



ЗАПОЗНАТОСТ С ИЗБОРНИ ПРАВА

МАЙ 2019 Г.

ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ПРОУЧВАНЕТО

Реализирано от: Алфа Рисърч

Изготвено за: Институт за развитие на публичната среда

Период на провеждане: 10 – 17 май 2019 г.

Целева група: Пълнолетно население на страната

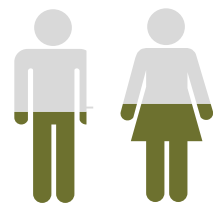
Обем на извадката: 1017 ефективни интервюта

Методология на извадката: Стратифицирана двустепенна извадка по признаците възраст, пол, образование и населено място

Метод на провеждане на проучването: Пряко стандартизирано интервю по домовете на респондентите, с таблети

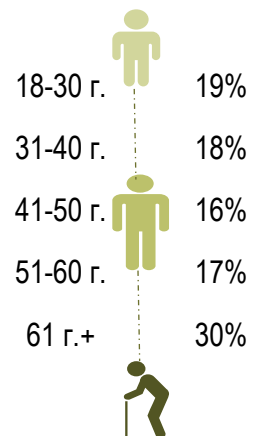
СТРУКТУРА НА ИЗВАДКАТА

ПОЛ

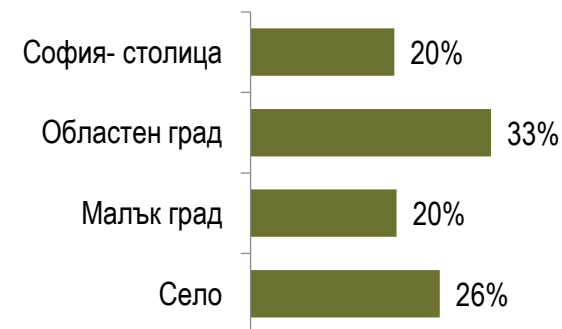


48% 52%

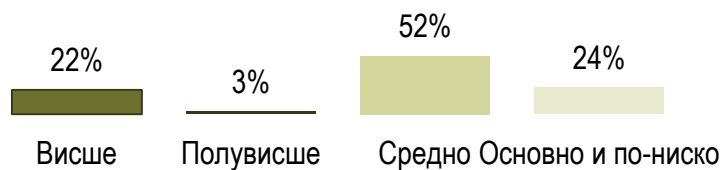
ВЪЗРАСТ



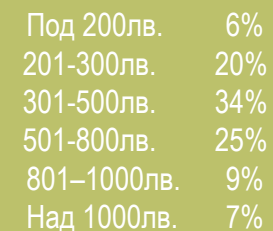
ТИП НАСЕЛЕНО МЯСТО



ОБРАЗОВАНИЕ



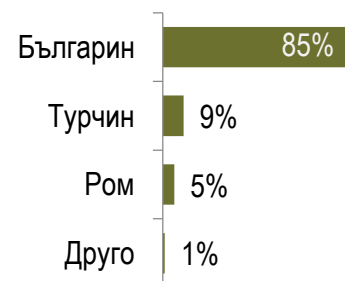
ДОХОД НА ЧЛЕН ОТ ДОМАКИНСТВОТО



СОЦИАЛНА ГРУПА

Служител, не ръчен труд	27%
Пенсионер	25%
Работник, упражняващ ръчен труд	24%
Безработен	8%
Частен собственик/самонает/	4%
Учащ	4%
Друго	2%
Интелигенция, свободни професии	2%
Домакиня	2%
Земеделски стопанин	1%

ЕТНОС

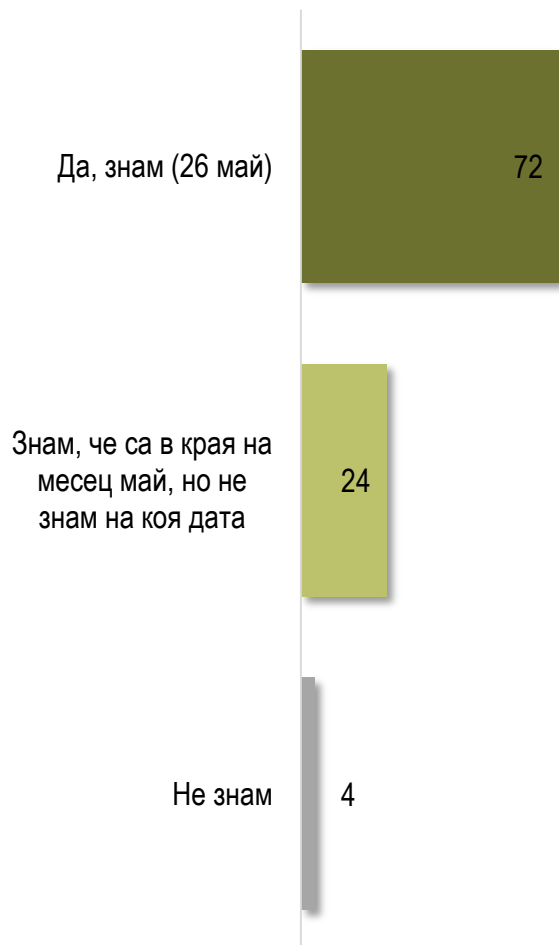


ИНФОРМИРАНост НА ИЗБИРАТЕЛИТЕ ЗА ЕВРОИЗБОРИТЕ

- Изследването, реализирано в разгара на предизборната кампания, регистрира висока запознатост с датата на провеждане на европейските избори. За 72% от анкетиранияте е еднозначна - 26-ти май, а 24% посочват периода, на провеждането им (в края на месец май), но без да се ангажират с конкретна дата. Едва 4% споделят, че не са запознати, като това са в по-голяма степен възнамеряващите да не гласуват, което обяснява и липсата им на интерес по темата. В демографски план дефицит на информация се откроява при най-младите, нискообразованите, безработните и хората с най-ниски доходи. Прави впечатление, че всеки пети представител на ромския етнос не знае дори приблизително периода на провеждане на изборите.
- Запознатостта с участниците в изборите за Европейски парламент също е висока (77%). Поляризиран са нивата на информираност – 35% познават партиите/коалициите, но и конкретните кандидати от листите. 42% са информирани за участващите в изборите партии и коалиции, но не и за личностите в техните листи. Като се има предвид избирателната активност (33%) и преобладаващата неинформираност сред споделилите в проучването, че няма да гласуват, налице е висока степен на запознатост сред проявяващите интерес към европейските избори.
- Спонтанната запознатост с конкретните имена на участващи партии и коалиции откроява няколко основни извода. От 27 участвали в изборите партии и коалиции, респондентите са посочили общо 21 от тях. С най-висок дял на посочванията са онези, които са парламентарно представени и получават в самите избори по-високи резултати. Сходен извод може да бъде направен и за посочваните личности от листите – общо 40 изброени кандидати, като в първата десетка едва двама не са получили нужния вот / възможност да бъдат евродепутати. Но и тези две имена са депутати към настоящия момент в Народното събрание.

ЗАПОЗНАТОСТ С ЕВРОПЕЙСКИТЕ ИЗБОРИ (%)

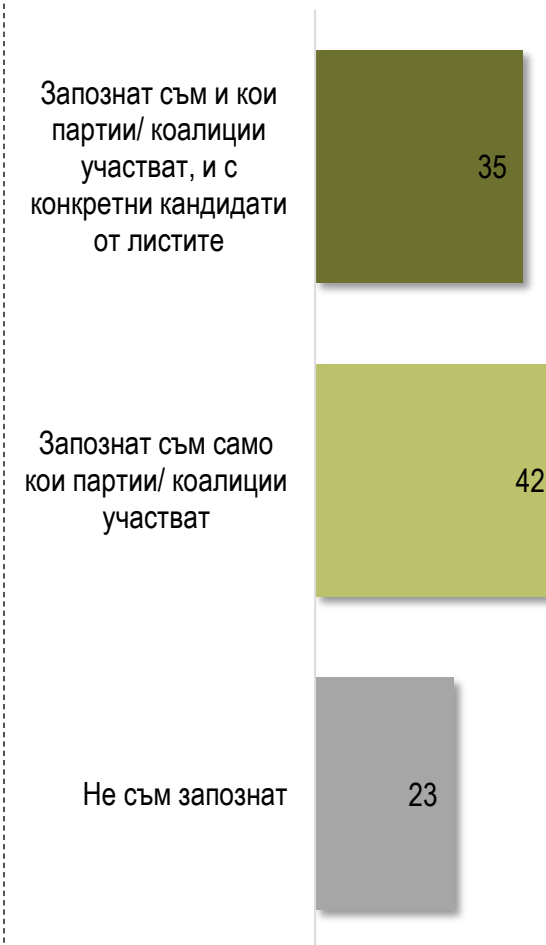
Запознат ли сте на коя дата ще гласуваме за членове на Европейския парламент?



Вие лично, решили ли сте вече дали ще гласувате в предстоящите евроизбори?



Доколко запознати се чувствате с участниците в предстоящите европейски избори?



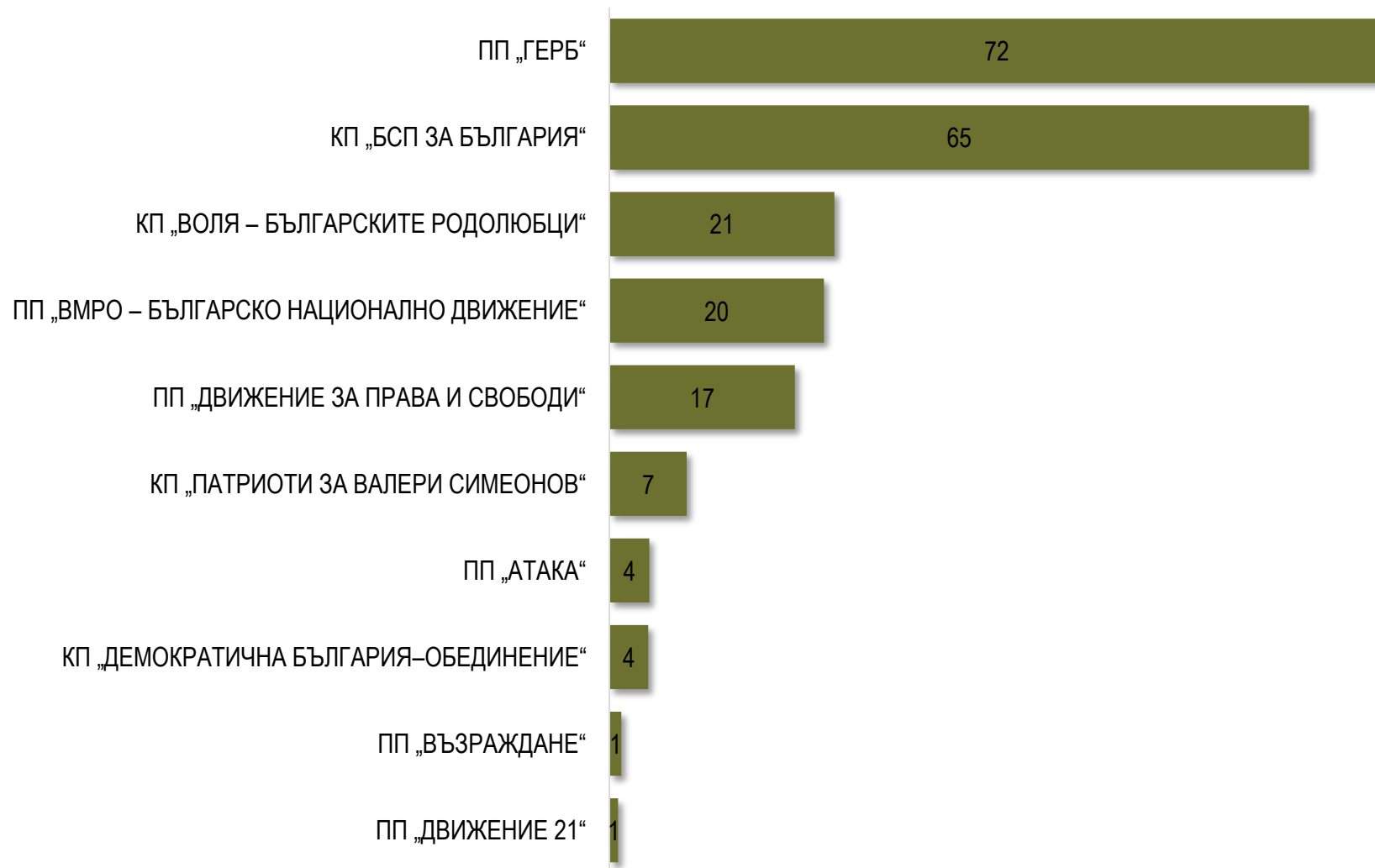
Q1. През последните седмици активно се говори за предстоящите европейски избори. Моля Ви, кажете ми Вие лично запознат ли сте на коя дата ще гласуваме за членове на Европейския парламент?

Q2. Вие лично, решили ли сте вече дали ще гласувате в предстоящите евроизбори?

Q3. Доколко запознати се чувствате с участниците в предстоящите европейски избори?

СПОНТАННА ЗАПОЗНАТОСТ С ПАРТИИ – ТОП 10 (%)

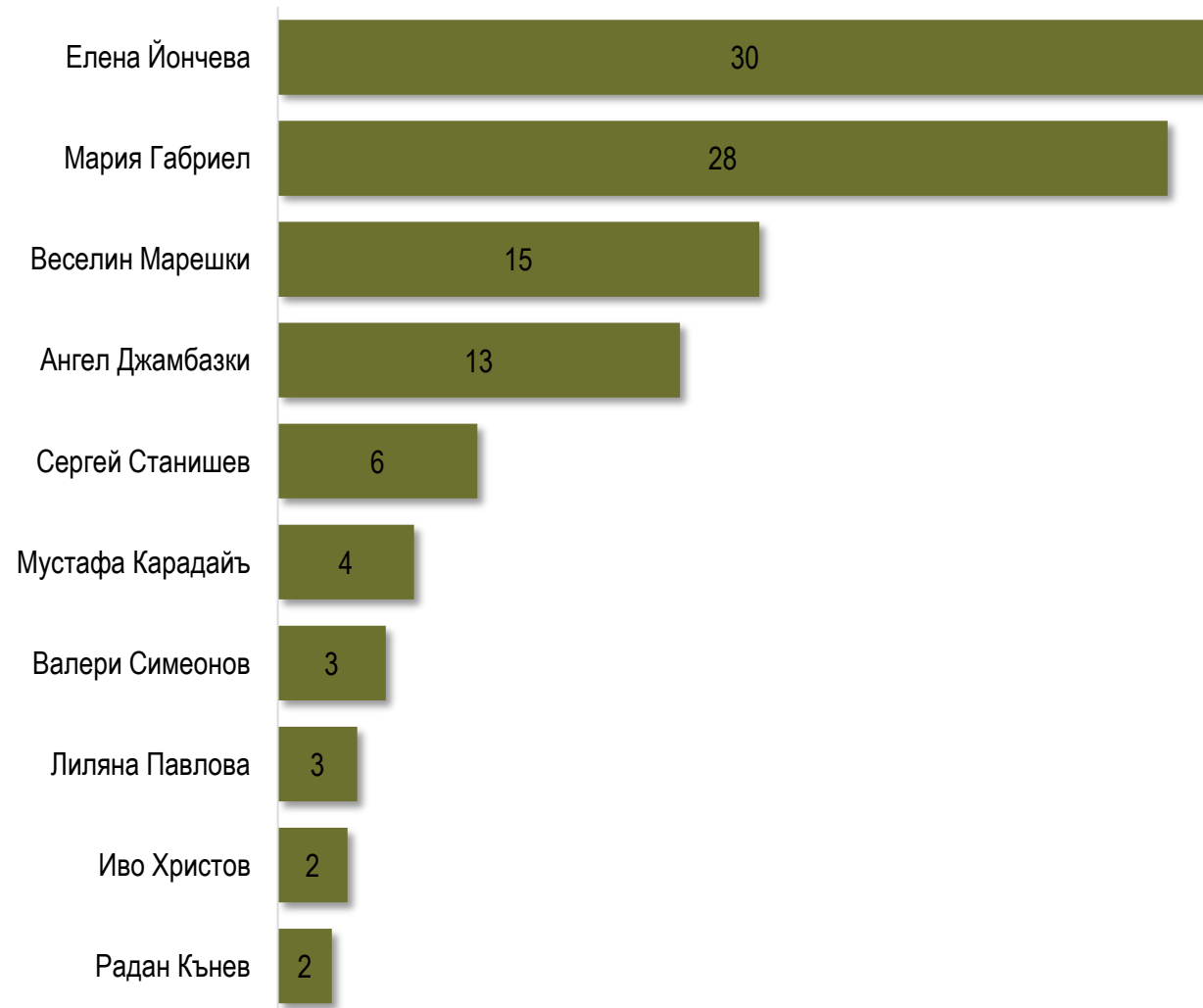
Запознатост с партии:



Q4. Моля, посочете имената на партии/ коалиции и техните кандидати, за които сте запознати, че участват в предстоящите евроизбори?

СПОНТАННА ЗАПОЗНАТОСТ С КАНДИДАТИ – ТОП 10 (%)

Запознатост с кандидати:



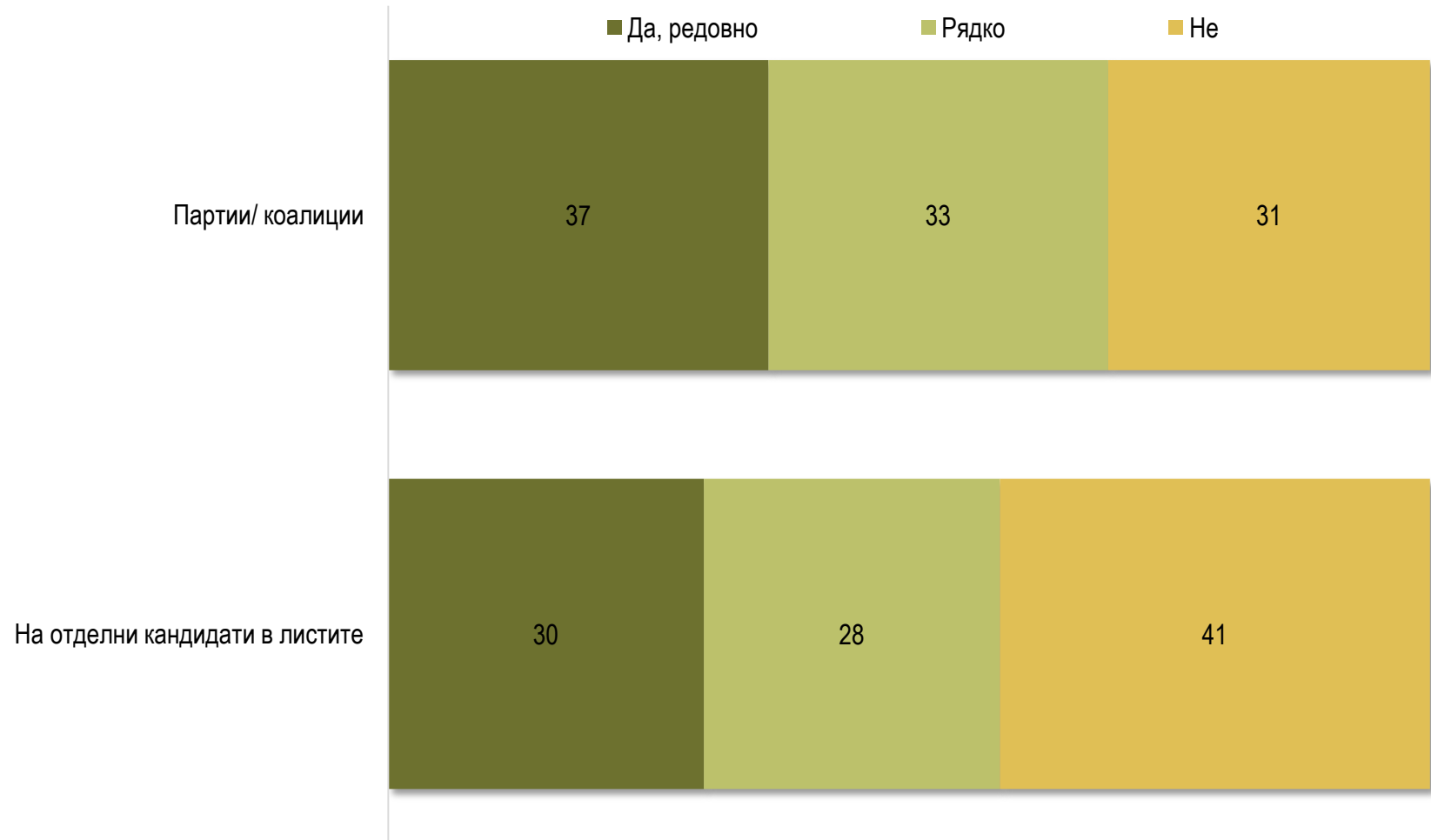
Q4. Моля, посочете имената на партии/ коалиции и техните кандидати, за които сте запознати, че участват в предстоящите евроизбори?

ПРЕДИЗБОРНИ ПРОЯВИ И ИНФОРМАЦИОННИ КАНАЛИ

- По-високата информираност за партиите и коалициите в сравнение с отделните кандидати е пряко следствие и от естеството на предизборните прояви. Редовно с тях се сблъскват в партиен контекст 37% от интервюираните и със 7 пункта по-малко в личностен (за отделните кандидати) план. Не е за пренебрегване и делът на онези, които споделят, че не са срещали предизборна проява, било то партийна (31%) или на отделните кандидати в листите (41%). Отново определящо за срещата с предизборните прояви е интересът и желанието за гласуване. Към него следва да добавим нивото на образование и възрастовата група – по-възрастните и по-високо образовани по-често срещат такива събития.
- Като най-разпознаваеми форми на кампания се отличават клиповете (57%) и предизборните репортажи (48%). Това обяснява и открояващата се значимост на националните телевизии за получаването на информация за предизборните прояви (77%). Статичните визуални материали, като плакатите и билбордовете, са вторите по важност в кампанията фактори. Едва на по-заден план идва личната комуникация - с близки и познати, както и предизборните срещи. Другите медии, като вестници, радиостанции и социални мрежи, остават с по-ограничено влияние и въздействие върху потенциалните избиратели.

ПРЕДИЗБОРНИ ПРОЯВИ 1/3 (%)

Срещате ли предизборни прояви на:



Q5. Вече тече официалната предизборна кампания за евроизборите. Вие лично, срещате ли предизборни прояви (събития, репортажи, клипове, плакати и пр.) на:

ПРЕДИЗБОРНИ ПРОЯВИ 2/3 (%)

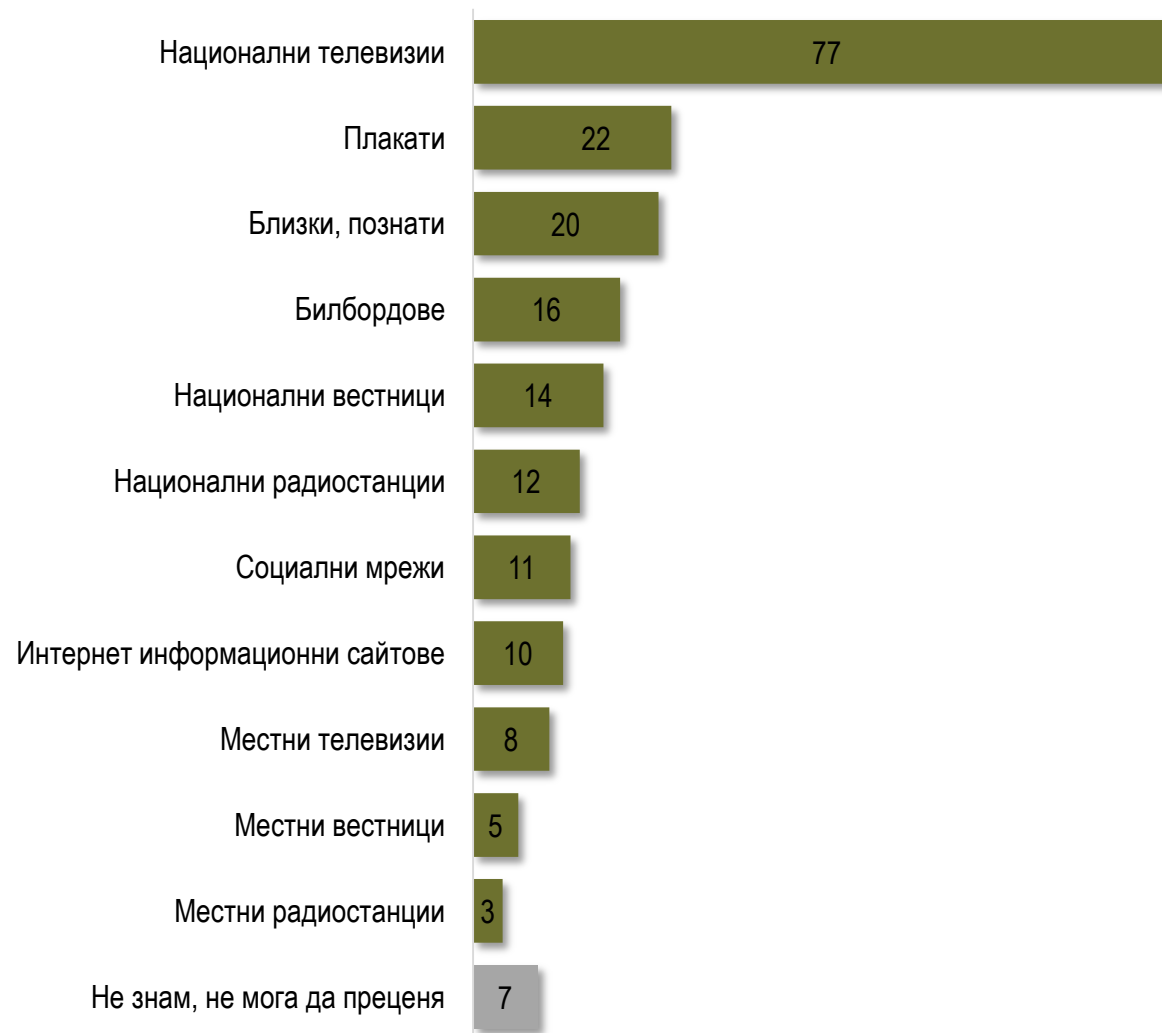
За какви предизборни прояви се срещате:



Q6. За какви прояви на партии/коалиции/конкретни кандидати за евроизборите се срещате?

ПРЕДИЗБОРНИ ПРОЯВИ 3/3 (%)

Източници на информация:



Q7. Откъде най-често се информирате за предизборни прояви на участниците в евроизборите?

ЗАПОЗНАТОСТ С ИЗБОРНИ ПРАВА

Проучването установява, че в навечерието на Евроизбори 2019, мнозинството от избирателите са запознати с изборните си права – 61% знаят, че имат възможност да гласуват преференциално, 64% - машинно (там, където е технически обезпечено), 53% - да гласуват на друго място (след подаване на заявление) и 52% - с подвижна урна за хората с увреждания (след подаване на заявление).

Зад относително високата запознатост обаче, че открояват две важни тенденции:

- Информираността е предимно с общ характер: избирателите знаят, че разполагат с тези права, но не и детайли как точно могат да се възползват от тях и да ги упражнят. Това съдържа съществен риск пред изборния процес, който би могъл да затрудни (макар и частично) хората в желанието си да се възползват от тях.
- Информираността е силно зависима от социално-демографския статус на избирателите. Като по-запознати се открояват жителите на столицата и големите градове, средните поколения, високо образование. И обратно – жителите на малките населени места, най-възрастните поколения, ниско образование в значително по-ниска степен знаят правата си на избиратели. В този смисъл, за достатъчно големи по обем социални групи е налице риск поради незнание или да не успеят да се възползват напълно от правата си, или да станат обект на опити за контролиране на вота (каквито обичайно се правят именно сред избирателите в по-нисък социален статус).

Индикатор за непълнотата в познаването на правата е и фактът, че делът на заявяващите намерение да се възползват от тях е значително по-нисък от информираните. И ако възможностите за гласуване на друго място, по настоящ адрес, с подвижна урна засягат относително малка част от желаещите да гласуват, то преференциалното и машинно гласуване са от особена важност.

ЗАПОЗНАТОСТ С ИЗБОРНИ ПРАВА

Десет дни преди изборния ден, всеки пети заявява, че възнамерява да използва преференция като мнозинството от тях знаят, че трябва да отбележат като номера на партията/коалицията, така и този на подкрепения от тях кандидат. Всеки трети обаче все още не е решил дали ще се възползва от тази възможност. Разбира се, тук значение има както информираността за правото на преференция, така и кампанията на отделните партии и кандидати. Проучването установява, че по-готови да отбележат преференция са откритите се като по-информирани социални слоеве, но също и симпатизантите на партии, които или насърчаваха това право (като Демократична България), или имаха ярки и подкрепяни от избирателите представители (като ВМРО), или в чиито редици имаше остри персонални съперничества (като БСП).

Аналогично, делът на заявите готовност да гласуват машинно (28%) е значително по-нисък от запознатите. Склонни да се възползват от него е налице отново сред най-запознатите, а останалите – продължават да изразяват предпочитания към хартиените бюлетини.

Като фактори, които мотивират най-силно ползването на машинно гласуване се открояват очакването, че това ще направи гласуването по-бързо и лесно (40%), предпазване на гласа от манипулации (18%), гарантиране тайната на вота (16%) и по-малък риск от грешки.

Обратно, сред най-сериозните бариери пред ползването на машинно гласуване са притеснението на избирателите, че ще допуснат грешки (които после не биха могли да поправят) – 25%; неувереност, че не знаят как се гласува (21%), притеснение за манипулиране на вота (21%), несигурност дали гласът им ще бъде преброен (12%).

Като цяло, липсата на достатъчно задълбочена информация за изборните права и наличието на системни остри дефицити (сред широки групи избиратели) изправят изборния процес пред два съществени риска: от грешки (допускани както от избиратели, така и от избирателни комисии) и от контролиране на вота.

ЗАПОЗНАТОСТ С ИЗБОРНИ ПРАВА (%)

Какви информационни материали за правилата за гласуване срещате?



За кои от изброените права знаете:

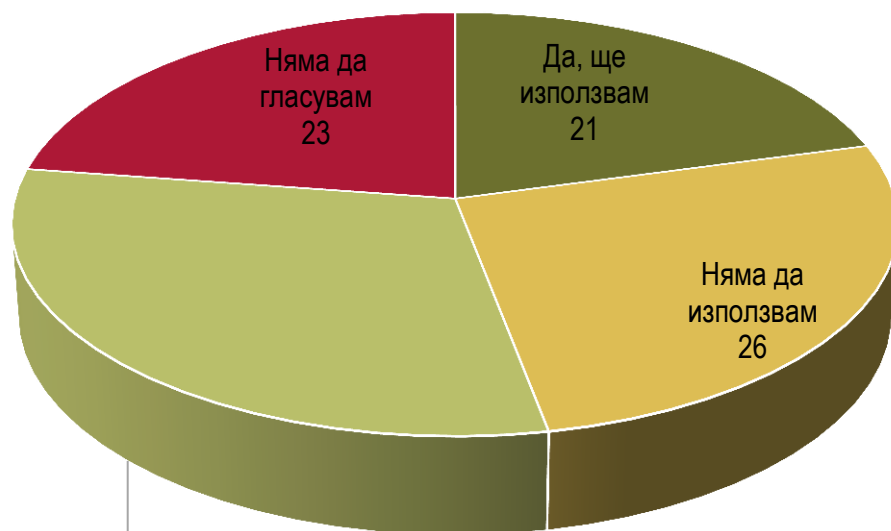


Q8. А какви информационни материали за правилата за гласуване срещате?

Q9. За кои от изброените права знаете, че Вие лично, разполагате като гласоподавател?

НАМЕРЕНИЕ ЗА ПОЛЗВАНЕ НА ПРЕФЕРЕНЦИЯ (%)

Смятате ли да използвате преференция:



Все още не съм решил дали ще използвам преференция
30

Запознати ли сте как да отбележите кандидат в листата на партията / коалицията за която гласувате?

Достатъчно е да отбележа номера на партията

38

Ще отбележа освен номера на партията/коалицията и номера на кандидата, който ще подкрепям

54

Ще отбележа само номера на кандидата, който подкрепям

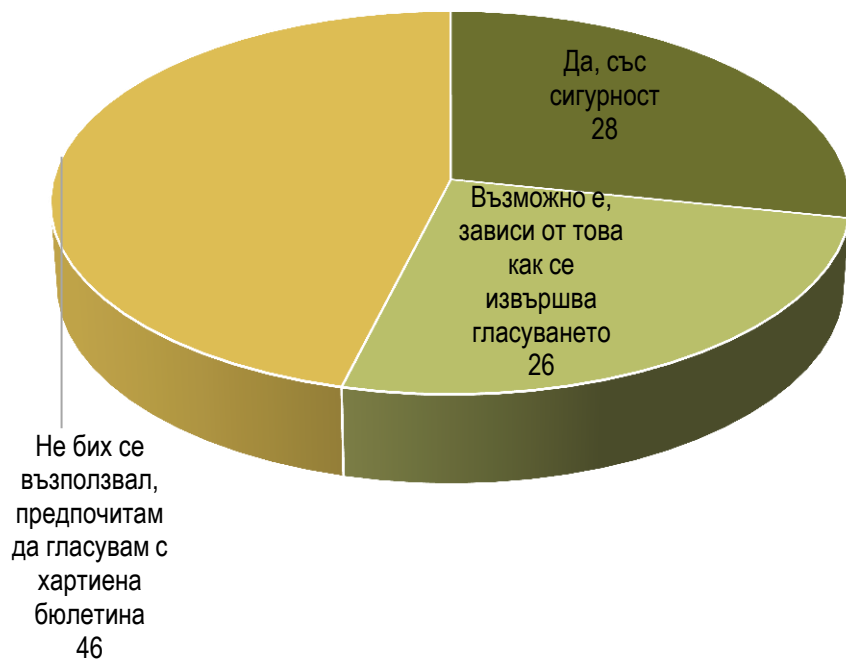
8

Q10. Вие лично, смятате ли да използвате преференция – да отбележите не само партия, а и кандидат от листата, когото подкрепяте?

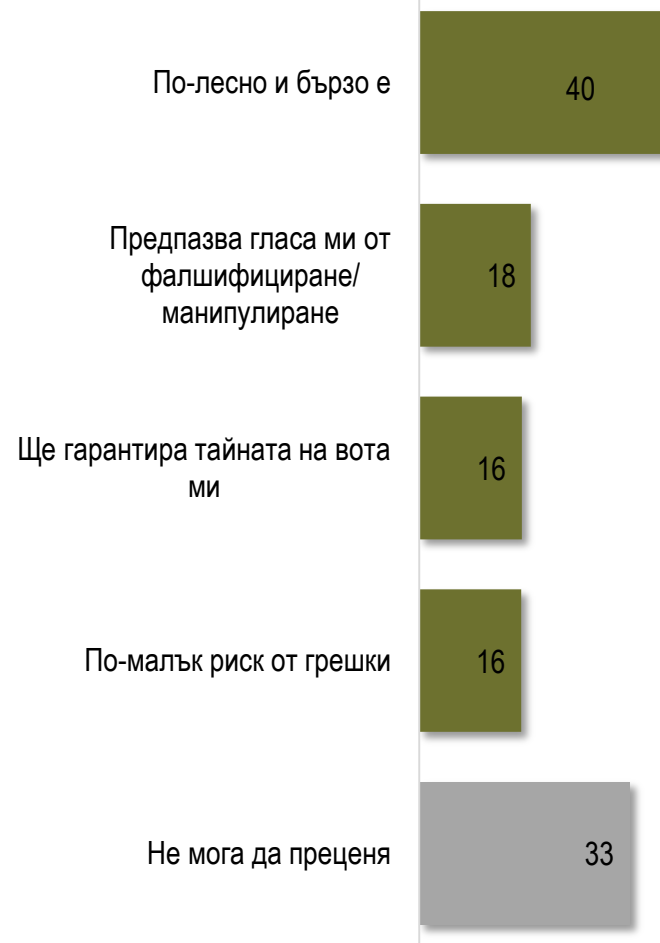
Q11. Запознати ли сте как да отбележите кандидат в листата на партията / коалицията за която гласувате?

НАМЕРЕНИЕ ЗА ГЛАСУВАНЕ МАШИННО (%)

Бихте ли гласували машинно:



Причини, поради които бихте гласували машинно:

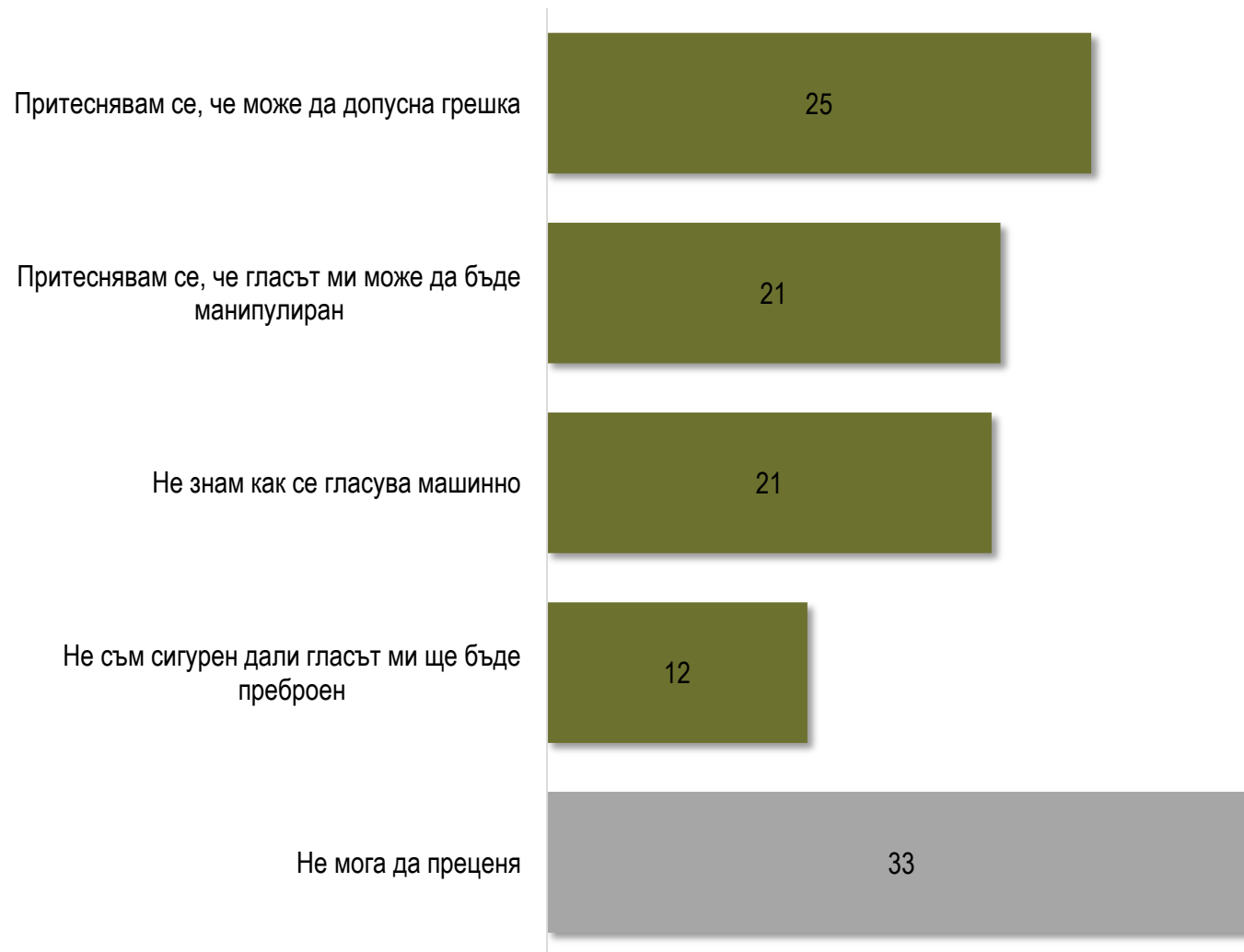


Q12. Ако в секцията, в която гласувате има възможност за машинно гласуване, бихте ли се възползвали от тази възможност?

Q13. Какви са причините, поради които бихте гласували машинно?

ПРИЧИНИ, ПОРАДИ КОИТО НЕ БИХТЕ ГЛАСУВАЛИ МАШИННО (%)

Причините, поради които НЕ бихте гласували машинно:



Q14. А какви са причините, поради които НЕ бихте гласували машинно?

ИНФОРМИРАНост И ОЦЕНКА ЗА РАБОТАТА НА ЦИК

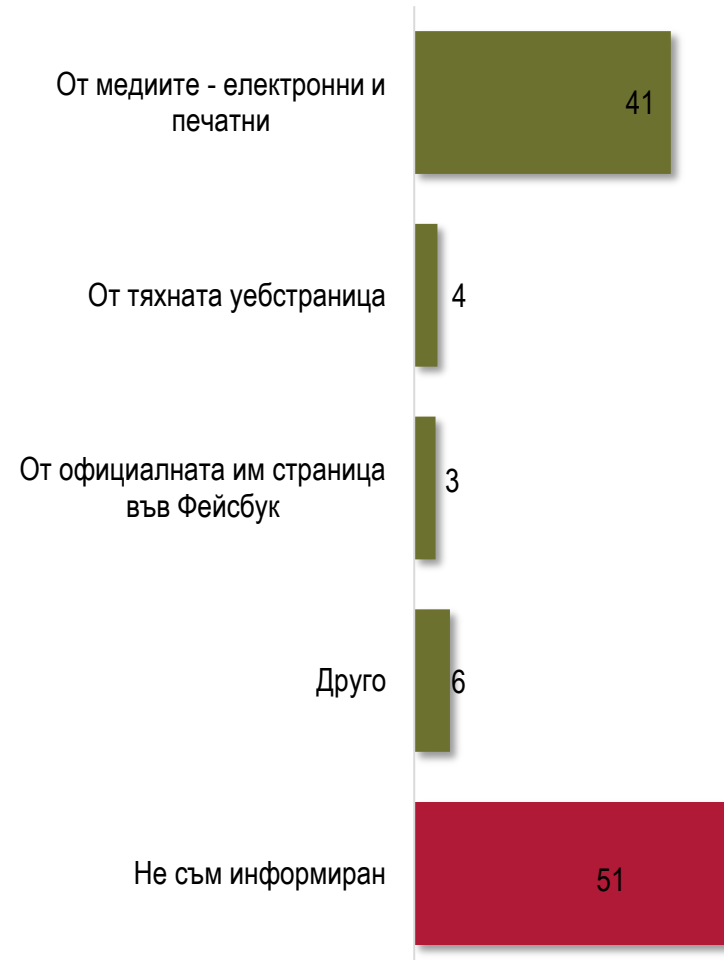
- Информираността за работата на ЦИК е ниска. Доминира делът на респондентите (51%), които споделят, че не са информирани за работата на ЦИК. Това са най-младите, нискообразованите, безработните, ромите и нямащите намерение да гласуват. Като основен информационен източник за работата на Централната изборителна комисия се обособяват електронните и печатни медии с 41%. С далеч по-ниска популярност са уебсайта (4%) и официалната Фейсбук страница (3%) на ЦИК.
- Ниската информираност за ЦИК рефлектира и върху оценката за нейната дейност. Близо 2/3 от респондентите заемат неутрална позиция, а 24% дават положителна оценка, докато на противоположното мнение са 9%. Най-позитивни са лицата на възраст над 40 години, с по-високо образование, жителите на областните градове, както и убедените, че ще упражнят правото си на глас на предстоящите европейски избори.
- Информацията за нарушения на правилата от страна на партии и кандидати е в по-ограничени размери и обхваща предимно отделни случаи (19%). За повече такива нарушения през кампанията са разбрали 4%, а внушителните 78% споделят, че изобщо не са срещали информация за нарушения.
- Упражняваният контрол от страна на ЦИК върху партии и кандидати, които нарушават правилата, се оценява по-критично от респондентите и 38% го определят изцяло негативно. Все пак преобладават позитивните нагласи, като за 20% той е в „пълна степен“, а 42% го определят като „частичен“. При анализът на тези данни трябва да бъде отчетено мнението на неинформирани за дейността на ЦИК, които проявяват по-високата критичност и дават по-негативни оценки към упражнявания контрол от страна на институцията към нарушилите правилата партии и кандидати.

ЦИК- ОЦЕНКА И ИНФОРМИРАНост ЗА РАБОТАТА (%)

Оценка на работата на ЦИК:



Информираност за работата на ЦИК:



Q15. Каква е цялостната Ви оценка за работата на ЦИК в тази предизборна кампания?
Q16. Как се информирате за работата на ЦИК?

НАРУШЕНИЯ ПО ВРЕМЕ НА ИЗБОРНАТА КАМПАНИЯ (%)

Срещали ли сте информация за нарушения на правилата от страна на партии и кандидати?



Упражнява ли ЦИК достатъчно строг контрол над партии и кандидати, които нарушават правилата?



Q16. Вие лично, в тази кампания за евроизборите срещали ли сте информация за нарушения на правилата от страна на партии и кандидати?

Q17. А какво е впечатлението Ви, в тази кампания ЦИК упражнява ли достатъчно строг контрол над партии и кандидати, които нарушават правилата?

ФИНАНСИРАНЕ НА КАМПАНИЯТА

Проучването установява важна тенденция в обществените нагласи по въпроса за източниците на финансиране на партиите в настоящата кампания. Общото мнение е, че то се крепи основно на държавната субсидия, но е плътно следвано от фактори, чиито интереси често са възприемани нееднозначно – бизнес кръгове и нерегламентирани източници. В най-малка степен се смята, че политическите формации разчитат на подкрепата на избирателите си.

Партийната субсидия се възприема от обществото като водещ източник на финансиране на кампанията за евроизборите (65%). Това мнение споделят представителите на всички социално-демографски групи, независимо от техния статус.

Като следващ по значимост фактор обаче избирателите открояват бизнес кръговете (43%), следвани от дарения от симпатизанти (33%) и нерегламентирани източници (32%). В най-малка степен хората смятат, че участващите в надпреварата за европартии разчитат на членски внос (29%) и лични средства на кандидатите (14%).

За хората е трудно да преценят каква част от финансирането и на кои партии е легитимно и каква не, но нагласите им показват, че сред обществото има значителна степен на съмнение по този въпрос. Те се усилват от мнението на мнозинството избиратели (53%), че партиите и кандидатите не отчитат реалното си финансиране в настоящата предизборна кампания. Едва 14% имат доверие на партиите в това отношение, всеки трети смята, че отчетност поддържат малка част от участниците.

ФИНАНСИРАНЕ НА КАМПАНИЯТА

Аналогична (макар и по-умерена) е и оценката за ефективността на Сметната палата: едва 10% са на мнение, че тя следи ефективно финансовите отчети, 21% - че прави това отчасти и 27% - че не изпълнява тези свои функции. Най-голяма част от избирателите (41%) признават незапознатостта си с дейността на Сметната палата в това направление, което е допълнителна предпоставка за наличието на съмнения.

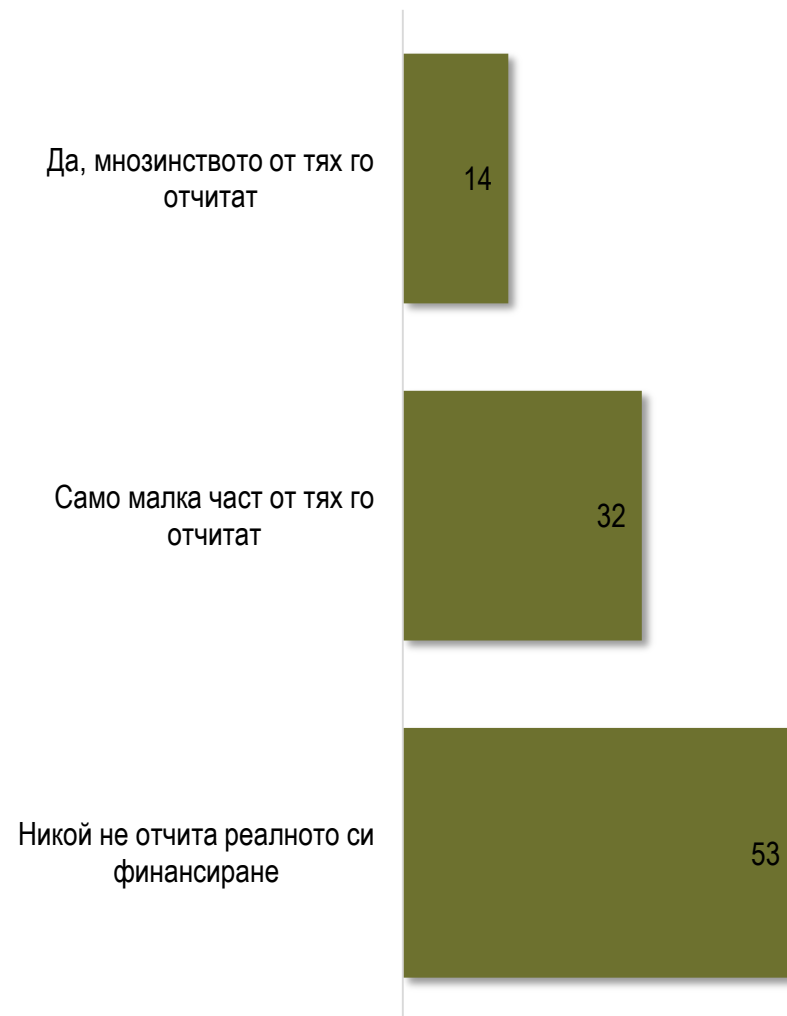
Нагласите относно финансирането на кампанията очертават картина, която маркира (макар и индиректни) рискове пред изборния процес. Съмненията в коректността на партиите при набиране на финансов ресурс са фактор, който задълбочава недоверието в тях и демотивира избирателите за участие във вота.

ИЗТОЧНИЦИ НА ФИНАНСИРАНЕ НА ПАРТИИ И КАНДИДАТИ (%)

Според Вас, кои са източниците на финансиране на партиите и кандидатите в сегашната предизборна кампания?



Според Вас, партиите и кандидатите отчитат ли реалното си финансиране в тази кампания за евроизборите?

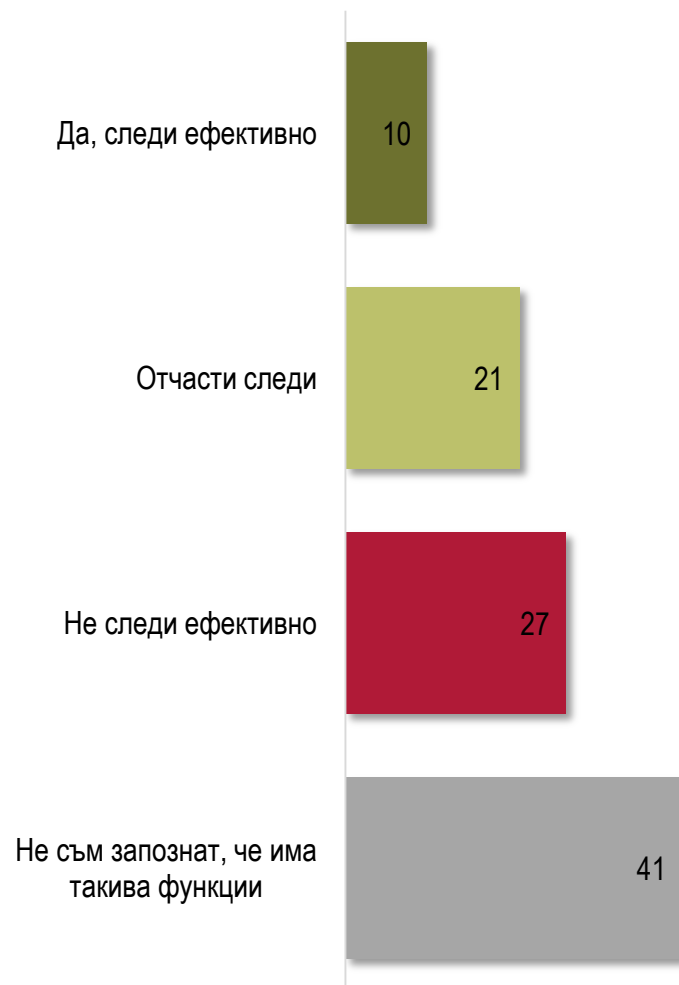


Q18. Според Вас, кои са източниците на финансиране на партиите и кандидатите в сегашната предизборна кампания?

Q19. Според Вас, партиите и кандидатите отчитат ли реалното си финансиране в тази кампания за евроизборите?

ОТНОШЕНИЕ КЪМ РАБОТАТА НА СМЕТНАТА ПАЛАТА (%)

Смятате ли, че Сметната палата следи ефективно за спазването на правилата за финансиране от партиите и кандидатите в настоящата предизборна кампания?



Смятате ли, че Сметната палата предоставя достатъчно публична информация и възможност за проследяване финансирането на партиите/коалициите/кандидатите?



Q20. Смятате ли, че Сметната палата следи ефективно за спазването на правилата за финансиране от партиите и кандидатите в настоящата предизборна кампания? / Q21. Смятате ли, че Сметната палата предоставя достатъчно публична информация и възможност за проследяване финансирането на партиите/коалициите/кандидатите?

За контакти:
Alpha Research
България, София 1000,
ул. Искър 54

Тел.: +359 2 9836056
Факс: +359 2 9836168

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