

OPTIMAL CONDITIONS FOR THE CORRECT PROCEEDING AND DECISION-MAKING OF REFERENCES

Abstract: The article answers the question: What are the optimal conditions for a referendum to be properly prepared and conducted? The author groups these conditions into two main groups - objective and subjective. The content of the article unfolds on the same lines: the objective conditions can be attributed to: the existence of a political situation and a problem giving rise to the need for a referendum, public opinion polling, political marketing and the work of the mass media in the situation, specific prerequisites related to the formulation of the question, which will be put on a nationwide consultation, ensuring freedom of will, etc.; to the subjective conditions should be considered individual persons as participants in the referendum and their interaction with the groups to which they belong in one way or another, their value system, motivation, political culture, etc.

Author information:

Ivan Ivanov

PhD in History

✉ ivan.2000@gmail.com

🌐 Bulgaria

Keywords:

referendum, political situation, political marketing,
personal motivation, value system, political culture,
person-group interaction, normative basis

За референдума като политико-правен инструмент има достатъчно научни публикации, които го осветляват като форма на пряката демокрация. Но той предизвиква и множество въпроси измежду които и следният:

Кои са оптималните условия, при които един референдум може правилно да бъде подготвен и проведен? Следва опит да се систематизират тези условия.

Най-общо *оптималните условия за подготовката и произвеждането на един референдум могат да се групират по следния начин:* I-ва група – **обективни условия**; II-ра група – **субективни условия**.

Към **обективните условия** могат да бъдат причислени: наличието на политическа ситуация и проблем, пораждащи необходимостта от референдум, проучване общественото мнение, политически маркетинг и работа на масмедията в съответната ситуация, конкретни предпоставки свързани с формулирането на въпроса, който ще бъде поставен на всенародно допитване, осигуряване свобода на волеизявлението и др.

Към **субективните условия** трябва да се разглеждат отделните личности, като участници в референдума и тяхното взаимодействие с групите, към които по един или друг начин принадлежат, с тяхната ценностна система, мотивация, политическа култура и др.

Наличието на нормативната база е най-важното обективно условие за произвеждане на референдуми. В голяма степен тяхното приложение зависи от това доколко те са институционализирани или не. Например, в България е налице такава правна регламентация. Референдумът има дълбока демократична същност и намира своето място в управлението на държавата като една от основните форми на демокрацията. Чрез референдума волята на народа се конституира в обща воля за решаването на важни въпроси от държавната политика или приемането на нормативни актове. Като такъв той има своето подобаващо значение отразено в Конституциите и

законодателството на либерално-демократичните държави, в чиято общественно-политическа практика се използва.

Тук трябва да се постави и въпросът за съотношението между законодателната дейност на парламента и референдума. Все още прякото законодателство не е заело полагащото му се място в системата на демокрацията. Тук не става въпрос за превръщането на референдума в постоянен способ на нормотворчество, а за необходимостта от оптимално използване на двете форми на законодателна дейност. И при възможно най-широко приложение на прякото законодателство, при съвременните динамични социални процеси законодателната дейност, осъществявана от върховния представителен орган ще си остане основният, най-често използван способ. И нещо много важно, което трябва да се подчертае, когато се изяснява нормативната база на референдума: волята на народа чрез даден акт утвърден по пътя на референдума не се нуждае от допълнително държавно санкциониране. Тя веднага след утвърждаването на акта става общозадължителна. Би следвало всеки такъв акт да се изменя отново чрез референдум, независимо от това, че процедурата става по-сложна.

Важно е да се определи в съществуващата нормативна база и с какво мнозинство, при референдум, ще бъде валидно решението. Добре е то да бъде прието с 2/3 от гласовете на избирателното тяло, тъй като мнозинство от 1/2+1 може да възпроизведе отново поляризацията в обществото по поставения на санкциониране чрез пряк вот въпрос, а това би довело не до постигане на национален консенсус, а до пораждаване на конфликти.

Наличието на подходяща политическа ситуация и общественозначим проблем, които да налагат произвеждането на референдум е едно от най-важните обективни условия. Във функционирането на обществото периодично изникват политически ситуации и въпроси, които създават напрежение и твърде често са обект на желание за произвеждане на референдум в публичното пространство. Понякога отделни представители на елита, следвайки свои популистки ходове, съзнателно поддържат дискусията в тази посока. Затова тук трябва да се подчертае: на референдум могат да се подложат за решение само онези политически ситуации и въпроси, които са регламентирани в законодателната база. Недопустимо е поставянето на въпроси, които са продиктувани от теснопартийни или егоистично-елитарни потребности. Примери в това отношение има достатъчно: например, след като Георг Хайдер застава начело на управлението в Австрия, Европейският съюз публично изрази недоволството си, че на такъв висок пост е избран национал-социалист, правейки аналогии с Хитлер. Обидени, съпартийците на Хайдер, веднага през февруари 2000 г. предложиха референдум за излизане на Австрия от ЕС. Това предложение не бе отговор на назряла обществена необходимост, налагаща напускането на страната от евроструктурата. Ето защо, то не срещна одобрението на австрийските граждани.

Политически ситуации, диктуващи необходимост от произвеждане на референдуми могат да възникнат не само в началото на установяване на определен политически строй в дадена страна. Те могат да се появят във всеки момент на нейното функциониране. Примери за референдуми в началото на политическо преустройство са референдумите проведени след Втората световна война в Дания, Белгия и Гърция за възстановяване на монархията. На референдум от 1974 г. гърците после премахват монархията и обявяват република. Гърция е типичен пример за това как референдумът в рамките само на тридесетина години променя изцяло политическия облик на една държава и тласка политическите процеси в нея, в различни посоки.

Съществуват и много примери за това, как в хода на функционирането на един държавен механизъм могат да изникнат сериозни политически ситуации и проблеми, за които се налага народно санкциониране. В повечето случаи се касае за сериозни конституционни реформи, засягащи модернизацията на обществото. Така през май

1999 г. в Гватемала избирателите отхвърлиха пакет от предложения за такива конституционни реформи, предвиждащи равни права за националното мнозинство с индианците май, както и съкращаване на армията. В Украйна предложението за такива конституционни реформи бяха одобрени. През април 2000 г. украинците на референдум решиха четири въпроса: държавният глава да има право да разпуска законодателния орган, ако той не може да формира парламентарно мнозинство и не може да приеме държавен бюджет; ограничаване на парламентарния имунитет; намаляване на броя на депутати от 450 до 300; създаване на двукамерен парламент.

В България назряват политически ситуации, които налагат конституционни реформи – например, изискванията на ЕС за продажба на българска земя на чужденци, разрешаване партии на етническа основа. Както вече бе посочено, дори в частта за народното допитване е необходима поправка в Конституцията отнасяща се до две неща: даване възможност извън посочените правни субекти инициатива за произвеждане на референдум да имат гражданите (при определена квота за инициране) и техните сдружения, с което ще се развие повече гражданското общество у нас; да бъдат точно определени и разширени въпросите, по които може да се иницира референдум както на национално, така и на местно ниво. Пример за това може да бъде Закона за общинските работи от 1909 г., при който тези въпроси са ясно формулирани.

Изборът на политическата ситуация налагаща произвеждането на референдум трябва да отговаря на потребностите и намеренията на цялата нация, не само на управляващите. В противен случай такъв референдум е предварително обречен на провал, какъвто бе провалът с италианския референдум от 22.V.2000 г., когато пред урните се явиха само 32% гласоподаватели.

За да постигне своето значение референдума са необходими и някои предпоставки:

- Да бъде ясно и точно определен въпросът (въпросите), който ще се решава (решават) както и резултатът, който ще настъпи от решаването му (им). Не трябва да има никакво съмнение или недоумение у гражданите по това - какво и защо ще се решава от тях. В противен случай те или ще се въздържат от участие или ще вземат неадекватно на действителната им воля решение.
- Необходимо е разработването и използването на конкретна методика за непосредственото осъществяване на държавната власт от народа отнасяща се и за сумирането на волеизявленията на гражданите, за да не се допусне тяхното извращаване.
- Осигуряване пълна свобода при вземане на решението. Пропаганда и агитация чрез масмедииите и формите на политически маркетинг са допустими в рамките на една точна и всестранна аргументация на референдума, но недопустима с каквато и да е манипулация върху волята на гражданите. Те трябва самостоятелно и свободно да решават каква позиция да заемат по поставения въпрос.

Социологическите изследвания и проучването на общественото мнение са важна съставна част от подготовката на един референдум. При провеждане на референдум трябва да се отчита създалото се обществено мнение и обществени настроения по предложените за обсъждане въпроси. В повечето случаи на него му се приписва квалификацията, че е глас на народа, някаква безгранична мъдрост и т.н. Вярно е, че въпреки ограничената информация, с която разполагат обикновените хора, често те са по-мъдри от своите политици и държавници или поне водени от по-благородни стремежи. Обществено мнение каквото и да е то представлява голяма сила, но поради своята анонимност то е безотговорна форма на власт и за това е особено опасно. Лошата пропаганда на една група хора много лесно може да навреди на другите.

Общественото мнение е сложен социален феномен, в постоянна промяна, непрекъснато сменяща фокуса, насоката и характеристиките си в отговор както на прякото лично въздействие, така и на призивите на онези, които упражняват контрол и имат достъп до медиите. Ако връзката между общественото мнение и управлението е отслабена, могат да се получат и политически вълнения.

Социолозите от НЦИОМ определят кога се появява необходимост от проучвания на общественото мнение по следния начин [5]:

Според тях, проучвания на електоралните намерения са необходими когато се лансира нов, политически субект; когато съществуват индикации за рязък обрат в електоралните нагласи; когато се знае, че хората са разочаровани от политиците и е нужно да

се регистрира в каква посока ще се излее т.нар. “протестен вот”; когато една политическа сила сменя принципния си възглед по даден въпрос; когато една политическа сила сменя традиционното си поведение и търси нов имидж.

Реално всички тези условия са налице в България, когато се говори за евентуално провеждане на референдум. Ако трябва да се интерпретира горното може направо да се каже: в българското политическо пространство е налице един нов политически субект – “продължаващото мнозинство”, което в значителна степен се различава по ориентацията от първоначалното, от 1989 г. Регистрирано е високо недоверие към политиците, което при едни следващи избори ще се излее в протестен вот на негласуване. Ако се подложи определена политика на национален референдум, то твърде е възможно желанията на политиците и стремежите на обществото да се разминат, което ще е също протестен вот срещу управляващите.

Социологическите изследвания и проучвания на общественото мнение са важен индикатор за това, кога в обществото е назряла необходимостта от референдум. Но те в никакъв случай не могат да заменят референдума, поради това, че той има конституиращ характер.

Следва дълбоко да се подчертае: Единственият, безусловен начин, при който управляващите биха се съобразили с общественото мнение е, когато то е категорично изразено, чрез конституиране на общата воля в решението взето на референдум.

Референдумът поставя и въпроси свързани с политическия мениджмънт и маркетинг. Рекламата остава сред най-предпочитаните средства за политическа комуникация. Чрез нея партиите се стремят да обяснят на избирателите защо са длъжни да направят даден политически избор; с други думи целта на рекламата е в опростен вид да ориентира потенциалните избиратели по отношение на дадено политическо положение, в случай, необходимостта от провеждането на един референдум. Политическият маркетинг подобрява степента на качеството и ефективността на комуникациите, партиите и гласоподавателите. Една реклама, която електоратът вижда и разбира, допринася много повече отколкото сложните политически анализи, които почти никой, освен професионалистите не познава. **Мишел Бонгран** пише [1, с.23]: “Но дори и за критиците на политическия маркетинг става ясно, че реалните политически кампании отдавна не се правят за едно просветно малцинство. За мнозинството изборът да голяма степен е случаен. Политическият маркетинг трябва да подпомогне този избор, да го направи по-истински и в полза на всички - партии, политици, гласоподаватели

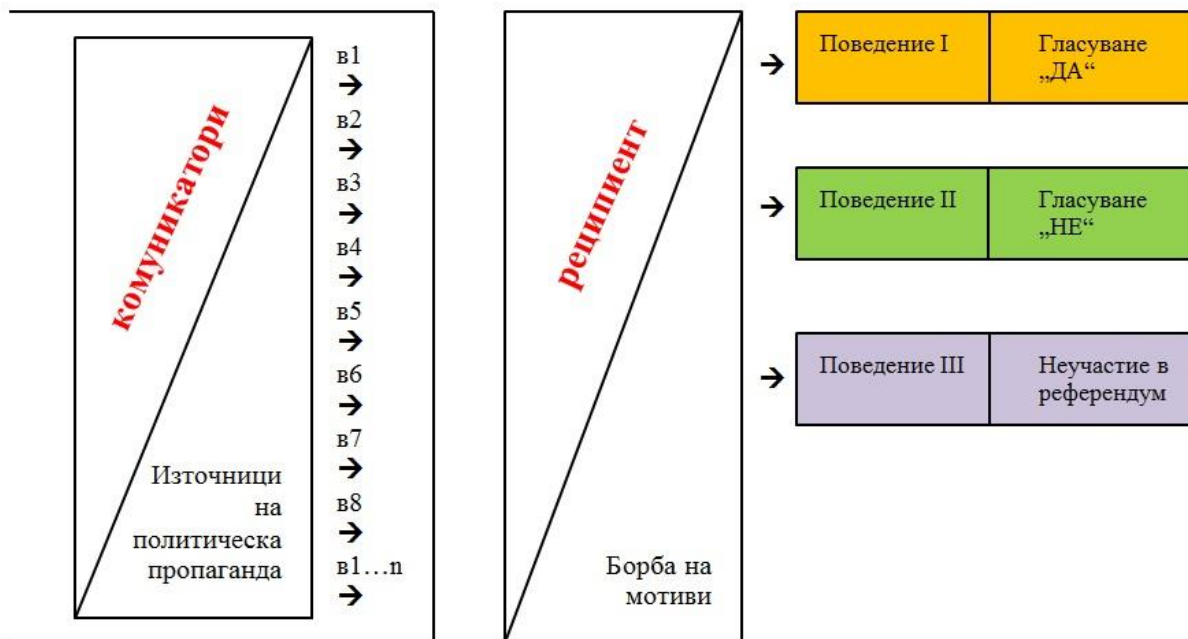
При провеждането на референдуми се изразходват много средства за политическа реклама. Използват се и двата типа техники:

1. Морално – допустимите – привличане и задържане на вниманието, пораждаване на доверие, обръщане към силни мотиви и чувства и др.

2. Морално - недопустими – лъжа, инсинуация, информационно затъмнение, насаждане на чуждо мнение /най-вече на политици и политически коментатори/ по всички въпроси свързани с референдума. В края на краищата, след тези безброй

Фигура № 2

Политическият маркетинг като комуникация при референдум



Политически Маркетинг

Отговор на въздействия

V1 – въздействие

V1....n – въздействия

Най-дълго в съзнанието на избирателите остава онова знание, което е дадено по пътя на емоционалната и рационалната аргументация, т.е., чрез емоционална промяна на нагласите и чрез доказване с аргументи, с документи, др. доказателства. Специалистите свързани с политическия маркетинг по време на избори или при провеждане на референдум винаги трябва да отчитат и т.нар. “ефект на бумеранга”, т.е., че прекалено информационно въздействие, при неправилен подход към електората може да има обратен ефект. За съжаление манипулацията, като завоалирана комуникация, целяща да скрие в някой случай истинските намерения за референдум, намира място в политическия мениджмънт и маркетинг. Въздействайки върху ценностната система на личността, на нея и се втъпява кое е правилното решение при поставената пред нея алтернатива “за” или “против” по време на референдума. Липса на информация относно неговите цели и значението му за упражняване на държавната власт, също е манипулация. Поставен в информационен вакуум електоратът не може да избере линия на поведение, а единствената такава му се подсказва от масмедията. Така човек възприема чуждите мисли, чуждите съждения като свои и гласува положително или отрицателно смятайки, че това е негово решение, без да осъзнае, че е манипулиран. Пример за такава манипулация може да се разгледа във връзка с референдум поискан от президента Борис Елцин в подкрепа на икономическите му реформи. След като бе предизвикано социално-политическо напрежение в Русия от своеобразна война между институциите в Русия и се очакваше разцепване и на руската армия на привърженици и противници на Елцин тъкмо тогава часове преди самия референдум на 25.04.1993 г. Американският президент Бил Клинтън публично подкрепи в Белия дом Елцин, наричайки го истински демократ, което светкавично бе разпространено от световните средства за информация. В същото време Елцин призова

армията да гласува за него, като раздаде своевременно двеста нови жилища на армейските семейства. Само тези два факта бяха достатъчни да усилят позициите на Елцин в референдума.

Освен това възникна и друг въпрос: дали референдумите са стимулирали гражданите да станат по-информирани по въпроси, които ще бъдат призовани да гласуват. **Робърт Пол Волф** и **Джоузеф ла Паломбара** [79, с.106] визират данни за щетите на Калифорния, Орегон и Масачузетс в САЩ, които са изразходвали около 8 млн. Долара за брошури изпращани на адреса на всеки регистриран избирател с подробна информация “за” и “против” всеки проблем поставен за гласуване чрез референдум. При допълнително проучване се оказало, че само 13%-14% граждани са използвали брошурите като източник на информация. Други данни пък показват, че онези, които не са ползвали брошурите като източник на информация са по-информирани. Нещо повече, открива се, че дори представителна извадка от студенти не са успели да разберат над половината от предложенията описани в брошурата предназначена за избирателите в щата Орегон.

Освен наличието на посочените обективни условия е необходимо да се отбележи значението на субективния фактор като главна движеща сила в процеса на подготовката и провеждането на референдуми. Субекта, личността е тази, която според конституцията на демократичната държава е носител на властта, върховен неин суверен.

Властта, съответно държавната власт, е многопластово явление, което може да се разкрие в различни ситуации. Тя може да бъде разгледана в действията и поведението на човека към физическата и социалната действителност. Отношението на гласоподавателите към референдум на практика е отношение към цялата политическа действителност. Онова, което е необходимо и важно още от самото начало при мотивиране същността на референдума, е той да бъде емоционално обвързан с доминиращите сред масите послания. В този смисъл трябва да се прави разграничение между “Гласоподавателите” и “Народ”. Неоснователно е да се предполага, че мнението на хората като електорат, може да се разглежда непременно като израз на интересите на народа. Може би големият проблем на всяка съвременна демокрация произтича от погрешността на подобен извод. Не може да се разчита, че гласоподавателите представят “целия народ”. Твърде често в този смисъл се чуват популистски мотиви основаващи се на вярата в мъдростта на обикновения гражданин да взема правилни решения. Този популизъм е и вътрешно присъщ при мотивирането на референдумите. Той изразява вяра в стойността на всеки индивидуален акт в политическия живот. В този смисъл наистина може да се каже, че допитването до народа е напипване пулса на демокрацията или, че това е часът на истината за една демокрация. Именно това е, в което вярват привържениците на референдума. Те са убедени в колективната мъдрост на обикновените хора и изпитват недоверие към политици и експерти. Те смятат, че без пряк израз на народния вот представителните демокрации биха могли да деградират до управление на елитите. Но те не отчитат влиянието на груповите интереси при взимане на решение по време на референдум.

Конформизмът предшества и съпровожда подготовката и провеждането на един референдум като част от тези социална действителност. Той означава да се подчиниш на груповата форма като пренебрегнеш собствените се предпочитания. Още **Густав Льобон** е написал ” [4, с.129]: “Попаднал ли в тълпа, повтарям, хората винаги се приравняват и по общи въпроси гласуването на 40 академици не стои по-високо от това на 40 водоносци. Не вярвам, че и един от толкова критикуващи вотове с всеобщо гласуване, например възстановяването на Империята, щеше да се различава, ако гласуващите бяха подбрани изключително сред учени и образовани хора. Това, че някой знае гръцки или разбира от математика, че е архитект, ветеринар, лекар или адвокат не го надарява що се отнася да чувствата, с особени познания... ако

претъпканите със знание хора образуваха самостоятелно изборно тяло, гласуването им нямаше да е по-качествено от днешното. Те биха се водили предимно от чувствата си и от духа на своята партия“.

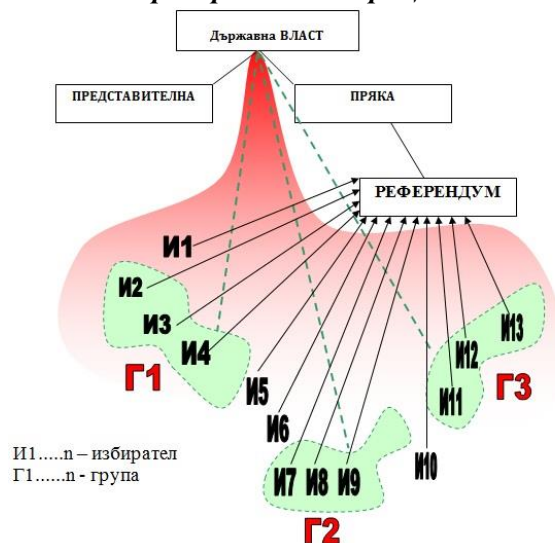
Ако човек желае да се причисли към група, която иска да го приеме добре, той всъщност се подчинява на натиска на групата. Отделните хора са способни да вземат под внимание (освен собствените си) и чужди интереси, когато взимат решение. В отделните случаи те са способни да дадат предимство на чуждите, а не на личните интереси. В сравнение с отделната личност групата е по-надменна, по-лицемерна, по-егоистична и по-безпощадна в преследването на собствените цели. В резултат на това появата на високо напрежение между морала на индивида и морала на групата е неизбежно особено когато трябва да се направи някакъв избор, какъвто се прави между “да” и “не” при референдума. Тогава се изисква и известна вяра в личните способности да се постигат временни и приемливи договаряния между съперничещи си интереси, както и вяра в способността да се създаде някакво общо понятие за справедливост, което да е над всички интереси. По пътя на тази логика е ясно, че повечето от избирателите по време на гласуването при един референдум ще дадат своя вот не толкова като личности, а като членове на дадена група, с която се съпоставят, за да избегнат различията и евентуално последващите недоразумения с групата. Възможна е при едно такова гласуване човек да прояви и антикомформизъм – т.е. да се противопостави на всякакъв род групов натиск, като контрира груповото решение. Но както конформността, така и антиконформността трудно могат да се отчетат при подготовката и провеждането на един референдум. Но при всички случаи остава открит въпросът: дали по този начин можем да говорим за волеизявление на политически дееспособният субект или чрез неговото волеизявление говори групата?

По време на референдум човек гласува и от гледна точка на своя социален опит, като отношение, като непреходен слой между преминала и настояща дейност, който е една универсална черта на социалната действителност. Неговото богатство зависи както от дълбочината на придобитите знания, така и от интензитета на практическото му участие в социално-политическата система на обществото.

Погледнато пък от чисто психологическа страна не бива да се пропуска ролята на емоциите, които играят роля при взимане на решението. Лесно е да се предположи, че приповдигнато-емоционалният фон ще доведе до “за”, а тежкият психо-климат около гласуващият ще нагнети у него негативни емоции водещи до “против” / Фигура № 3/

Фигура № 3

Влияние на качествата на индивида и групата върху държавната власт при пряка демокрация



Върху личността при подготовката и провеждането на референдума роля играят обществеността, семейна и професионална обстановка и масмедиите. Медиите са особен социален инструмент, социален отдушник в структурата на обществото, посредник в дистанцията власт общество и се явяват по време на референдум като нечии говорители – на институциите, социалните групи, партиите и др. Чрез тях се провокира и реализира определено социално поведение и нагласи, създава се емоционален фон, на чиято база електоратът трябва да вземе определено решение. Джеймс Фишкин правилно отбелязва, че [8, с.67]: “Хората подведени от някое необичайно настроение, личности и партии, могат да пожелаят мерки, които в последствие сами ще отхвърлят и заклеят с най-голяма готовност“. Той предлага проблемът за пряката емоционална реакция в такива случаи да се реши по следните начини: като се изисква изтичане на определен период за успокояване на страстите или да се осъществи повторно гласуване преди осъществяване на главните решения, взети чрез референдум.

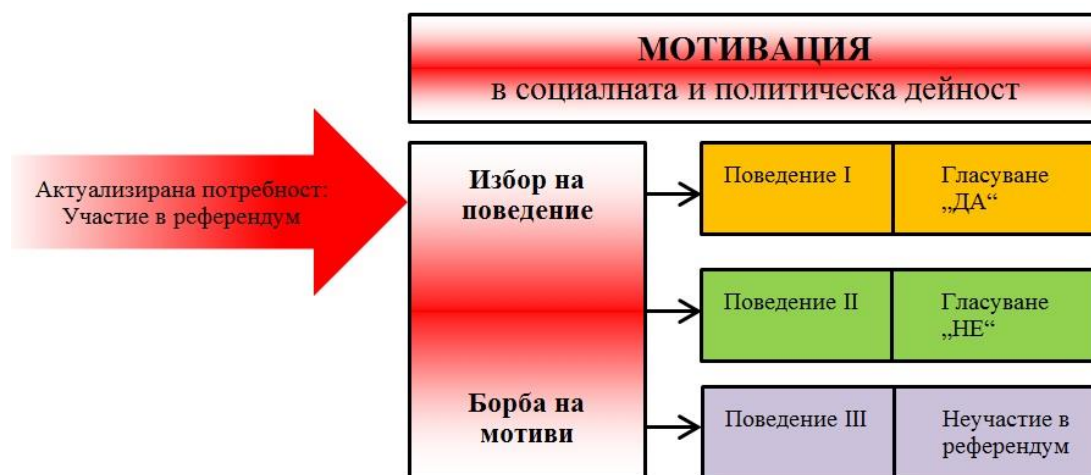
Проблемът на мотивацията остава класически както са личното така и за колективното действие. Различни могат да бъдат мотивите, които ще доведат отделната личност до вземане на крайното решение “за” или “против”. Но най-важният мотив в случая за хората остава този, че техните гласове променят социалната действителност. В частност, от гледна точка на политическата психология мотивацията на личността в конкретната политическа дейност, в случая - участието в референдума би изглеждало така:

Естествено, че проблемът за мотивацията не можем да извадим от цялостния психологически портрет на личността с неговото мислене, знания, емоции, чувства, въображения и т.н.

Референдумът не може да се разглежда и без да се постави от гледна точка на личната така и на обществената политическа култура. Целите, които си поставя един референдум трябва да са обвързани не само конституционно и законодателно в дадена страна, но те трябва да отговарят и на редица условия: да са предизвикани и да отговарят на определени политически потребности; свързани ли са тези цели с определени убеждения сред обществото; доколко идеите, идеалите, политическите традиции на това общество намират израз в целите на референдума; не съдържат ли те в себе си ретроградност или реакционност, които биха предизвикали негативен отговор в обществото /Фигура № 4/.

Фигура № 4

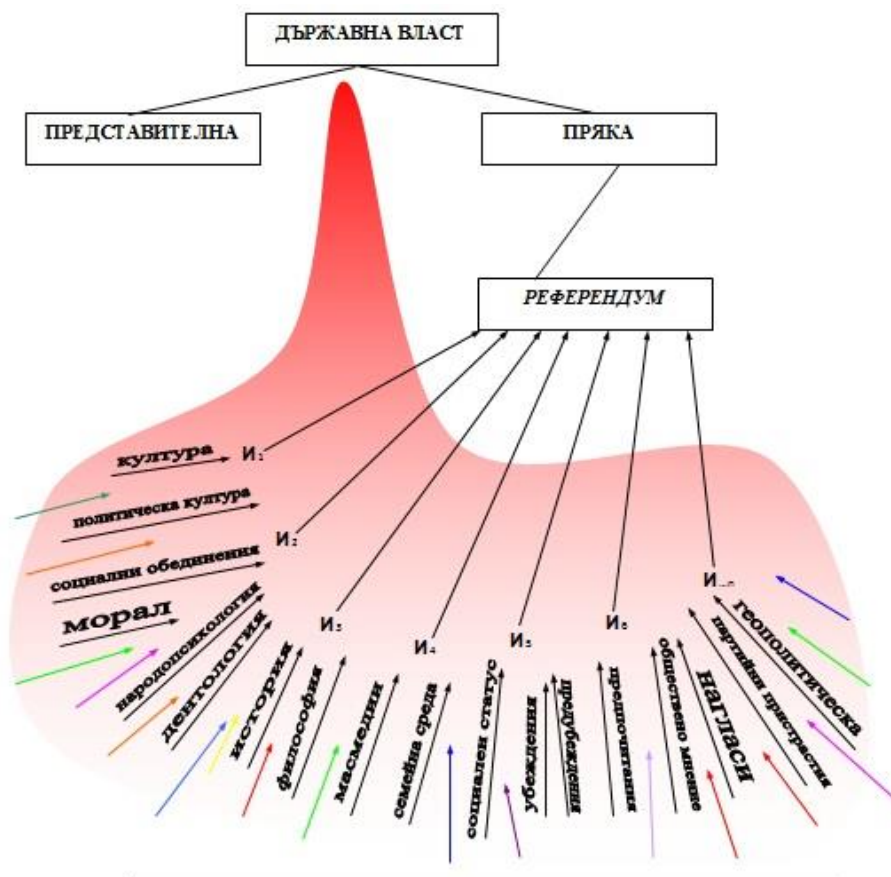
Проблемът за мотивацията в социалната и политическа дейност



Според Елка Тодорова и Маргарита Френкева [75, с.20] колкото по-големи промени настъпват в дадено общество, колкото по-сложни стават човешките отношения, колкото по-отворени стават институциите, по-големи възможностите за сравнение между индивидите, състезанието и кооперацията между тях, толкова по-често хората ще изпаднат в състояние на двойственост (амбивалентност) – политически активни и в същото време поведенчески деполитизирани, което се отнася и в голяма степен за българите. Българите са политически активни обекти, които дори в период на високо социално напрежение са в състояние да дозират вижданията и поведението си; да реагират тясно партийно и в същото време да отчитат крайността на позицията си, както и на отрицателните следствия от нея.

Тъй като в повечето случаи чрез референдумите се решават важни въпроси свързани със законодателството и юрисдикцията е много важно наред с политическата култура да бъде разгледано и наличието на п р а в н о с ъ з н а н и е у субекта. То дава възможност на всяка личност правилно да се ориентира в предоставената за разрешаване алтернатива и вземането на добре мотивирано решение. Социологическо изследване на правното съзнание в България показва, че то е на лице сред населението. Основните изводи на това ЕСИ са [6]: 1.Ускорената законодателна реформа форсира промените на правното съзнание. 2.Познаването на законите е капитал – направено с парите, със служебния стаж и с добрите контакти. Разслоението на обществото формира правен бит и оттук правна култура на богатите и бедните. 3.Поколението на новата Конституция познава основния закон на държавата. Навършилите пълнолетие след 1990 г. са сред най-често челите Конституцията в сравнение с останалите. Има основания да се твърди, че младежта е в основата на новото правно съзнание.

Важното е да се отбележи и една друга важна връзка – тази между *ценности и референдум*. В ситуацията на допитването в най-голяма степен се активизира когнитивният компонент на ценностната система и на личността. Това е резултат от желанието на личността да реши зададения въпрос в социално желаната светлина. При прекия вот ценностите служат като критерий за избор. Техният поведенчески компонент се изразява във функцията да служат като мотив и непосредствен подбудител за вземането на решение. Но ценностната ориентация на личността се определя комплексно от сложна мрежа влияния, по-важните от които са: непосредственото социално обкръжение – семейството, формалните и неформалните групи, приятели, групи по интереси; социалната принадлежност към определена професионална група, класа, политическа принадлежност; действащите в обществото културни норми – образци, идеали, закони; културното наследство - традиция, религия, историческо минало и т. н.; межкултурните влияния и взаимодействия. Чрез тези основни области, които са в основата на модела на ценностната система на личността, се повлиява изключително силно гласуването “за” или “против” поставен въпрос на референдум. Така, че ако трябва да направим схемата от първа глава отново, в светлината на ценностната система, то тя би изглеждала по следния начин / *Фигура № 5/:*



Робърт Дал формулира постановката за “адекватния гражданин” [2, с.115-124] способен да отговори на високите стандарти за компетентност и реагиращ правилно на политическата действителност. По наше мнение тъкмо такъв гражданин трябва да бъде всеки участник в референдумите – способен да взема адекватни решения, които са в полза на цялото общество. Ето как определя адекватните граждани Дал [2, с.117]: “...такива граждани би следвало да притежават сериозни стимули за овладяване на едно достатъчно равнище на познание за техните собствени интереси и за най-изгодния за тяхното осъществяване политически избор, както и достатъчно сериозни стимули да действат с оглед на този избор”.

И накрая няколко важни заключения:

Референдумът не е панацея за решаване на държавните дела. Неговото провеждане трябва да бъде предизвикано от преломни за държавата факти или събития и да отговаря на върхови стремежи и идеали в обществото, за да може да мобилизира безрезервно и цялостно електората с неговите емоционални, морални и рационални страни. Честото, недостатъчно мотивирано използване на референдума по въпроси, които парламентът би решил успешно в ежедневната си практика обезценяват неговото значение и дезирентересират хората.

В най-новата българска политическа история референдумът е фактор с доказани възможности, регулиращ и определящ посоките на държавното развитие. Като такъв е създал положително отношение към себе си сред народа, сред специалистите юристи и политолози, народните представители и политиците. При трансформацията в България от тоталитарно към демократично общество е целесъобразно той да бъде използван за решаване на изключително важни общодържавни въпроси, с които Народното събрание очевидно не може да се справи.

На настоящия етап от развитието на човешката цивилизация телереферендумът може да бъде експериментално провеждан в страни с висока степен на развитие на телекомуникационна техника и технологии при определени условия и при определено развитие на гражданското съзнание там. В България този въпрос може да бъде отнесен към ХХI век, когато ще е възможно да се развие в достатъчна степен една национална компютърна мрежа, базираща се на също така развита икономика. Има още три “ако”:

- Ако все още съществува референдумът като политико-правен институт;
- Ако в България е на лице онова гражданство, за което Робърт Дал пише: адекватното гражданство;
- Ако все още през ХХI век съществува демокрацията като политическа система, респективно референдумът, като еманация на нейната форма – пряката демокрация.

В **заключение** следва да се каже: Остава да се надяваме и вярваме в това, което казва критикът на демокрацията **Патрик Кенън** [3, с. 382]: “През 2050 г. онези от нас, които са все още живи ще обитават дин съвсем различен свят и различието вероятно ще е много по-голямо в сравнение с различието с днешния свят и онзи от времето на революциите от 1776 и 1789 г. ... има обаче две неща, които могат да бъдат предвидени с висока степен на достоверност: I.Формата на управлението на повечето държави в средата на ХХI-то столетие твърде малко ще наподобява онова което наричаме демокрация; II.Тя ще се нарича демокрация II”.

References:

1. **Bongran, M.**, Politicheskiyat marketing, Sofia, 1991
2. **Dal, R.**, Problemat za grazhdanskata kompetentnost, sp. „Politicheski izsledvania“, br. 2 / 1994
3. **Kenan, P.**, Zalezat na demokratsiyata, Sofia, 1995
4. **Lyobon, G.**, Psihologia na talpите, Sofia, 1995
5. NTsIOM Praktikum m.VIII.1999 g. “Izbornite sondazhi – koga, kakvo, kak?”
6. NTsIOM. Obshtestvenoto mnenie. Natsionalno izsledvane na pravnoto saznanie v Bulgaria ot 27.08 – 03.09.1999 g., obhvat 1462 dushi. Byuletin na NTsIOM ot m. IH.1999 g.
7. **Todorova, E., Frenkeva, M.**, Bulgaria edna godina sled promenite: izsledvane na politicheskata kultura, sp. „Politicheski izsledvania“ br.2 / 1993
8. **Fishkin, Dzh.**, Demokratsia i deliberatsia, Sofia, 1993