
ОБЩЕСТВЕНИ НАГЛАСИ ПРЕДИ МЕСТНИЯ ВОТ И НАЦИОНАЛНИЯ РЕФЕРЕНДУМ

Информация съгласно Изборния кодекс

- *Настоящото изследване е проведено в периода 1-5 октомври 2015г. сред 1026 пълнолетни граждани от цялата страна. Използвана е стратифицирана двустепенна извадка, с квота по основните социално-демографски признаци. Информацията е събрана чрез пряко стандартизирано интервю по домовете на анкетираните лица.*
- *Проучването е възложено и финансирано от Институт за развитие на публичната среда.*
- *Алфа Рисърч носи отговорност за данните и интерпретацията, публикувани на нейния сайт, но не и за избирателно или манипулативно използване на тези данни.*
- *Съгласно чл. 205 (ал. 1 - 4) от Изборния кодекс всяка медия, която използва данни от настоящото проучване, е длъжна да съобщи информацията от това каре.*

ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Реализация на изследването	Алфа Рисърч ООД
Период на провеждане	1 – 5 октомври 2015г.
Представителност	За пълнолетното население на страната
Обем на извадката	1026 ефективни интервюта
Метод за формиране на извадката	Стратифицирана по тип населено място извадка с подбор на респондентите по метода на квота въз основа на признаците: възраст, пол, образование и тип на населеното място
Метод за набиране на информацията	Пряко стандартизирано интервю по домовете на интервюираните лица

Две седмици преди Местния вот и Националния референдум, 39% от българите не са запознати с нито една проява на над 42 000 кандидати за кметове и общински съветници, показва Националното представително проучване на агенция Алфа Рисърч:

- Въпреки, че местните избори са едни от малкото със силно доминиращ мажоритарен елемент, най-забелязвани от избирателите в кампанията са прояви на политическите партии (46%), следвани от тези на местни влиятелни личности (15%), работодатели и бизнесмени (11%).
- Акцентът на кампанията се измества от информизиране към пряко въздействие върху избирателите чрез хора, от които те зависят. Около една пета от анкетираните възприемат за нормални практики като помощ в натура, намаление в магазини, защита от уволнение, почерпка или екскурзия. Сред хората с по-ниско образование и доходи, жители на малки населени места този дял нараства до една четвърт, а сред етническите малцинства – над 50 на сто.
- В резултат, все по-малка част от избирателите (14%) оценяват изборите в България като честни. Подобни са и очакванията и за предстоящия местен вот (17%). Делът на положителните оценки спада още повече (до 7%) сред социалните групи на които най-често се предлагат услуги или пари срещу вот.

- Общо 58% заявяват намерение да участват в местните избори като мнозинството от тях са запознати с възможността за пренареждане на листите с предпочитания. По-малко от половината обаче планират да се възползват от нея като това са предимно високо образовани избиратели от големите градски центрове.
- Над една трета от пълнолетните жители на страната остават незапознати с провеждането на националния референдум за електронното гласуване на 25-ти октомври. Слабата ангажираност на партиите с каузата за електронно дистанционно гласуване се възприема от избирателите като желание за запазване на статуквото.
- Независимо от това дали знаят или не, че на 25 октомври ще се гласува и на национален референдум, 71% от българите смятат, че е важно гражданите да изразят мнението си по въпроса „за“ или „против“ електронното гласуване.
- Аргументите в подкрепа на електронния вот печелят значително повече привърженици от тези против. Основните достойнства на този вот се виждат в по-голяма достъпност на гласуването, особено за българите в чужбина и хората с увреждания (48%) и намаляване силата на купения вот (47%).
- 49% от живеещите в България смятат да гласуват на референдума. Сред решилите да изразят волята си по този въпрос позицията „ДА“ (77%) доминира значително над „НЕ“-то (13%). Ако Референдумът успее да привлече нужното участие, парламентът ще трябва да приеме въвеждането на електронно дистанционно гласуване в изборния процес, което би намалило значително тежестта на купения вот в българските избори.

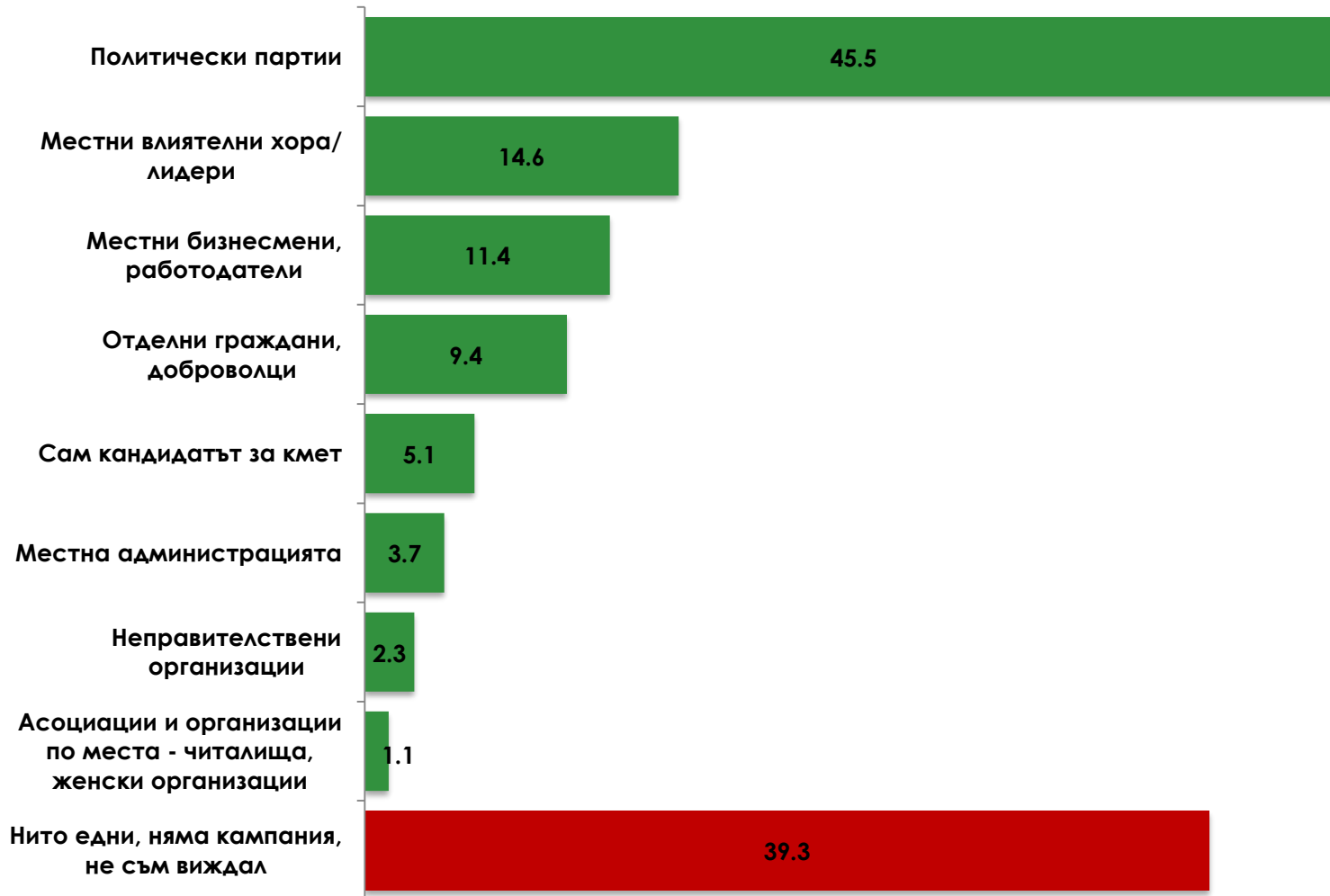
ОБЩЕСТВЕНИ НАГЛАСИ КЪМ МЕСТНИТЕ ИЗБОРИ

- Има сериозни основания да се смята, че предизборният период минава не под формата на комуникационна кампания на вижданията, ангажиментите и програмите на кандидатите за местни управленци, а под формата на директен маркетинг.
- Основните играчи, които хората забелязват да агитират, са политическите партии (46%), и което е особено впечатляващо – местни влиятелни лидери (15%), работодатели и бизнесмени (11%). Техните действия са от два до пет пъти по-често срещани от тези на самите кандидати за изборни постове. Едва 9% са виждали доброволци, ангажирани обаче не с партийна, а основно с кампания за Националния референдум.
- Акцентът на кампанията се измества от информиране към директно въздействие върху избирателите чрез хора, от които те зависят. В тази ситуация привличането на избиратели с извън политически средства от скандална започва да става нормална за все по-широки групи избиратели, особено в средите на хората с по-ниски доходи и етническите малцинства.
- Всеки шести българин е на мнение, че е добре политиците да предлагат на избирателите помощ в натура, намаления в магазини, защита от уволнение, почерпка или екскурзия. Най-възприемана за нормална е тази практика от хората в по-ниско социално положение: около една четвърт от ниско образованите, между 24% и 28% от жителите на селата и най-вече 53% - 56% от представителите на ромската общност.
- Единствено парите на ръка все още се смятат за неприемливи. Седем на сто от хората обаче възприемат и тази оферта за нормална, като делът е двойно по-висок сред ниско образованите (14%), 13% в селата и 54% сред ромската общност.
- Един на всеки десети анкетиран твърди, че на него лично са му предлагали услуга или пари срещу вот. Сред българските турци този процент достига 26 на сто, а сред ромите – 35 на сто. Общо 28% от българските граждани заявяват, че такива предложения са получавали техни познати.

- Разрастването и все по-голямото разнообразяване на практиките за директно мотивиране на избиратели поражда у мнозинството граждани съмнения за честността на изборите в България. 14% са на мнение, че изборите в страната са честни, а за 50% - те са нечестни. В същата линия са и очакванията за предстоящия местен вот: 17% честни срещу 47% нечестни.
- Колкото по-склонни са хората да възприемат практиките за директно въздействие като нормални за политиците, толкова по-малко оценяват изборите като честни. Едва 7% - 11% от избирателите в селата, ниско образованите и представителите на ромски общности смятат изборите за честни и очакват тези след две седмици да бъдат такива. Т.е., в мнозинството случаи става въпрос за осъзнато продаване на собствения глас.
- След вече два проведени национални избора през последните години с преференциално гласуване, над 50 на сто от избирателите знаят за възможността да пренареждат партийни листи чрез преференция, включително и листите за общински съветници на 25-ти октомври. По-голям интерес към преференциалното гласуване изразяват избирателите в големите градове и тези с по-добър социален и материален статус.
- Общо 58% от българите твърдят, че ще участват на местните избори. Традиционно най-висока е мобилизацията за гласуване сред възрастните хора, в малките селища и особено сред симпатизантите на ДПС (90%).
- 25% възнамеряват да се възползват от преференцията. Ако този дял се реализира, би нахвърлил дела на ползваните преференции в европейските и парламентарни избори през миналата година.

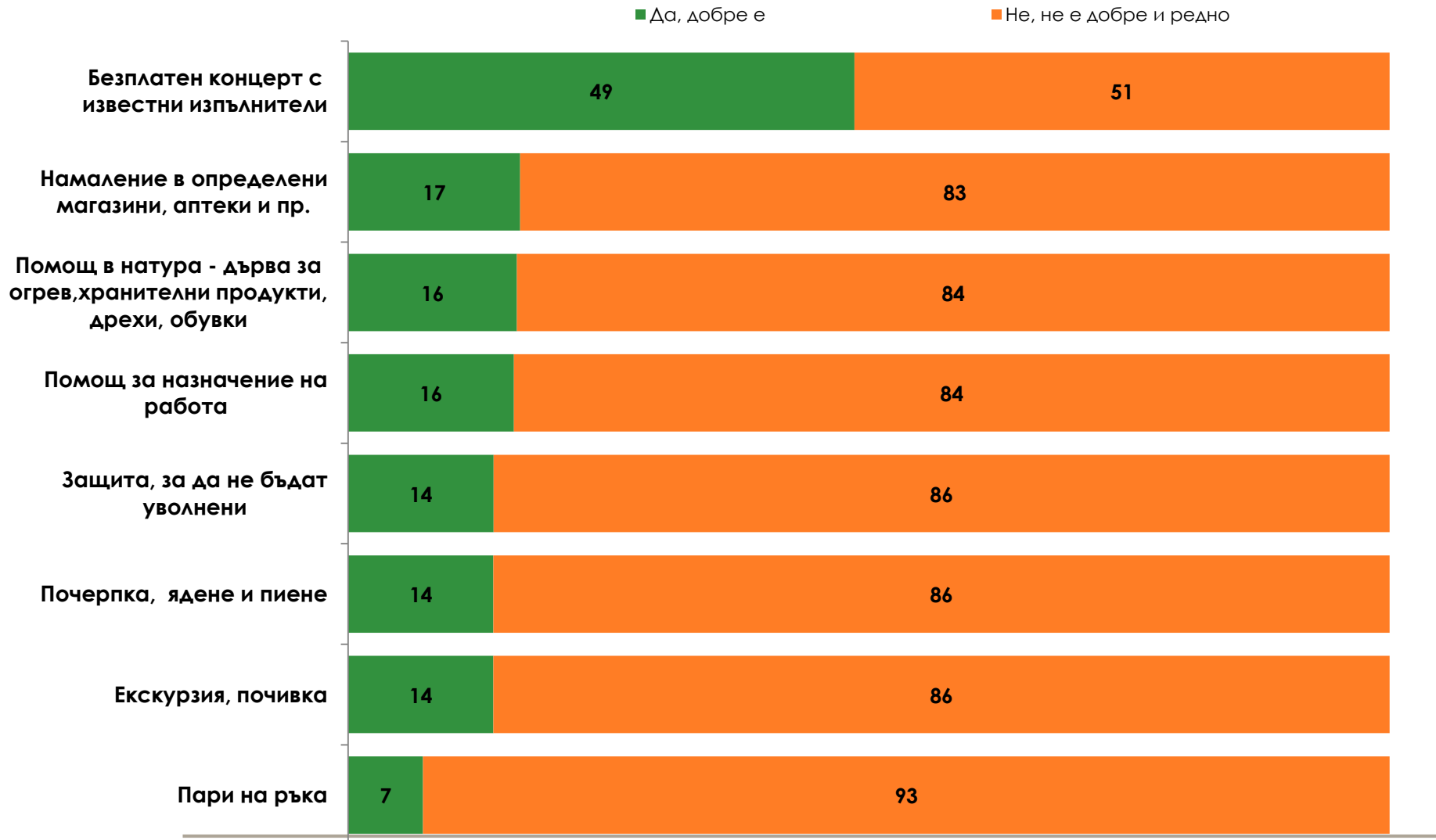
ЗАБЕЛЯЗАНИ КАМПАНИИ ЗА МЕСТНИТЕ ИЗБОРИ (%)

Бихте ли посочили кои групи водят активна кампания във вашето населено място във връзка с предстоящия вот?



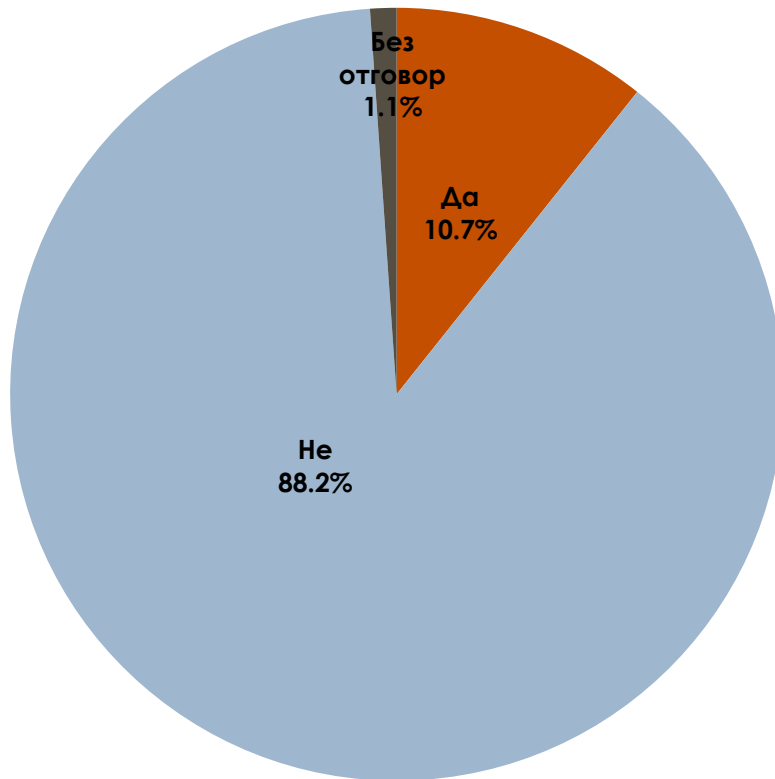
НАГЛАСИ КЪМ АГИТАЦИОННИ ПРАКТИКИ, СВЪРЗАНИ С ЛИЧНИ ОБЛАГИ (%)

По ваше мнение добре ли би било ако кандидатите за дадена изборна длъжност предлагат на избирателите някои от следните неща?

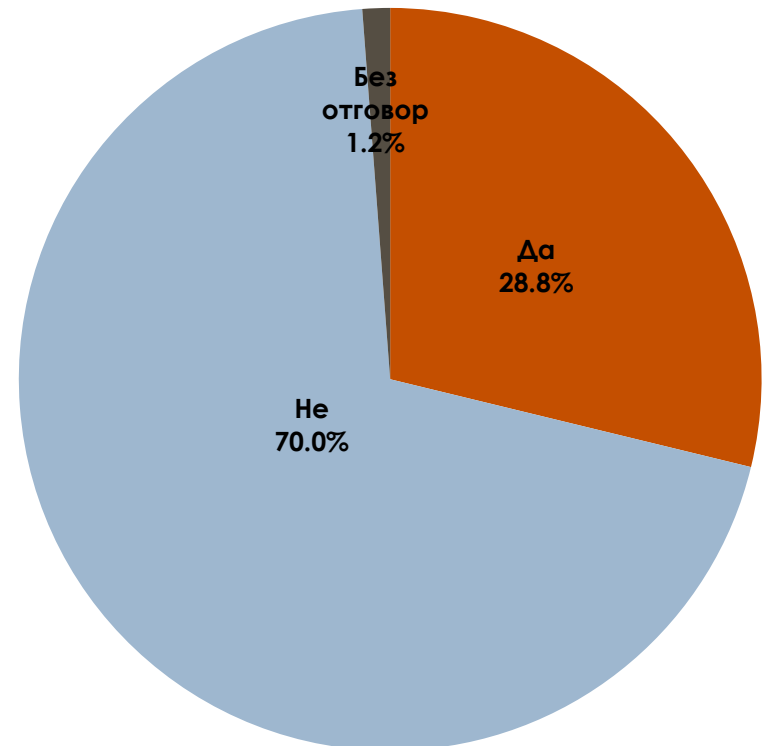


РАЗПРОСТРАНЕНОСТ НА ПРАКТИКИ ЗА КУПУВАНЕ НА ГЛАСОВЕ (%)

ПРЕДЛАГАЛИ ЛИ СА НА ВАС ЛИЧНО УСЛУГА
ИЛИ ПАРИ СРЕЩУ ГЛАСУВАНЕ ЗА ДАДЕН
КАНДИДАТ?



ПРЕДЛАГАЛИ ЛИ СА НА ВАШ БЛИЗЪК, РОДНИНА,
СЪСЕД УСЛУГА ИЛИ ПАРИ СРЕЩУ ГЛАСУВАНЕ ЗА
ДАДЕН КАНДИДАТ?



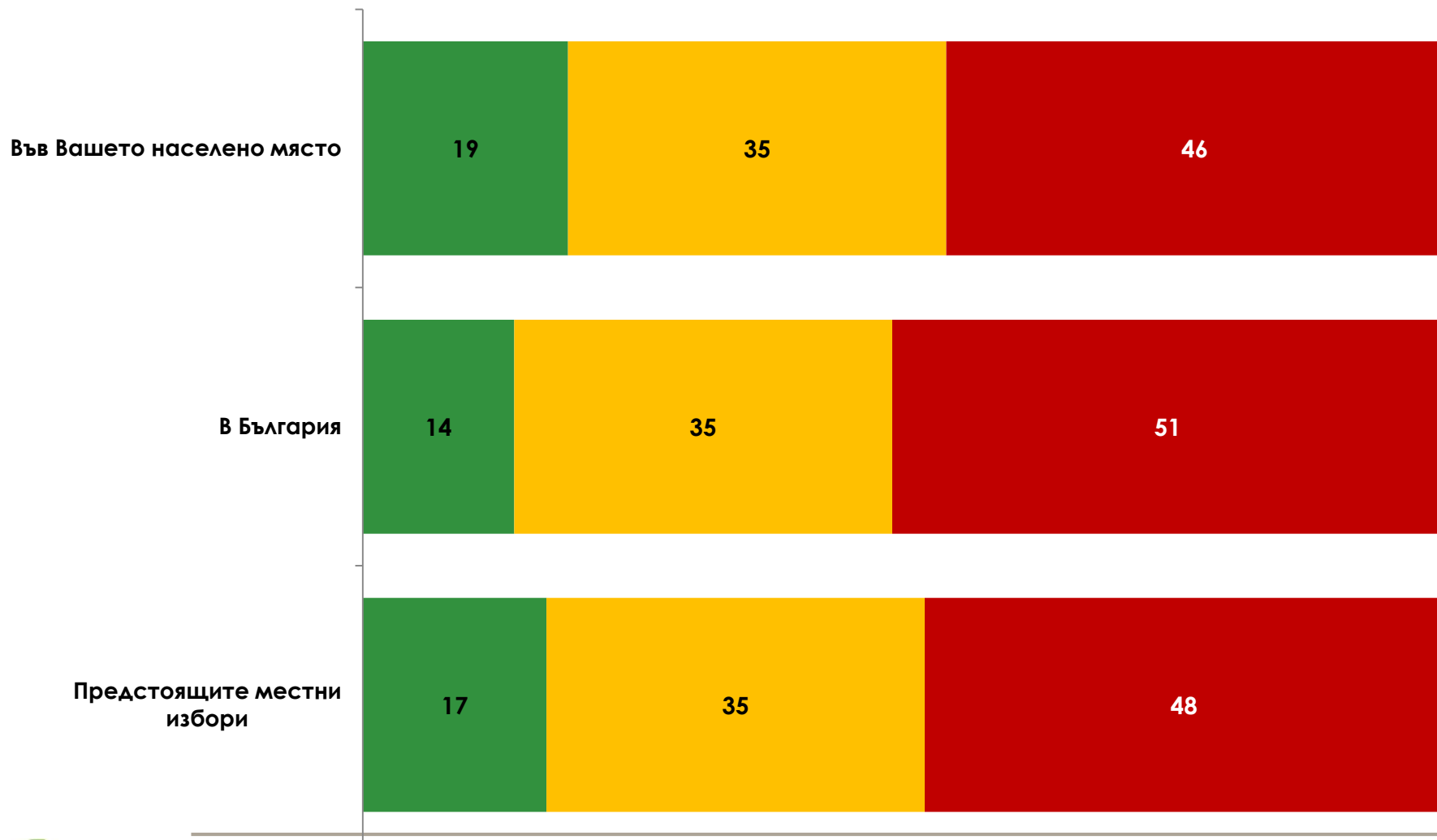
ОЦЕНКА ЗА ЧЕСТНОСТТА НА ИЗБОРИТЕ (%)

Доколко честни са изборите:

■ Честни са

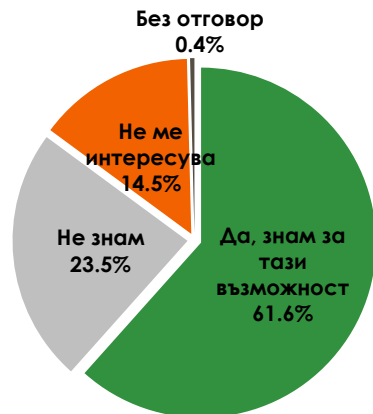
■ В известна степен

■ Не са честни



Запознатост с възможността да се ползват преференции (%)

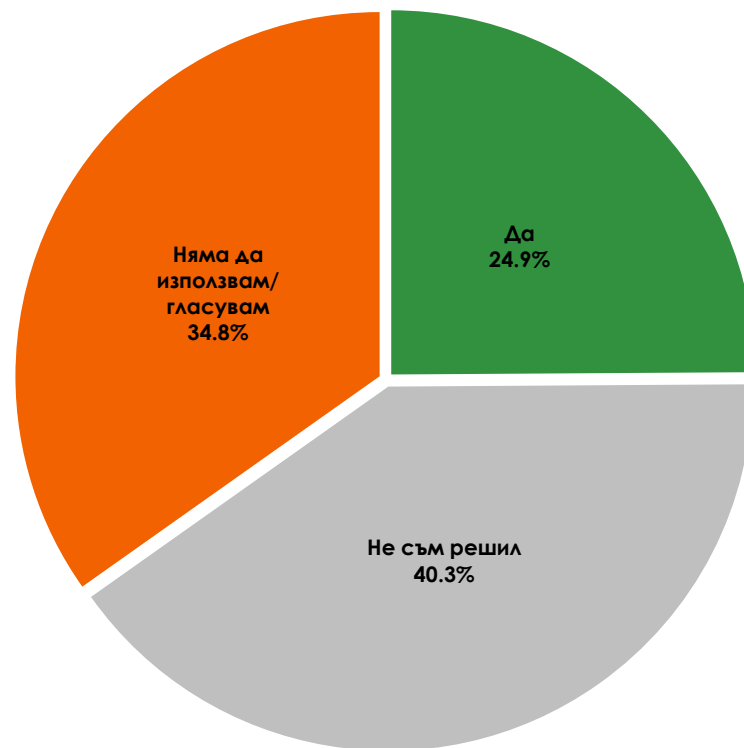
ЗНАЕТЕ ЛИ, ЧЕ С ИЗПОЛЗВАНЕТО НА ПРЕФЕРЕНЦИЯ МОЖЕТЕ
ДА ПРЕНАРЕЖДАТЕ ПАРТИЙНИТЕ ЛИСТИ?



ЗНАЕТЕ ЛИ, ЧЕ МОЖЕТЕ ДА ИЗПОЛЗВАТЕ ПРЕФЕРЕНЦИЯ НА
ПРЕДСТОЯЩИТЕ ИЗБОРИ ЗА ОБЩИНСКИ СЪВЕТНИЦИ?



ВЪЗНАМЕРЯВАТЕ ЛИ ДА ИЗПОЛЗВАТЕ ПРЕФЕРЕНЦИЯ НА
ПРЕДСТОЯЩИТЕ МЕСТНИ ИЗБОРИ?



ОБЩЕСТВЕНИ НАГЛАСИ КЪМ НАЦИОНАЛНИЯ РЕФЕРЕНДУМ

- Ако кампанията за местните избори е приглушена, то тази за Националния референдум е почти заглушена. Над една трета от избирателите не знаят за него, като в малките селища, сред хората с ниско образование и младежите от провинцията този дял нараства до над 50%. 74% от избирателите на ДПС също не са чували за него.
- Независимо от слабата информираност, 71% от българите смятат, че е важно гражданите да изразят мнението си по въпроса „за“ или „против“ електронното гласуване.
- Основните достойнства на електронното дистанционно гласуване се виждат във: по-голяма достъпност на гласуването, особено за българите в чужбина и хората с увреждания (48%), намаляване силата на купения вот (47%). 43% от българите са убедени, че партиите, които НЕ купуват гласове искат електронно гласуване, срещу само 8%, които смятат, че печеливши ще бъдат онези политически сили, които купуват гласове.
- Като цяло, всички аргументи „в полза“ на дистанционното електронно гласуване срещат много по-висока подкрепа, от аргументите „против“. За 40% от хората слабата ангажираност на партиите с каузата за електронното дистанционно гласуване е израз на стремежа им за запазване на статуквото. Затова те гледат на този референдум като на шанс да заставят политиките да се съобразяват с мнението на гражданите. Шанс, който ако бъде пропилян, ще заглуши енергията и за други всенародни допитвания.

- Към момента на провеждане на проучването 49,3% заявяват, че ще гласуват на Националния референдум. Този дял е изчислен на база реално живущите в страната българи, а не въз основа на твърде раздутите избирателни списъци.
- Негласуващите са основно неинформирани избиратели, а не такива, които съзнателно се отказват от участие. Възможно е в този отговор да има известно самопредставяне, тъй като участието в референдума се смята за важно и престижно. Показателно е, че едва 2% твърдят, че референдумът трябва да се бойкотира.
- Мобилизацията сред потенциалните участници на референдума е обратно пропорционална на тези на местния вот – най-слабо мотивирани са възрастните, жителите на селата, ромите и симпатизантите на ДПС, а най-голяма е готовността за участие сред висшистите, средното поколение, симпатизантите на ГЕРБ, Реформаторския блок и Патриотичния фронт и на Движение 21.
- Сред сигурните, че ще пуснат своята бюлетина на Националния референдум, вотът „ДА“, категорично доминира над „НЕ“, в съотношение 77% на 13%.

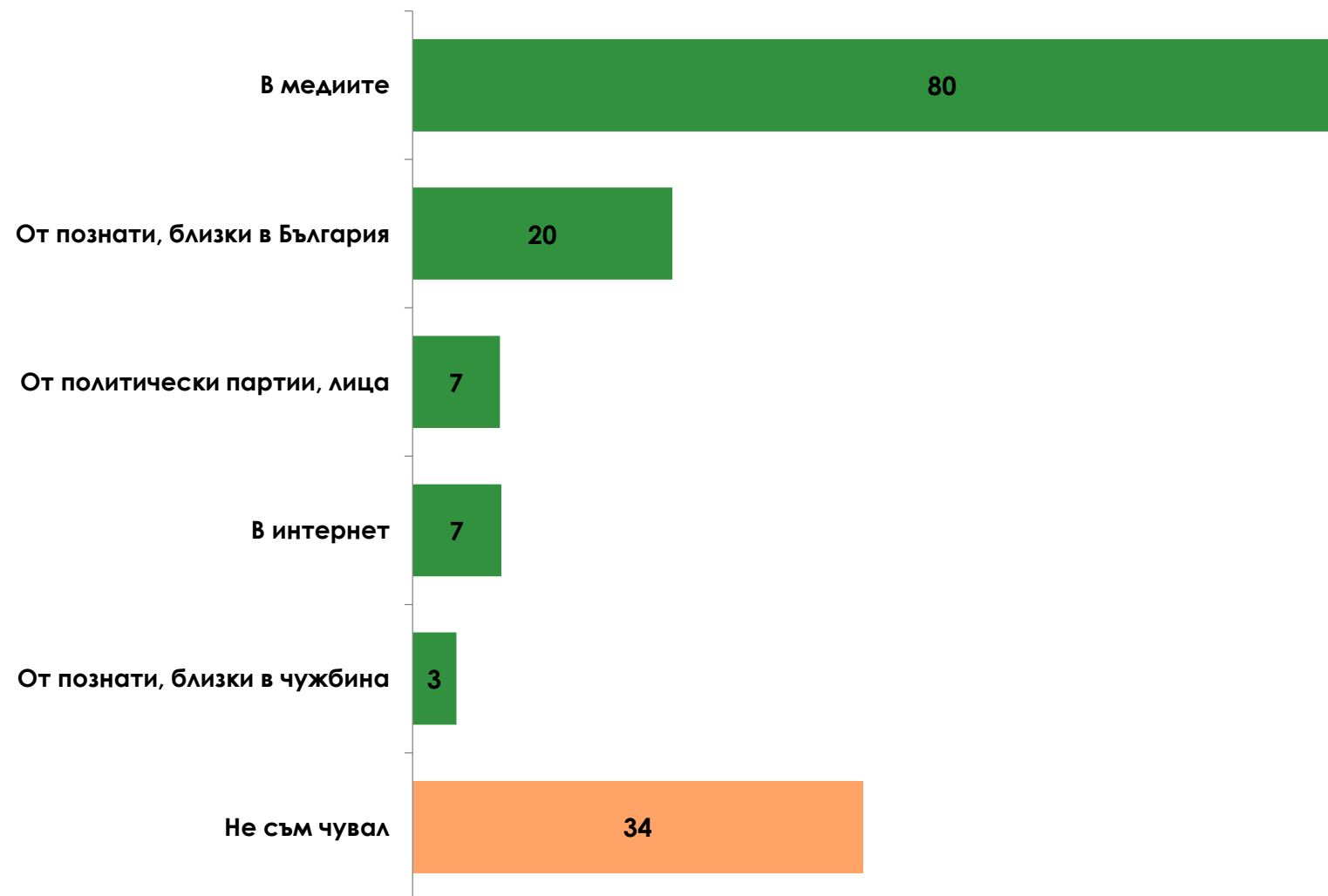
- **Общият извод, който се налага от националното представително проучване на Алфа Рисърч е, че най-важната за политическите партии кампания, тази за местния вот, е структурирана така, че да предизвика минимално гражданско участие. Състезанието се ограничава до твърдите ядра и групите, над които местните играчи имат гарантирано влияние.**
- **Поради това, и кампанията за Националния референдум, която по същността си е гражданска и при успех ще създаде условия за по-високо участие на хора, които не биха продали гласа си, е сериозно negliжирана от партиите. Независимо от това, ако се реализират заявените към момента намерения за гласуване и при съществуващия категоричен превес на отговора „да“, за първи път в най-новата ни история може да бъде постигната значим резултат с пряко народно волеизявление. Кое то само по себе си би било победа над стила за печелене на избори, налаган от партиите на настоящия местен вот.**

Запознатост с предстоящите избори за местна власт и Национален референдум (%)

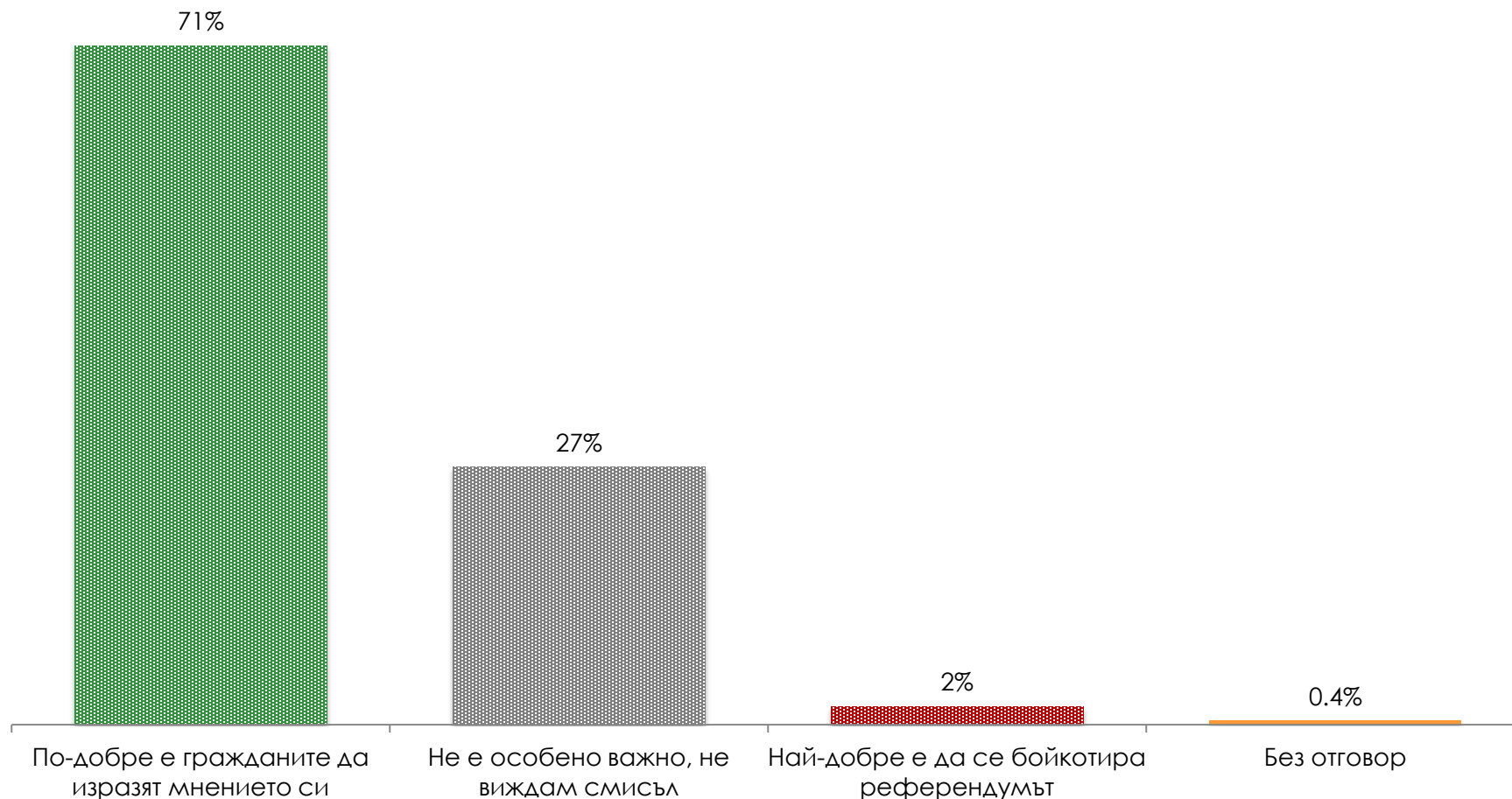
След около месец предстоят избори за местна власт и
национален референдум. Знаете ли за тях?



ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ ЗА НАЦИОНАЛНИЯ РЕФЕРЕНДУМ (%)

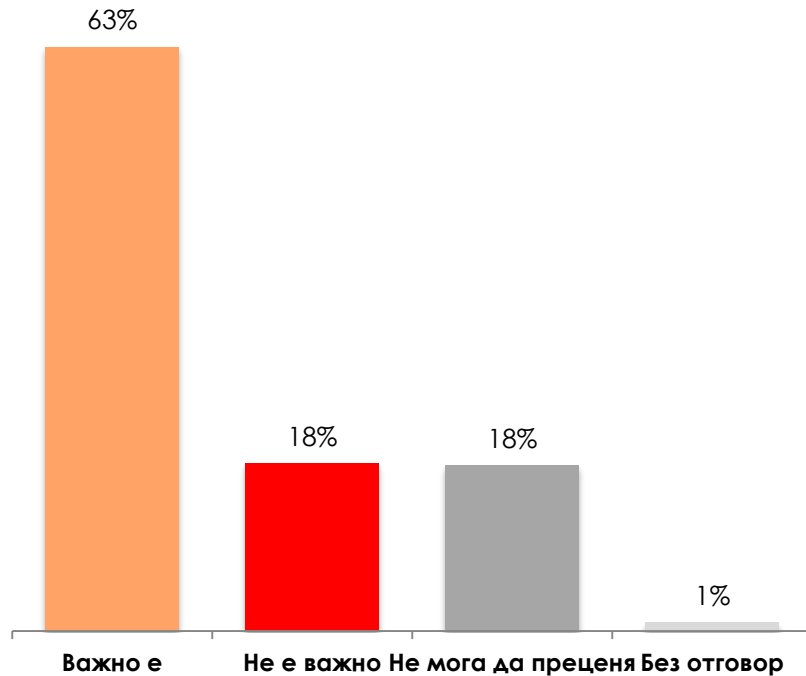


„ЗА“ И „ПРОТИВ“ ИЗРАЗЯВАНЕ НА МНЕНИЕ ОТНОСНО ЕЛЕКТРОННОТО ГЛАСУВАНЕ (%)

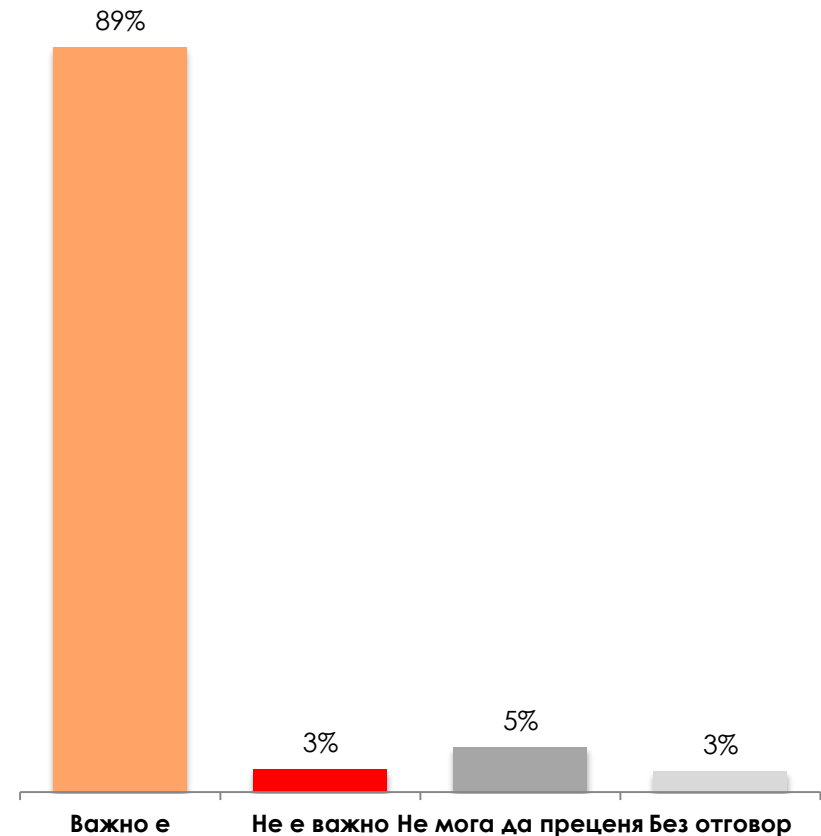


ЗНАЧИМОСТ НА ПО-ДОСТЪПНИ УСЛОВИЯ ЗА ГЛАСУВАНЕ

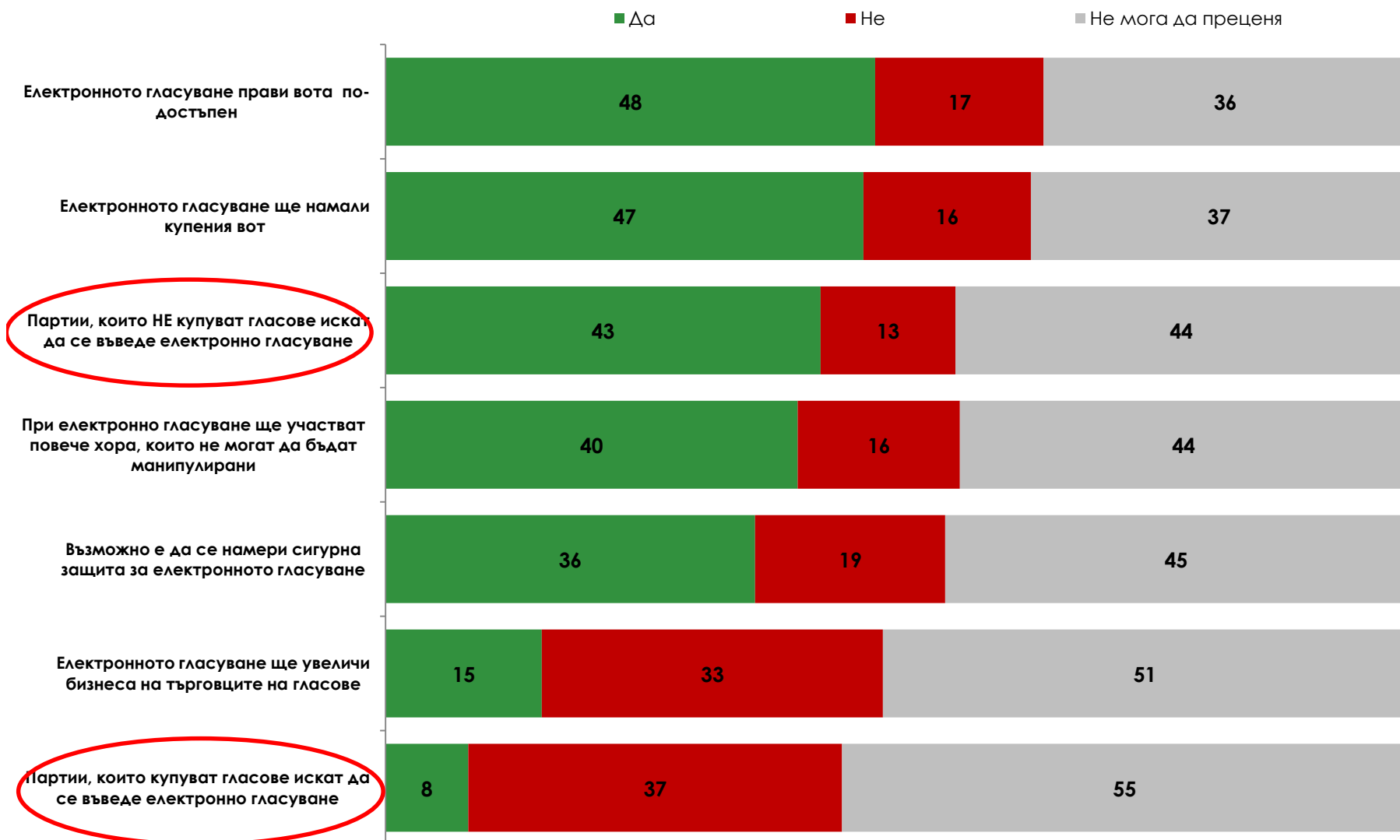
СМЯТАТЕ ЛИ, ЧЕ Е ВАЖНО БЪЛГАРИТЕ В ЧУЖБИНА
ДА ИМАТ ПО-ДОСТЪПНИ УСЛОВИЯ ЗА ГЛАСУВАНЕ?



СМЯТАТЕ ЛИ, ЧЕ Е ВАЖНО ХОРАТА С УВРЕЖДЕНИЯ ДА
ИМАТ ПО-ДОСТЪПНИ УСЛОВИЯ ЗА ГЛАСУВАНЕ?

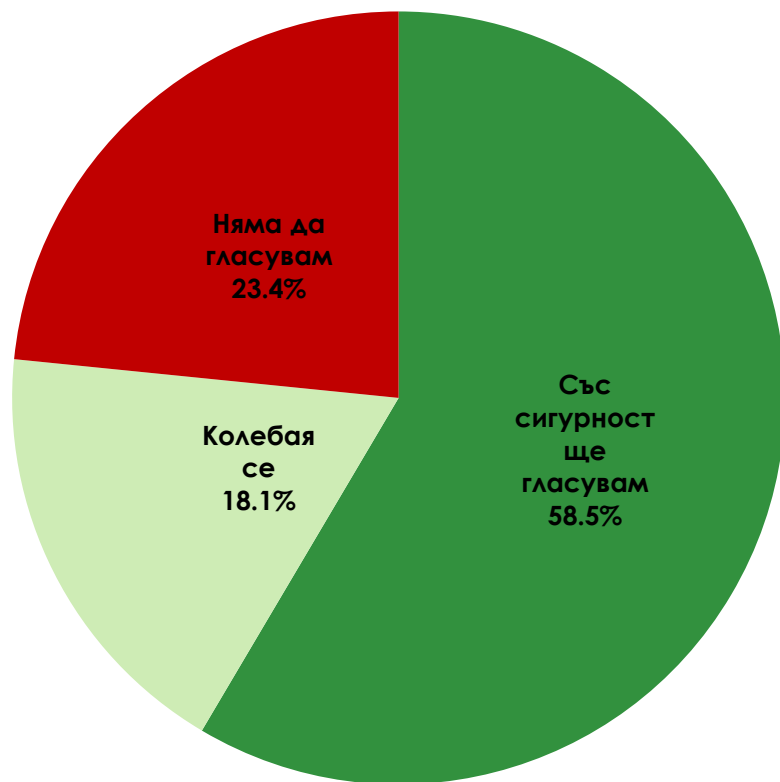


МНЕНИЯ ЗА ДИСТАНЦИОННОТО ЕЛЕКТРОННО ГЛАСУВАНЕ (%)

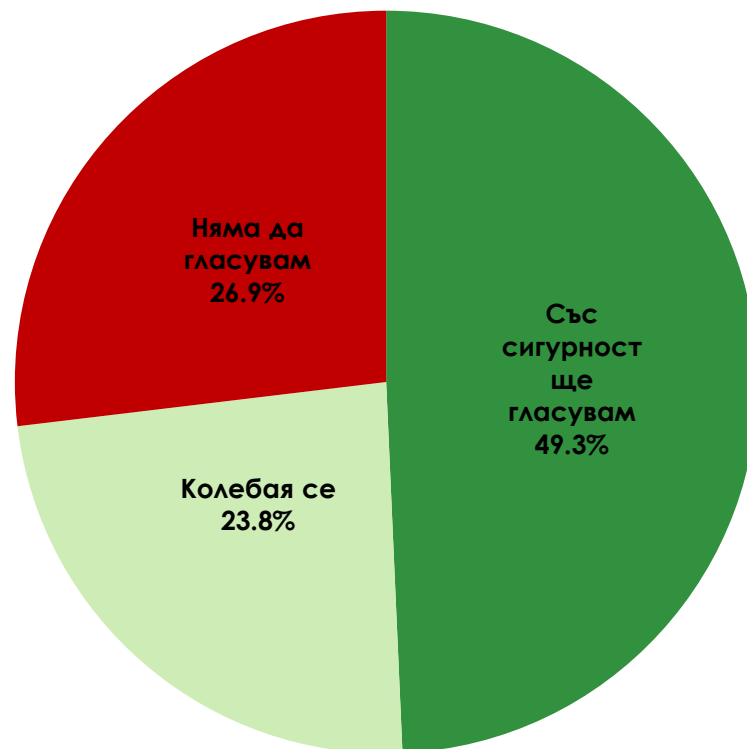


НАМЕРЕНИЕ ЗА ГЛАСУВАНЕ НА МЕСТНИТЕ ИЗБОРИ И РЕФЕРЕНДУМА (%)

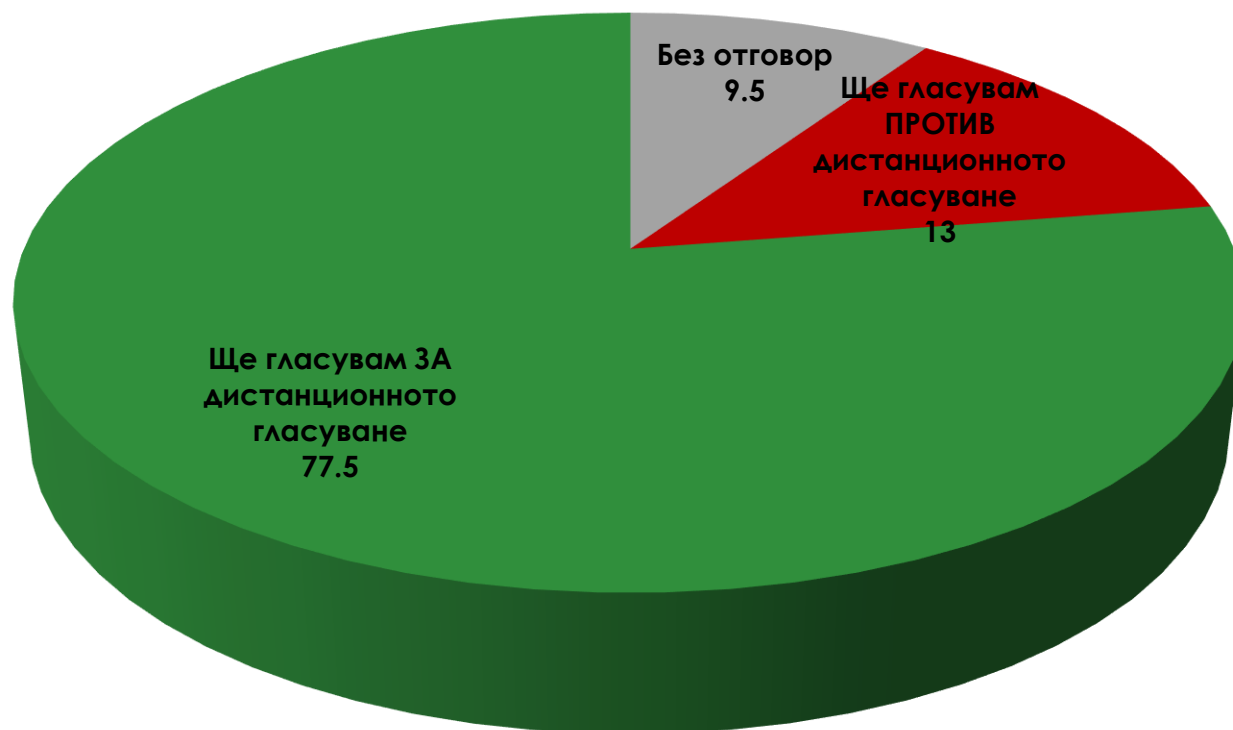
НАМЕРЕНИЕ ЗА ГЛАСУВАНЕ НА
МЕСТНИТЕ ИЗБОРИ



НАМЕРЕНИЕ ЗА ГЛАСУВАНЕ НА
НАЦИОНАЛНИЯ
РЕФЕРЕНДУМ



ВОТ НА РЕФЕРЕНДУМА СРЕД ТВЪРДО РЕШИЛИТЕ ДА ГЛАСУВАТ (%)



Благодарим ви за вниманието!

За контакти:
Алфа Рисърч
ул. Искър 54
София 1000

Tel.: +359 2 9836056
Fax: +359 2 9836168

E-mail: headoffice@alpharesearch.bg
www.alpharesearch.bg