.е. на различните процеси, интереси и играчи, на всичко, което се случва на европейската сцена, може да се гледа от три възможни гледни точки. *Политическата гледна точка* отчита най-вече факта, че дейността на Европейския парламент е организирана и ръководена от 7 политически групи, а отговорни фигури в Комисията и Съвета на ЕС също принадлежат към съответни европейски партии. *Националното измерение* на лобизма произтича от факта, че националната принадлежност на евродепутатите често взема надмощие над лоялността им към политическа група, а освен това комисарите никога не забравят страната, от която идват, тъй като след приключване на мандата често се завръщат в родината. Да не говорим за работата на Съвета на ЕС, където националният фактор е ключов. Очевидно е, че едни държави (Германия, Франция) имат по-голяма тежест от други. И последното, *институционално измерение* на лобизма в ЕС, покрива целия комплекс от процеси, които протичат в рамките на т.нар. „институционален триъгълник“ при вземането на европейски решения. То засяга детайлно познаване на „европейската политическа машина“. Лобират тези, които отлично познават „кухнята“ на вземане на решения

⁴ Geiger, A. EU Lobbying Handbook. A Guide to Modern Participation in Brussels, Helios Media, Berlin, 2006, pp. 15-16.

⁵ Схенделен, Р. Макиавели в Брюксел, Изкуството на лобиране в ЕС, Изд. Национална асоциация на общинските служители в България; Дипломатически институт при МВНР на РБългария, С., 2010, с. 59-74.

⁶ Caroline De Cock, iLobby.eu (Survival Guide to EU Lobbying), Eburon Academic Publishers, 2010, 63-70.

в най-големи подробности - познават длъжностни лица и ключови фигури (вкл. техническия персонал, който ги обслужва), запознати са с правомощия, структури, процедури и пр.

*Лобирането в ЕС предлага възможности за включване, достъп и участие на различни заинтересовани страни във вземането на европейски решения. Така то подкрепя европейската демокрация - стимулира създаването на европейско публично пространство за дебат около въпроси от общ интерес, формиране на европейско обществено мнение по ключови въпроси за бъдещето на Обединена Европа като влиятелен играч на световната сцена. Ако с право на достъп до европейския политически процес разполагат не само организирани бизнес интереси, а и организирани граждани около социално значими цели и ценности, то лобизмът ще работи още по-интензивно в подкрепа на демокрацията. Става дума за **гражданското лобиране** (non-profit lobbying) или **застъпничество** (Advocacy) за организирани граждански интереси и каузи. Чрез него се стимулира развитието на европейско гражданско общество (на демокрация „отдолу“, grassroots democracy) и отразяване на значими граждански, социетални интереси и обществено значими каузи чрез действия, кампании на организации с нестопанска цел (non-profit organizations).⁷ Така дейността на различни европейски неправителствени организации, европейски платформи и мрежи, осъществяващи действия по застъпничество за широкомащабни граждански каузи - екологични, потребителски, правозащитни и пр. води до разгръщане на една демокрация „отдолу“.⁸ Факт е обаче, че представителството на граждански интереси в европейската политика е много по-слабо в сравнение с бизнес интересите.*

Европейската публика гледа на лобирането и лобистите силно критично с убеждението, че става дума за злоупотреба с власт в полза на могъщи частни интереси. Много често европейските граждани виждат в лобирането синоним на други феномени като: конфликт на интереси, корупция, управление в сянка. Затова днес в ЕС тече оживена дискусия по въпроса как да се осигури публичният характер на лобирането - така че да не се накърнява общият интерес, интересът на мнозинството европейски граждани. Но *как да бъде дефиниран общият европейски интерес, за да бъде защитен чрез европейски решения?* На този въпрос не може да се отговори просто и еднозначно, защото при всеки конкретен случай дадено решение трябва да отчете сложен баланс (единство, противо-

⁷ Kelly LeRoux, Holly T. Goerdel. Political Advocacy by Nonprofit Organizations. A Strategic Management Explanation // Public Performance & Management Review, Vol. 32, No. 4, June 2009, pp. 514-536.

⁸ Бек, У. Германска Европа, Изд. „Критика и хуманизъм“, С., 2012, с. 131.

речие, дори конфликт) от различни интереси: а) абстрактния европейски интерес; б) националните интереси на държавите членки; в) интереси на компании, бизнес и граждански организации, региони ...; г) интереси на транснационални играчи и др.

Всички тези разнообразни интереси на организирани групи и персони при всеки конкретен случай на инициране и формулиране на дадена европейска политика влизат в конкуренция помежду си за лансиране или стопиране на даден регулативен текст. Но дали различните мнения, интереси, гледни точки имат равен достъп до „европейската кухня“? Или **само се декларира, че всички имат право на достъп**, всички могат да лобират в защита на свои интереси? Време е да кажем истината - вярно е по-скоро второто, защото **представителите на едрия бизнес са привилегирани** в условията на днешния неолиберален капитализъм.

По същата тази логика непрекъснато се заявява, че лобистките дейности следва да са легални, легитимни и публични, съобразени с юридически и етични правила. Но това, за съжаление, звучи по-скоро като добро пожелание и затова лобирането, такова каквото е в ЕС в момента, е свързано по-скоро с **демократичен дефицит** в Обединена Европа и съмнения за оцеляване на интересите на мнозинството в полза на политико-икономически олигархии.

Трябва да признаем, че далеч **не всяко лобиране на европейската сцена е легално, легитимно и публично**. Това се дължи основно на наличието на **сиви зони** в рамките на двете дихотомии: публично - частно; европейско - национално. Дори в рамките на всяка дихотомия има много сиви зони (хибридни пространства) и тяхното наличие има общо с лобизма. Не бива да забравяме неговия кулоарен произход, който загатва, че решенията се вземат не само в рамките на официални форуми (институции), а и в техните предверия, фойета, кулоари, където се изработва допълнителна аргументация в полза на един или друг вариант за решение.

Ето какъв пример дава холандският професор Ринус ван Схенделен във връзка с лобирането в ЕС. Когато, казва той, комисарят кани на обяд докладчика от Европейския парламент по даден проблем, който ще се регулира, за да го „изслуша“, „за да се увери, че нещата са наред“, ясно е, че той - комисарят, лобира. Докато официалното писмо на комисаря в отговор на искане на докладчика няма нищо общо с лобиране. По същата логика участие в организирано изслушване в Европарламента по даден проблем не е дейност по лобиране, но натиск за стартиране на подобно изслушване или отлагането му във времето може да се окачестви

като лобирание. Т.е. лобирането се извършва по време на неофициални срещи между заинтересовани страни по даден проблем. Такива заинтересовани страни са както частни, така и публични организации и персони⁹.

Лобирането се свързва с неформални комуникации при набавяне на съответна информация и търсене на подкрепа. А събирането на информация е по-скоро косвено, не пряко. В процеса на европейзация и спомнатите две дихотомии (между национално и европейско, между публично и частно и наличните сиви зони между тях) се разгръщат неформални лобистки дейности. Те отразяват голямата сложност и силната конкуренция на различни интереси на европейската политическа сцена. Илюстрация на това са следните въпроси: Компанията „Сименс“ като национален или като европейски играч лобира за съответно законодателство в Брюксел? Или проблемът с евентуалния строеж на АЕЦ - Белене в България национален ли е, или европейски, приоритет на публични или частни играчи? Могат да се зададат и други подобни въпроси, чиито отговори не са еднозначни.

Трябва да имаме предвид и констатацията на Схенделен, че в създаването и дейността на много НПО също има сиви, хибридни нюанси, което дава основание да бъдат наричани квази-НПО (QUANGO). Такива са „организираните от правителството НПО“ (GONGO - government organized NGOs), както и от бизнеса (BONGO - business organized NGOs), „заинтересованите от правителството“ (GINGO - government interested NGO-s), както и „заинтересованите от бизнеса“ хибриди (BINGO - business interested NGOs). Всичко това усложнява и затруднява анализа на лобирането на национално и европейско равнище.

Изводът, който правим в случая, е, че много от важните проблеми, по които трябва да се вземат европейски решения, пресичат границите между национално и европейско равнище, между публичен и частен сектор. Много национални проблеми имат европейско измерение и обратно, а проблеми на частния сектор имат свои публични измерения. Лобирането се разполага именно в тези така нар. „сиви зони“ между публичен и частен сектор, между национално и европейско пространство. Картината е доста сложна, защото много от заинтересованите страни оперират едновременно в различните сфери и на различни равнища. Освен това трудно се прави разлика между лобирани и лобиращи, между обекти и субекти на лобирание, тъй като те често си разменят местата, оплетени с различни мрежи.

⁹ Схенделен, Р. цит. съч., с. 58.

От няколко години в Европа тече **дискусия относно необходимостта за преминаване от доброволен към задължителен публичен регистър** на заинтересованите организации от участие в европейския политически процес. Настоящият доброволен регистър за прозрачност обединява желаещите за достъп и диалог с Комисията и Европейския парламент. Съветът на ЕС подкрепя инициативата, но засега само наблюдава действието на регистъра, без да се включва в него. Преди създаването на този общ регистър имаше два отделни регистъра: единият за достъп на акредитираните лобисти до Европейския парламент и вторият - Регистър на представителите на интереси (организиран интереси), с които Комисията провеждаше консултации във връзка с европейско законодателство. Прави впечатление обаче, че най-големите корпорации и техните лобисти не фигурират в регистъра, въпреки, че контактуват с европейските институции...

Ето някои актуални факти. От 23 юни 2011 г. влиза в сила споразумение между Комисията и ЕП, с което се създава съвместен Секретариат за координация, организация и надзор на дейностите, свързани с функциониране на Регистъра за прозрачност, обособена е и група от служители на двете институции, която да следи оперативно дейностите по регистриране. През м. юни 2013 г. под ръководството на вицепрезидента на ЕП (Rainer Wieland) и вицепрезидента на Комисията (Štefčovič) е създадена *съвместна работна група*, която да предлага пакет от мерки за *подобряване работата на Регистъра и постепенното му преминаване от доброволен към задължителен*. Предвидени са *три последователни стъпки* във времето за изпълнение на тази цел, а именно: 1) последната пленарна сесия на Европейския парламент (14-17 април 2014) е определена условно като краен срок за подаване на различни предложения за подобряване работата на регистъра; 2) края на 2016 г. е условният срок, когато Европейската комисия следва да изготви предложение за превръщане на регистъра в задължителен и 3) до края на 2017 г. публичният регистър трябва да е станал задължителен за всички групи по интереси, които желаят да се включат във вземането на европейски решения¹⁰.

Очакванията са, че със задължителен регистър ще се повиши степента на прозрачност и откритост на европейския политически процес. Бъдещето ще покаже как точно ще стане това. Освен това регистърът ще е на заинтересованите страни, а регистър на засегнатите страни (на възмутени и недоволни групи граждани), не се предвижда...

¹⁰ Cerulus, Laurens. EU lobby register on track to becoming mandatory. EurActiv.com, News, 13.12.2013 <<http://www.euractiv.com/pa/brussels-lobbyism-register-road-news-532333>> (03.04.2014)

Любопитно е мнението на заинтересованите европейски асоциации на лобисти и консултанти по въпроса за задължителния регистър. По-важните от тях, а именно: EPACA (European Public Affairs Consultancies' Association), ALTER-EU (Alliance for Lobbying Transparency and Ethics Regulation) и Transparency International подкрепят преминаването към задължителен регистър със свои конкретни предложения за неговото действие, докато SEAP (Society of European Affairs Professionals) засега се въздържа.

На своята интернет страница коалицията ALTER-EU (коалиция от около 200 граждански организации, търговски съюзи, think-tanks и консултантски фирми, обявяващи се против силното влияние, което упражняват корпоративни лобисти върху европейския политически дневен ред) публикува наскоро интересен призив към комисарите: *„Не преминавайте през въртящи се врати!“*¹¹ Със свое прессъобщение от 10 март 2014 г. гражданската коалиция смята, че именно с допускането на конфликт на интереси от страна на комисарите по линия на т.нар. „система на въртящи се врати“ (revolving doors) се подкопава доверието на гражданите към европейския политически процес. Предприета е кампания: *„Да блокираме въртящите се врати!“*, която включва различни дейности като например изпращане на персонални писма до всички действащи еврокомисари, с които им се припомнят нормите от Етичния кодекс на комисарите¹², а именно: какво трябва да правят в продължение на 18 месеца след освобождаване на поста в Комисията - да дават отчет за новата си работа (за да не влязат в конфликт на интереси с предходната), както и нормата за забрана след напускане на поста да се занимават с лобиране и застъпничество, използвайки контактите си с персонала на Комисията - техни бивши колеги. Членове на ALTER-EU предоставят данни за „въртящи се врати“ в действие през 2019-2010 г. от бивши еврокомисари¹³, чиято последваща работа предизвиква съмнения за конфликт на интереси.

Ако трябва да отговорим накратко „Как лобирането води до демократичен дефицит в ЕС?“, то причините се крият в слабата регулация на поведението на най-големите фирми и техните лобисти и на поведението на европейските политици и бюрократи в случаите, когато се отклоняват от общоевропейския интерес, както и в привилегирания, а не равен

¹¹ The Alliance for Lobbying Transparency and Ethics Regulation, 'Don't go through the revolving door', transparency campaigners tell EU commissioners', 10.03.2014 <<http://www.alter-eu.org/press-releases/2014/03/10/dont-go-through-the-revolving-door>> (02.04.2014).

¹² Code of Conduct for Commissioners C (2011) 2904. European Commission. <http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/pdf/code_conduct_en.pdf> (02.04.2014).

¹³ Whatever happened to McCreevy, Verheugen et al? Corporate Europe Observatory 16.01.2014 <<http://corporateeurope.org/blog/whatever-happened-mccreevy-verheugen-et-al>> (30.03.2014).

достъп до „европейската кухня“. Привилегирован достъп осигурява системата на „въртящи се врати“. Ако не се облекчи достъпът на социално значими граждански интереси и цели до европейския политически процес, европейският политически проект е под заплаха.

Появилите се през последните години елитарни тенденции в правенето на европейска политика се отразяват и върху системата на европейско лобиране чрез развитие на един *елитарен плурализъм*, който се въплъщава в наличието на ограничен брой играчи, които участват в консултациите и имат достъп до европейските институции. Оказва се, че най-печелившите играчи са възползващите се от публично-частно партньорство. Когато говорим за европейски социални политики, отразяващи европейски социален модел, в ЕС се реализира *секторен корпоратизъм*, при който се предоставя привилегирован достъп на организациите на труда и тези на капитала до европейската политическа машина и така се реализира моделът на социално партньорство. В същото време се прилага и един *неоплурализъм* (С. Хикс), при който европейските институции предлагат привилегирован достъп на социално ориентирани организации - на инвалиди, еколози, потребители и пр. Все още обаче социеталните интереси са много по-слабо представени от бизнес интересите. Налице е сложна комбинация между плуралистични, корпоратистки и елитарни елементи в модела на правене на европейска политика/политики, а оттам и на различни модели на лобиране в ЕС¹⁴. От доминацията на един или друг елемент ще зависи и бъдещето на европейския политически проект.

Влиятелните корпоративни интереси трябва да бъдат заставени да действат в синхрон с общия европейския интерес! За това ще спомогнат нови задължителни и препоръчителни правила за поведение, с които да се съобразяват както политици и администратори, така и лобисти консултанти. А освен нормативно регулиране на оплетените в общи мрежи лобисти и длъжностни лица е нужен и ценностен консенсус в обществото (в европейското гражданско общество) относно позитивите както на бизнес лобирането, така и на гражданското лобиране за развитие на европейска демокрация „отдолу“, тъй като се оказа, че само европейската „отгоре“ няма оптимистично бъдеще.

Извеждането на преден план на проблема с регулацията на лобизма в ЕС в условията на настоящата криза може/трябва да доведе до *изясняване на контактите между отговорни, заинтересовани и засегнати страни*,

¹⁴ Lobbying the European Union (institutions, actors, and issues), Ed. by David Coen & Jeremy Richardson, Oxford University Press, 2009, pp. 346-348.

които повече не могат да се прикриват с евфемизми като „равнопоставеност“, „равен достъп“ и пр. *Неотложно трябва да пресъздадем понятието за общ европейски интерес, за нов европейски социален договор*¹⁵. Защото всички искаме да живеем в демокрация, а не в плутокрация и олигархия. Защото ожесточената конкуренция на глобалния пазар и императивите на неолибералния капитализъм след глобалната финансова и икономическа криза от 2008 г. поставят пред сериозни изпитания политическата демокрация във възприемащата се все още за социална Европа. Лобирането в ЕС може да се превърне в инструмент на самоорганизация на европейското гражданско общество, в инструмент за мобилизиране на обществена подкрепа или опозиция на различни законодателни предложения, механизъм за оказване на влияние върху европейските политики и упражняване на натиск върху европейската бюрокрация в интерес на мнозинството европейски граждани.

Библиография

1. Бек, У. Германска Европа, Изд. „Критика и хуманизъм“, С., 2012.
2. Дж. Козн, Ен.Арато, Гражданское общество и политическая теория, „Весь Мир“, М., 2003.
3. Дискурсът за Европа, Дом на науките за човека и обществото, С., 2013.
4. Схенделен, Р. Макиавели в Брюксел, Изкуството на лобиране в ЕС, Изд. Национална асоциация на общинските служители; Дипломатически институт при МВнР, С., 2010.
5. Цакова, И. Лобизъм и капитализъм // Научни трудове на УНСС, т. 2, 2012, Издателски комплекс - УНСС, С., 2012, с. 180-235.
6. Caroline De Cock, iLobby.eu (Survival Guide to EU Lobbying), Eburon Acad. Publishers, 2010.
7. Geiger, A. EU Lobbying Handbook. A Guide to Modern Participation in Brussels, Berlin: Helios Media, 2006.
8. Kelly LeRoux, Holly T. Goerdel. Political Advocacy by Nonprofit Organizations. A Strategic Management Explanation // Public Performance & Management Review, Vol. 32, No. 4, June 2009, pp. 514-536.
9. Lobbying the European Union (institutions, actors, and issues), Ed. by David Coen & Jeremy Richardson, Oxford University Press, 2009.

¹⁵ Шенвал, Фр. В какъв смисъл финансовата криза е и криза на демокрацията? // Дискурсът за Европа (философски, икономически, политически...); Дом на науките за човека и обществото, С., 2013, с. 59.

10. Cerulus, Laurens. EU lobby register on track to becoming mandatory. EurActiv.com, News, 13.12.2013 <<http://www.euractiv.com/pa/brussels-lobbyism-register-road-news-532333>>
11. Code of Conduct for Commissioners C (2011) 2904. European Commission. <http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/pdf/code_conduct_en.pdf>
12. The Alliance for Lobbying Transparency and Ethics Regulation (ALTER-EU). 'Don't go through the revolving door', transparency campaigners tell EU commissioners". 10.03.2014 <<http://www.alter-eu.org/press-releases/2014/03/10/dont-go-through-the-revolving-door>>
13. Whatever happened to McCreevy, Verheugen et al? Corporate Europe Observatory 16.01.2014 <<http://corporateeurope.org/blog/whatever-happened-mccreevy-verheugen-et-al>>