



**Институт за
Социална
Интеграция**

FOUNDATION FOR EUROPEAN
PROGRESSIVE STUDIES
FONDATION EUROPÉENNE
D'ÉTUDES PROGRESSISTES



"Мониторинг на местни избори и референдум 2015"

Трети етап -

Мониторинг на предизборната кампания за

Референдум 2015

Изготвили

**Стефан Георгиев
Чавдар Найденов
Габриела Величкова**

София

Ноември 2015

1. Вместо увод. Референдумът като инструмент на пряката демокрация. Философия и употреба.

В съвременните общества референдумът е средство за пряко упражняване на властта от суверена – народа. Функцията му е да даде на определени решения висока степен на легитимност, каквато представителните институции не могат или не искат да им дадат. Прякото допитване до народа е естествено и логично тогава, когато се определят правилата, по които самите представителни институции функционират (конституция, избирателни системи, отзоваване на избрано длъжностно лице), когато въпросът е от голямо значение (напр. обявяване на независимост) или когато преобладаващото обществено мнение е, че избраните институции не функционират напълно в съответствие с интересите на народа. По такъв начин мястото на референдума в политическата система може да се сведе до две точки – да бъде допълнение към упражняването на властта чрез представители и избрани от тях органи и да бъде коректив и балансатор, когато възникне такава степен на отчуждение между избиратели и избрани институции, която трудно може да бъде преодоляна чрез нови избори. Такъв коректив е повече от необходим поради вътрешноприсъщата на всяка организация (както държавна, така и партийна) тенденция към „олигархизация“ – концентриране на реалното взимане на решения в рамките на все по-тесен кръг лица.

2. Референдумите в България. История и опит.

В най-новата българска демократична практика първият закон, който направи възможно провеждане на национален референдум е приет едва през юни 2009 г. Това е Законът за пряко участие на гражданите в държавната власт и местното самоуправление (ЗПУГДВМС). Законът е приет на 20-тата година от началото на прехода, докато представителните институции и партиите се изграждат още от 1990 г. Преди това редица инициативи за плебисцит бяха отхвърлени на основание, че отсъства регламент за тяхното

провеждане. Видни политици и управляващи партии са оспорвали изобщо целесъобразността и демократизма на прекия вот. В закона са монтирани ред ограничения, които оставят значителни средства за контрол върху референдума в ръцете на парламента, изпълнителната власт и партиите – практически много висока граница и кратки срокове за набиране на необходимия брой подписи на граждани в подкрепа на инициативата за референдум, право на Народното събрание да „редактира“ въпроса, който се поставя за гласуване, висока граница за признаване на резултата от допитването (активност не по-ниска от тази на последните парламентарни избори). Като се добави и фактът, че почти всички медии са частни и същевременно силно зависими от изпълнителната власт за своите приходи, се вижда, че и на етапа на дебата самият референдум остава силно контролиран от висшия елит. Острите изяви на масово недоволство, които се наблюдават като минимум от зимните протести през 2013 г. насам трудно постигат резултати, които да възстановят усещането за легитимност на решенията, които се взимат. Следва да се отбележи, че в началото на 2013г. беше проведен и първия в най-новата българска история национален референдум, визиращ развитието на ядрената енергетика в България. При този първи опит беше регистрирана значително ниска избирателна активност, въпреки оспорваните дебати.

3. Основание за разработване на интернет-платформа за мониторинг на кампанията за Референдум 2015. Функции.

Като цяло не се отличават условията, при които протича общественият дебат относно инициативата за въвеждане на електронно дистанционно гласуване на парламентарни избори и референдуми на 25 октомври 2015 г. В допълнение на посоченото, беше взето решението референдумът да бъде произведен в един и същи ден с първия тур на Местни избори 2015г. Това предполагаше два основни допускания, които се превърнаха в реалност: липса на висок интерес и изместване на фокуса към местните избори и висока степен на страничен шум, който да не дава възможност за проследяване на реалния дебат.

Затова Институтът за социална интеграция (ИСИ) разработи интернет платформа за мониторинг на дебата с основната цел да помогне на избирателите самостоятелно да се

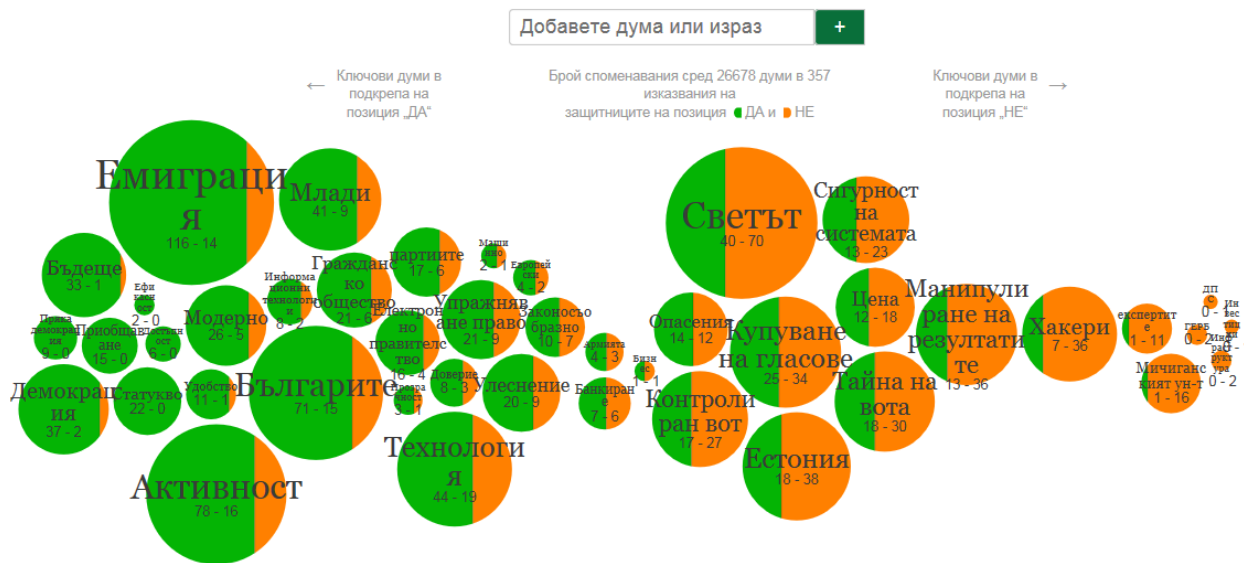
ориентират в тезите на застъпниците на двете страни. Платформата по интерактивен, удобен и нагледен начин дава достъп до база данни с по-важните изказвания на застъпниците на двете тези За и Против инициативата. Платформата, озаглавена „Национален референдум 2015“ е достъпна на интернет адрес: <http://www.izborni-poslania-isi.com>.

Накратко, платформата показва:

- основните теми в дебата и тяхното подреждане по линейна скала между двете полярни становища,
- количественото им разпределение в изказванията на двете опониращи си страни,
- предоставя на потребителя възможност да види автентичните цитати, които изразяват двете становища
- дава линкове към оригиналните публикации в Интернет
- предлага възможност за филтриране на изказванията на конкретни автори
- предлага на потребителя възможност да задълбочи своето проучване, като включи в графиката своя собствена ключова дума

Ключовите думи в дебата

Колко често защитниците на двете позиции са употребявали основни думи или словосъчетания в хода на кампанията за референдума с въпрос "Подкрепете ли да може да се гласува и дистанционно по електронен път при провеждане на изборите и референдумите?" 25 септември - 25 октомври 2015г.



4. Изходни позиции на страните преди старта на предизборната кампания. Регистрирани партии, коалиции и инициативни комитети

Изградената интернет платформа дава възможност за проследяване на дебата, отделните аргументи в подкрепа на едната или другата позиция, както и разбор на основните говорители. За да може платформата да функционира, представяйки приблизително представителна картина на проведения дебат, то в нея следваше да бъдат отчетени всички особености, относно организациите, които бяха декларирали своята мотивация за участие. Ето защо преди да се пристъпи към същностния анализ на кампанията и случилото се говорене, е редно да се очертаят изходните позиции на всички участващи, доколкото преди старта на кампанията, съгласно ЗПУГДВМС, защитаващите позиция ДА или НЕ се регистрират за участие в информационно разяснителната кампания. Това по смисъла на закона могат да бъдат инициативни комитети (ИК), политически партии (ПП) или коалиция от партии (КП). Ето каква е картината преди старта на официалната предизборна кампания на 25 септември.

В периода отреден от закона (между 31 август и 14 септември) за участие в кампанията са подали заявления общо 47 политически партии, коалиции от партии и инициативни комитети. От тях 31 политически партии, една коалиция от партии и 16 инициативни комитета. След проверка на подадените документи, регистрацията на 8 инициативни комитета е отказана или заличена. Преди всичко причината за отказа или заличаването на регистрацията е неизрядност или недостатъчен брой подадени подписи (необходими за регистрацията на ИК за участие в кампанията наброява 2500 действителни подписа на пълнолетни граждани на България). При това положение към старта на кампанията на 25 септември на терена фигурират 28 организации, защитници на позиция ДА. От тях 24 са политически партии, една е коалиция от партии и 3 инициативни комитета. Защитниците на позиция НЕ са общо 11 – от тях 6 политически партии и 5 инициативни комитета. Графиката по-долу дава визуална представа за споменатите числа и съотношения към старта на предизборната кампания.

Брой на партии, коалиции и инициативни комитети



Следва да се отбележи, че този брой на организации се запази до деня на изборите, като тук се прави уговорката, че официалната регистрация не означава задължително активно участие в дебата и кампанията. Това следва да се анализира в следващите раздели на този документ.

Оттук още може да се забележи, че защитниците на двете позиции се намират в силен дисбаланс по отношение на техния брой. Съотношението между броя организации защитаващи позиция ДА и тези, защитаващи позиция НЕ е 2,54:1. Въпреки това последвалия анализ показва, че това не е оказало съществено влияние върху начина, по който премина кампанията. Причините са анализирани задълбочено, като основния извод следва да се подчертае – голяма част от регистрираните политически партии, защитаващи позиция ДА, както и някои, защитаващи позиция НЕ, практически не взеха участие в кампанията.

С оглед коректността и изчерпателния подход все пак е редно да се споменат всички ПП КП и ИК, успешно регистрирани за участие в кампанията. Те са изброени по-долу:

ПП, КП и ИК, защитаващи позиция ДА	ПП и ИК, защитаващи позиция НЕ
ПП „БЪЛГАРСКА СОЦИАЛДЕМОКРАЦИЯ“	ПП „АТАКА“
ПП „ЕДИННА НАРОДНА ПАРТИЯ“	ПП „ЗЕМЕДЕЛСКИ СЪЮЗ „АЛЕКСАНДЪР СТАМБОЛИЙСКИ“
ПП „Движение 21“	ПП „ДВИЖЕНИЕ ЗА РАДИКАЛНА ПРОМЯНА БЪЛГАРСКАТА ПРОЛЕТ“
ПП „Ред, законност и справедливост“	ПП „ПАРТИЯ НА БЪЛГАРСКИТЕ ЖЕНИ“
ПП „Българска нова демокрация“	ПП „ДВИЖЕНИЕ НАПРЕД БЪЛГАРИЯ“
ПП АБВ (АЛТЕРНАТИВА ЗА БЪЛГАРСКО ВЪЗРАЖДАНЕ)	ПП „ДВИЖЕНИЕ ЗА ЕВРОПЕЙСКА ИНТЕГРАЦИЯ“
ПП „Възраждане“	ИК „НЕ давам гласа си за купен вот“ Представяван от Цоло Йорданов Линков
ПП „КАУЗА БЪЛГАРИЯ“	ИК Представяван от Радослав Руменов Маринов
ПП „ГЕРБ“	ИК Представяван от Павла Цветанова Цветкова
ПП „ДВИЖЕНИЕ ДЕМОКРАТИЧНО ДЕЙСТВИЕ - ДЗ“	ИК Представяван от Ивайло Александров Петров
ПП НОВОТО ВРЕМЕ	ИК Представяван от Емил Петров Иванов
ПП „НОВИТЕ ЛИДЕРИ“ (НЛ)	
ПП „ДЕОС“	
ПП ПОЛИТИЧЕСКА ПАРТИЯ „БУРГАС“	
ПП „НАЦИОНАЛНА РЕПУБЛИКАНСКА ПАРТИЯ“	
ПП „БЪЛГАРСКА ПАРТИЯ ЛИБЕРАЛИ“	
ПП „СОЦИАЛИСТИЧЕСКА ПАРТИЯ БЪЛГАРСКИ ПЪТ“	
ПП „ОБЕДИНЕНИ ЗЕМЕДЕЛЦИ“	
ПП „ЗЕЛЕНИТЕ“	
ПП „БЪЛГАРСКИ ДЕМОКРАТИЧЕСКИ ФОРУМ“	
ПП „ГЛАС НАРОДЕН“	
ПП „НОВА АЛТЕРНАТИВА“	
ПП Българска социалдемократическа партия	
ПП Радикалдемократическа партия в България	
КП Реформаторски блок	
ИК „Гласувай без граници“ Представяван от Мануела Георгиева Малеева - Франиер	
ИК Представяван от Борислава Митова Стоянова	
ИК Представяван от Цветелина Трайкова Попова	

5. Анализ на медийната среда, наблюдаваните медии. Аргументите и дебатът.

В наблюдението бяха обхванати всички достъпни чрез интернет изказвания на възможно по-широк кръг от източници. Обхватът целеше по-скоро качествена, отколкото количествена представителност, т.е. включване на възможно по-пълен спектър от

становища и автори, свеждайки до минимум повторението на почти идентични тези. Поради сравнително ниския градус на кампанията обаче, на практика в базата данни са включени като минимум две трети от публикациите в големите медии и сайтовете с висока посещаемост. Това дава възможност от окрупнените количествени съотношения да се правят изводи и за цялостния характер на протеклото обществено обсъждане на инициативата.

Тъй като активността на референдума надхвърли границата от 20%, предложението за електронно дистанционно гласуване ще се пренесе в Народното събрание, където партиите, подкрепящи тази идея имат мнозинство и следователно едва ли ще бъде отхвърлена пряко. Затова платформата на ИСИ остава актуална, а същевременно може да се направи анализ на силните и слабите страни на двете позиции и на начина на представянето им пред обществото.

В оценката си за дебата изхождаме от принципи, които са залегнали в Закона за пряко участие на гражданите в държавната власт и местното самоуправление (ЗПУГДВМС). Замисълът на законодателя е изразен в Чл. 16. Ал 5:

- **равен достъп до информация по поставения за решаване въпрос;**
- **еднакви условия за представяне на различните становища.**

На базата на всички информационни единици и изказвания, които са събрани и анализирани в платформата, смятаме, че горния замисъл не е изпълнен. Преди всичко, трябва да констатираме определен дисбаланс още в конституирането на активните участници в спора. Т.е., както вече стана ясно, неравностойността на двете позиции беше създадена още при регистрирането на инициативните комитети с позиции Да и Не. Съгласно закона, някои от тях (тези, които не получава държавна субсидия като политически партии), които получиха обем на медийния пакет за платено представяне на позиция и аргументи по време на кампанията пред националната аудитория беше неравностойно. В базата данни на платформата съотношението на публикациите е също изкривено: 70 към 30%. Тук предвидения от закона механизъм за медиен достъп бе спазен,

но резултатът не можеше да допринесе за това, аудиторията да получи адекватна представа за същността на дискусиата.

Следва да се отбележи, че в платформата фигурират и официалните позиции на регистрираните партии и инициативни комитети, с които те мотивират своето участие. Ето защо могат да бъдат намерени и цитати и изказвания от интернет страницата на Централната изборителна комисия (ЦИК), където са налични и решенията, с които въпросните заявяват своето участие.

Медии - общо			
	Позиция		Общо
	ДА	НЕ	
Общо	70	30	100
referendum2015	100	0	100
clubz.bg	100	0	100
plovdiv24.bg	100	0	100
bgonair.bg	100	0	100
politika.bg	100	0	100
Животът Днес	100	0	100
Агенция "Фокус"	100	0	100
economic.bg	100	0	100
pik.bg	100	0	100
reduta.bg	100	0	100
dariknews.bg	92	8	100
btv.bg	83	17	100
mediapool.bg	83	17	100
trud.bg	80	20	100
bnt.bg	78	22	100
standartnews.com	78	22	100
tv7.bg	75	25	100
БНР	75	25	100
ЦИК	67	33	100
novatv.bg	59	41	100
hashtag-bg.com	50	50	100
vesti.bg	50	50	100
dnevnik.bg	40	60	100
24chasa.bg	33	67	100
fakti.bg	20	80	100
avtorski.pogled.info	0	100	100
blitz.bg	0	100	100
"Дума"	0	100	100
facebook.com	0	100	100
glasove.com	0	100	100

Радио и телевизия			
dariknews.bg	92	8	100
btv.bg	83	17	100
bnt.bg	78	22	100
tv7.bg	75	25	100
БНР	75	25	100
novanews.bg	59	41	100

Разпределението още показва, че инициативните комитети са избирали не най-тиражните средства за масова информация. Например, от 421 въведени изказвания, 112 са публикувани в съществуващия от около година новинарски сайт hashtag-bg.com, 68 в специален сайт, създаден от един от ИК (Гласувай без граници) - referendum2015.bg. Общо 227 изказвания са публикувани в интернет сайтове, били те новинарски или политически и коментарни. В контраст с това, само 111 са видели бял свят в най-влиятелните аудиовизуални медии – телевизия и радио. Национални общополитически вестници като „24 часа“, „Труд“, „Стандарт“, „Дневник“, и др. са станали трибуна на едва 25 изказвания в базата данни. Съответно трудно може да се говори, че участниците в дебата като цяло са се стремели да убедят масовия електорат.

На второ място, дисбалансът между „Да“ и „Не“ е още по-отчетлив при националните аудиовизуални медии. Прави впечатление, че той е не по-малък при обществените медии – БНТ и БНР. Един пример: в предаването „Референдум“ на БНТ, посветено на темата за електронното гласуване, от 11 участници, само 2-ма представяха позицията „Не“. Дисбалансът беше не само количествен. Например, в рамките на специалната рубрика за референдума, БНТ допусна фактически неистини от собствен автор (Твърдението, че французите могат гласуват по интернет, докато всъщност такава възможност има само за живеещите в чужбина; твърдението, че в Канада местните избори се правят чрез интернет, докато всъщност това е вярно само за малка част от общините¹).

Как и доколко беше пълноценен дебатът? Отговор на този въпрос ни дава основните тематични кръгове.

¹ Информацията е налична тук: <http://bnt.bg/news/referendum-2015/elektronno-glasuvane-po-sveta>

Дали въпреки този дисбаланс все пак помогна за предизвикване на интерес и ориентиране на избирателите? Нека видим, как се оформят аргументативните схеми на двете страни.

Количественото разпределение на темите в изказванията на защитниците на двете позиции показва, кои аргументи те преценяват като най-силни в своя полза.

Привържениците на позицията „Да“ предпочитат най-много темите за: (Виж левия сектор на графиката от заглавната страница на платформата²)

- Приобщаването на емиграцията (116 споменавания), за запазване на тяхната българска идентичност (71) чрез участие в политическия живот на родината, повишението на избирателната активност (78), особено сред младите хора (41).
- Особено внимание те отделят на кръг от въпроси, свързан с оздравяването на демократичните процеси (37), гражданското общество (21) и пряката демокрация (9), упражняването на правото на глас (21), както и борбата със „статуквото“ (22), партиите (17).
- Трети кръг от предпочитани от тях въпроси е свързан с модернизацията (25) и перспективното мислене за бъдещето (33), електронното управление (10).
- По-малко е застъпен четвърти тематичен кръг, обхващащ предимствата на е-гласуването – улесняването на самия акт на гласуване (20), удобството (10), достъпността (6), прозрачността (3)

Привържениците на позицията „Не“ предпочитат да отделят най-много внимание на (виж десния сектор на графиката):

- Световния опит (70), естонския модел (38) и доклада на Мичиганския университет относно гласуването по Интернет в Естония (16)
- Опасностите от хакване на системата за е-гласуване (36), манипулиране на резултатите (36), разкриване на тайната на вота (30), както и предпоставка за облекчаване на търговията с гласове (34)

² Тук: <http://www.izborni-poslania-isi.com/>

В хода на кампанията тези предпочитания еволюираха. Позоваването на световния опит и на Естония се придвижи от полето на „Да“ в полето на „Не“.

Особено оспорвани територии се оказаха (виж централния сектор на графиката) сигурността на системата (13 пъти засегната от привържениците и 23 пъти от противниците), за купуването на гласове (25/34), разходите по инвестиране и поддръжка на системата (12/18), законосъобразността на новото средство за гласуване (10/7) и съпоставката с интернет-банкирането (7/6).

Както виждаме от графиката, по над 90% от темите има сблъсък на тези и възражения. На базата на откъсите, до които получаваме достъп от графично изобразените теми, можем да резюмираме аргументите и контрааргументите по всяка от тях:

Тема	Привържениците на „Да“	Привържениците на „Не“
Емиграция	Ако гласува Всеки българин, независимо от местонахождението си, ще се чувства ангажиран със съдбата на родината си и да покаже своята гражданска ангажираност.	Може да се въведе гласуване по пощата; и в страната българите, макар гласуването да е лесно, се чувстват все по-отчуждени от институциите на управлението.
Повишение на активността	Ел. гласуване не зависи от разстоянията и ще повиши активността, особено в чужбина. То е естествено за младите и ще повиши и тяхната активност.	1/ Ел. гласуване няма да повиши активността, защото то не засяга причините да не се гласува. Причината е в разочарованието от политиката. 2/Опитът на Естония показва, че по електронен път гласуват хора, които и без това биха гласували.
Патриотични мотиви	Призоваваме масово българите да гласуват на референдума и да кажат звучно „ДА“ на електронното гласуване! „ДА“, което мощно ще отекне в ушите на самозабравилото се политическо статукво. Ние искаме да се даде възможност и на младите, динамичните, на българите в чужбина да могат да гласуват.	Близко половината българи имат малък или никакъв опит с компютри и интернет. Българите не искат властта да избира себе си, владеейки технологията.
Младите	Младите са отчуждени от политиката и електронното гласуване ще ги приобщи към нея. Това са технологиите, които те	Младите гласуват по-малко заради липса на интерес към политиката, а не заради начина на гласуване. Второ, сред тях

	познават и използват по навик.	има не по-малко противници на електронното гласуване.
Бъдеще, прогрес	Животът на човечеството се дигитализира, следователно това ще се случи и с гласоподаването	Много дейности се дигитализират, но не всички, а тези, при които от това има полза.
Удобство	Удобно е да гласуваш от офиса или дома, вместо в избирателна секция	Няма смисъл гласуването да е лесно, ако няма да е честно.
Купуване на вот	Ел. гласуване ще повиши активността и така ще намали тежестта на зависимия вот. Технологията ще спре купуването на гласове. Политиците са против, защото не могат да купят вота на българите в чужбина	Тъкмо обратното, електронното гласуване оставя следи, които позволяват проверка, дали избирателят е изпълнил сделката. Така ще облекчи търговията с гласове.
Електронно банкиране	То е надеждно и потребителите му имат доверие	При банкирането се запазва самоличността на извършителя на транзакцията, а при гласуването задачата е обратната - да се заличи връзката между гласоподавателя и неговия вот.
Свят (два варианта)	1/Електронното гласуване е световна практика, има го в много развити страни. 2/Има го в малко страни, но нека поемем риска да бъдем водещи в света	1/Не е вярно, че светът преминава към електронно гласуване. Редица западни страни забавиха или ограничиха подобни начинания. Естония е изключение. 2/Нека почакаме проблемите със сигурността да бъдат решени.
Естонският пример	В тази страна от 10 години се прилага електронно гласуване. Досега не е имало провали. 30% използват тази опция. Слабите места в естонската система могат лесно да бъдат защитени чрез софтуер и мерки за оперативна сигурност.	Американски учени са доказали експериментално, че естонската система е уязвима в основните звена: личните компютри на гласуващите, преброяването на гласовете тайната на вота. Отговор на възражението: Хакерите и злоумишлениците винаги намират начин да преодолеят новите мерки за сигурност, а при избори залогът е голям.
Манипулиране на резултатите	Резултатите ще се отчитат надеждно. Твърденията, че ще има масова подмяна на вота са безпочвени, тъй като експертите	Информационните системи дават възможност един човек бързо и лесно да подмени огромно количество данни, за

	още не са уточнили технологията и софтуера.	разлика от традиционното гласуване, в което са ангажирани хиляди хора.
Модерност, прогрес	Живеем в дигитални времена. Невъзможно е да се спре дигитализацията. Тя е неизбежна като земното притегляне и атмосферното налягане, като смъртта и данъците, като приливите и отливите.	Обществото не е узряло. Докато каруци обикалят по централни улици на столицата, няма как да сме готови за електронно гласуване.

В своята аргументация привържениците на електронното гласуване се съсредоточават върху резултатите, докато критиците се фокусират върху начина. (Що се отнася до начина, първите говорят за удобството, улесняване, достъпност, ефикасност, прозрачност, но количествено погледнато, това за тях остава на втори план).

Първите - върху мотивиращи ключови думи-символи: активност, българите, емиграцията, младеж, модерност, демокрация, пряка демокрация, гражданско общество, статукво, IT- технологии, електронно правителство, приобщаване. Вторите - върху основните принципи на честните избори: тайна на вота, вярно и надежно преброяване, без манипулации, софтуерни намеси, свобода на вота, недопустимост на купуването и продаването на гласове или други форми на контрол.

Ако трябва да обобщим, привържениците на електронното гласуване настояват, че ако процесът протича по лесен, удобен и достъпен начин, той ще реши основни и все по-задълбочаващи се проблеми на нашата демокрация, каквито са контрола върху избирателя, търговията с гласове, неангажираността, апатията, ниската активност и разобщеността на нацията. Критиците пък настояват, че ако технологията не гарантира това изборите да са честни, то няма да има полза от това, че са лесни.

От гореочертаната картина може да се направи **извода**, че привържениците на ел. гласуване биха спечелили, ако положат повече усилия да обосноват тезата, че то ще реши, а няма да усложни такива дефекти на нашия електорален процес, каквито са контролирания и купения вот.

За сметка на това критиците рядко намират за нужно да оспорват, че новото средство ще насърчи участието на емиграцията в изборите; почти никой не възразява, че използването на интернет-технологията за гласуване може да бъде лесно, ефикасно, че има перспективи, че е модерно. Опонентите не отхвърлят тезата, че ел. гласуване в бъдеще ще бъде приложимо, без да бъде жертвана честността и свободата на избора, както и че политическото статукво е неудовлетворително, а традиционната технология все повече скърца и буксува поради човешкия фактор. За тях основното опасение е за замяна на вота на избирателите с друг, който не са направили и за разкриване на личния вот, което може да стане средство за натиск върху избирателите.

Трябва да се отбележи обаче, че сблъсъкът не протече като реален диалог, в който двете страни взимат под внимание възраженията на опонентите и се аргументират с логика и факти. Почти всички използвани формати бяха монологични и становищата в тях бяха по-скоро монологична декларация или перифразиране на „опорни точки“.

Единствено изключение в посоката на пълноценния диалог бе интернет-формат, приложен в Икономедия – писмена дискусия между 2-ма застъпници на двете гледни точки, с възможност да отговорят на началните тези на опонента и възможност за включване в дебата на читатели чрез форум³. За съжаление, броят на читателските мнения показва по-ниско участие, в сравнение с други теми в тази рубрика (43).

Следва да се отбележат още няколко любопитни наблюдения:

- ❖ Наблюдението на основните телевизии показва, че защитниците на позиция НЕ много често не бяха канени самостоятелно на участие. По-скоро те бяха канени като контрапункт на позиция ДА. Обратните случаи бяха факт – в някои предавания бяха канени самостоятелно защитници на позиция ДА.
- ❖ В някои отделни телевизии във видео материали се дава думата на „обикновени“ граждани, които се изказват в подкрепа на електронното гласуване, без да бъде

³ Съдържанието е налично тук:

http://www.capital.bg/interaktiv/debati/54_da_se_glasuva_li_i_distancionno_po_elektronen_put_na/2628264_da_se_glasuva_li_i_distancionno_po_elektronen_put_na/#con

уточнено, че това е платено съобщение, а минаващо под шапката на разяснителна кампания

- ❖ **Най-експертния дебат се водеше на територията на блоговете. Някои медии се възползваха от това и препечатаха мнението на популярни блогъри, или публикуваха специално създадени за медията техни текстове. Това е и допълнителна причина истински дебат на полето на популярни телевизионни предавания да не се случваше интензивно.**

Задачата на избирателя беше допълнително усложнена от размяната на обичайните роли. Лица и групи, публично известни с „глобалистките“ си позиции в политическия живот, поставяха ударение върху патриотизма (често повтаряне на думи-символи като българи, сънародници), докато техните опоненти предпочитаха да наблягат именно на световния опит. Предлагащите електронно гласуване отдаваха голямо внимание на емоционални послания за целите и оставят на заден план конкретното описание на новото средство, което представят; обратно, именно критиците се позовават на фактите, на описанието, на авторитета на експертите. При това именно заемащите позиция „против“ се позоваваха на конкретни източници, често с интернет линкове към материали и доклади, издадени във водещи западни страни.

Част от обяснението за некохерентния дебат може да се потърси в политическата канава и налаганите от нея тактики. Едно от най-силно въздействащите средства в риториката са “ад хоминем” аргументите. Преобладаващата част от заелите позицията “Да” тематизираха колективния образ на противниците на референдума - това за тях са силните на деня, привържениците на статуквото, партиите, ползващите купуване на гласове, “статуквото”. От своя страна обаче, заемащите позицията “Не”, с едно изключение, не се опитваха да рисуват образа на врага в лицето на своя опонент, да описват някакви неблагоприятни интереси и черти на инициаторите. На пръв поглед, и двете поведения учудват. Те биха били логични, ако референдумът бе иницииран от опозиционните сили, докато всъщност той е предложен от президент, чиито личен политически опит е свързан с управляващата партия и е пуснат в ход от управляващото мнозинство в парламента. Сред

активните пропоненти има мнозина заявени привърженици на управляващите, докато сред опонентите няма такива. Това би дало повод на противниците да обвинят привържениците в противоречие.

Въздържанието им може да се обясни с тактически съображения или интуиция: ако дадат повод дебатът да бъде пренесен на плоскостта на партийното противоборство, там управляващите имат електорално мнозинство и така загубата на позицията Не би била гарантирана. С това може би се обяснява, че не отвърнаха на нападките по огледален начин, а предпочетоха да се опрат на доводи от по-рационален тип.

Следва да се отбележи нещо много важно, базирано на първоначалните заявки за участие в тази кампания. В случая под „заявки“ разбираме активната регистрация за участие и защита на конкретна позиция по отношение на зададения на референдума въпрос. **Силно впечатление прави факта, че голяма част от регистрираните политически партии практически не се включиха в дебата и не участваха със свои тези по време на кампанията.** Това важи както за парламентарно представени формации, така и за по-малки партии. Следва да се отбележи, че партии, регистрирани да защитават позиция ДА, като например ГЕРБ, АБВ, РЗС изцяло или почти отсъстват от разговора за електронното дистанционно гласуване. Извода е валиден и за по-малки формации, отстояващи същата позиция. Сред защитниците на позиция НЕ същия извод може да се направи за формации като Атака, Земеделски Съюз „Александър Стамболийски, Партия на Българските Жени и др. Идва да се зададе следния въпрос: Каква е била причината политически организации да се регистрират за участие в едномесечна предизборна кампания след като не вземат участие в нея?

Друг любопитен елемент, който беше отчетен от наблюдателите и администраторите на платформата е следния. В рекламни клипове по националната телевизия и социалните мрежи можеше да се забележи, как кандидати за кметове или общински съветници в различни общини излизат с имената си и агитират в кампанията за референдума, като по този начин се ползват и от предвидените за целта медийни пакети. В тези видео клипове кандидатите не агитират за себе си, ето защо в случая формално нарушение не е налично, **но остава подозрението за скрита реклама и агитация в полето на местните избори.** Примери за това са клипове на **ПП Българска Социалдемократия и МК „Пловдив Утре“.**

6. Дебатът за референдума в контекста на проведеното гласуване и обявените резултати

Официалните резултати от проведения референдум показват следното⁴. Общ брой гласували на 25 октомври са 2 587 593, или избирателна активност от 39,67% от имащите право на глас. С ДА са гласували 1 883 411 български граждани, или 69,5%. С НЕ са гласували 704 182, или 25,99%.

Забележително е, че цели 4,51% са недействителните гласове. Това в абсолютни стойности са 122 339. Хипотезите за този висок дял недействителни гласове са няколко. Едната най-логична възможност е, тези бюлетини да са сгрешени и действително над 100 хиляди граждани да не са успели да гласуват изрядно. Предпоставки за това безспорно има – съвместяване на референдума с местните избори, големият брой бюлетини, лоша организация на изборния процес на всички нива и т.н. Факт е обаче, че бюлетината на референдума беше възможно най-простата и едва ли е затруднила толкова много български граждани. По-релевантна хипотеза е че ветоятно голяма част от недействителните бюлетини всъщност са празни, което означава, че значителен брой български граждани не са успели да вземат информирано решение и следователно са счели за нормално да не отбележат своя глас. Това е пряко свързано с мониторинга на дебата и направения по-горе анализ. От една страна не толкова високата избирателна активност (все пак тя не достига броя гласове, колкото са необходими за да превърнат резултата в решение, а именно 3 500 000 граждани), както и високия дял недействителни гласове свидетелстват за липса на яснота, мотивация и липса на приоритет сред по-голямата част от българските граждани.

Горният извод се потвърждава и от още три факта. Както вече беше споменато едни от основните тематични аргументи за въвеждането на електронно дистанционно гласуване бяха българите в чужбина, както и младите гласоподаватели.

Относно българите гласували на референдума зад граница – по данните на ЦИК всички българи, живеещи в чужбина и упражнили правото си на глас са 27 035. Това прави 1% от всички гласували. Това е най-ниското участие зад граница, което може да се сравнява само с изборите за Европейски парламент (2009 и 2014г.) и предходния

⁴ Данните са от официалната страница на ЦИК: <http://results.cik.bg/minr2015/tur1/referendum>

референдум от 2013г. Основната разлика обаче се корени в това, че българите в чужбина фактически са основен адресат и аргументативен арсенал на защитниците на електронното гласуване, което би следвало да доведе до интензивен вот на нашите сънародници. В този смисъл изключително ниската активност в чужбина не може да бъде обяснена с нищо друго освен с липсата на интерес и мотивация. Тук безспорно и самата кампания оказва влияние и едномесечното говорене, което предхождаше изборния ден очевидно не е достигнало, за да може да мотивира голям брой българи в чужбина да гласуват.

Относно младите хора – по аналогичен начин аргументът „млади хора“ също беше сред основните аргументи, участвали в дебата. Факт е обаче, че възрастовата група от 18 до 30 години е една от най-слабо активната на референдума. Това сочат данни от екзит-пол проучване на Агенция Афис, осъществено по поръчка на БНР⁵. Според социолозите участвалите гласоподаватели от тази възрастова група е около 1/3. В сравнение с тях например половината българи между 40 и 50 години са отишли до урните на 25ти Октомври. С други думи – и при другия основен адресат на аргументацията, не се отчита висока степен на мобилизация за гласуване – младите, като основен потенциален потребител на електронното гласуване, всъщност не са счели за важно да изразят своето мнение дали в България такова гласуване да бъде въведено.

Третият често използван аргумент е „избирателната активност“ - данните от ЦИК и от същия екзит-пол показват, и донякъде логично, че избирателната активност на местните избори е по-висока, отколкото тази на референдума. Нещо повече, според социолозите 98% от гласувалите на референдума са гласували и на местните избори, докато 87% от гласувалите на местните избори са гласували и на референдума. С други думи едва 2% от гласувалите на референдума са отишли до изборните секции специално заради него. В същото време 13% от гласувалите са сметнали темата и въпроса за нерелевантен и изобщо не са пуснали бюлетина за него. Тези данни идват да покажат, че ако референдума за въвеждане на електронно гласуване беше проведен самостоятелно, то спокойно може да се допусне, че избирателната активност щеше да бъде значително по-ниска.

⁵ Данни съобщени в ефира на БНР във вечерта след изборния ден и предоставени от социологическата агенция.

Всичко това навежда на следния извод. **Кампанията, предхождаща гласуването на втория национален референдум не е успяла да мотивира достатъчен брой български граждани. Явно говоренето и липсата на съдържателен дебат, встрани от монологичното повторение на еднакви тези, по-скоро е демотивирало значителна част от българите да гласуват на националния референдум.**

7. Основни изводи от проведеното наблюдение

- ❖ За участие в информационно-разяснителната кампания относно дистанционното електронно гласуване бяха регистрирани успешно 28 организации (ПП, КП и ИК), защитници на позиция ДА и 11 организации (ПП и ИК), защитници на позиция НЕ. Това предзададе известен дисбаланс по отношение на двете страни още на входа на кампанията.
- ❖ В рамките на кампанията, предхождаща референдума, сблъсъкът не протече като реален диалог, в който двете страни взимат под внимание възраженията на опонентите и се аргументират с логика и факти. Почти всички използвани формати бяха монологични и становищата в тях бяха по-скоро монологична декларация или перифразиране на „опорни точки“.
- ❖ Във връзка с гореописаното - експертният дебат се водеше на територията на блоговете. Някои медии се възползваха от това и препечатаха мнението на популярни блогъри. Това е и допълнителна причина истински дебат на полето на популярни телевизионни предавания да не се случваше интензивно.
- ❖ Въпреки значително по-високата активност в сравнение с референдума от 2013г., кампанията не успя да мотивира достатъчен брой български граждани. Основни адресати на кампанията като младите българи и живеещите зад граница се оказаха относително пасивни. Липсата на съдържателен дебат по-скоро е демотивирало значителна част от българите.

- ❖ След втори национален референдум, незадоволителен и небалансиран като дебат, обществен отклик и краен резултат, има риск от принизяване на тази сравнително нова институция в България. Възможно е това да доведе до амортизация на доверието и интереса към нея и да създаване трайна представа, че прякото допитване е просто още един от управляемите инструменти на партиите в техните противоборства. Политическата ни система би се лишила от резервен, но съвсем легитимен канал за изява на алтернативни политически идеи и то тъкмо в период, когато кредитът на уважение към нея се изчерпва.
- ❖ Изградената интернет платформа ще продължи да бъде полезна и актуална за българските граждани поради факта, че въпросът от референдума влиза за обсъждане и разработване в Народното събрание.

8. Възможни препоръки и предложения

- 1) Желателно е рязко да се намали прагът и да се увеличи периодът за набиране на подписи за предизвикване на национален референдум от инициативен комитет - под 100 000, за да бъде достъпен и за организации, които не представляват част от властовото статукво.
- 2) Възможно е да се помисли за промени в законодателната рамка на дебатите така, че привърженици и противници на инициативата, която е предмет на референдума да имат равно присъствие в най-тиражните медии.
- 3) Поне 50% от прилаганите медийни формати да бъдат от диалогичен и рационален тип
- 4) Медийните пакети да се трансформират „в натура“. Под това се има предвид двете страни в диалога да получат равен дял от аудиторията, пресметната по методите, с които рекламистите закупуват количествени дялове от аудиторията.

- 5) Кампанията на страните, регистрирани с позиция по референдума да се разтегли във времето, за да се даде възможност за аргументите да бъдат избистрени, заблудите да бъдат отсети и да се даде преднина на рационалните методи на убеждение. Мотивите за това са, че така би спаднала ефективността и би нараснала цената на ПР техники, които целят да създадат емоционална аура и масови афекти около дадена позиция, вместо да доказват правота.
- 6) Когато референдуми съвпадат във време с избори, е добре основната част от дебата да бъде разположена в период преди предизборните кампании, за да не подменя темата.
- 7) Независима неправителствена организация да следи и обнародва случаите на открити фактически грешки и заблуди, каквито масирано се използват в политическите дискусии в България, включително и тези, по повод референдуми.