

Тема на броя



К

Когато през 2014 г. група доброволци направиха кампанията „Обещай, че ще гласуваш“ в навечерието на изборите, твърдяха, че обществото вече

е будно. Че не си прави глупави илюзии, а политиките отдавна са преминали всички граници, затова трябва да бъдат наказани с гласуване. Апатията към изборите, твърдяха доброволците, всъщност е услуга за партиите на статуквото.

Точно 10 години по-късно избирателната активност е с повече от 10 пункта по-ниска и никой не си прави труда да агитира хората да пуснат бюлетина. Липсата на интерес от обществото към изборите, а оттам и към начина, по който се управлява и развива България, се констатира разсеяно след всеки от честите в последните години вотовете, след което бързо се забравя.

Когато в редакцията на „Капитал“ си зададохме въпроса някой търси ли обяснение за високия брой негласуващи, първият и логичен адресат на питането бяха партиите. Оказа се, че разделени от непрестанни спорове и всевъзможни обвинения помежду си, политическите формации >12

//НЕГЛАСУВАЩИТЕ

Тихото мнозинство

☞ За десет години гласуващите на избори в страната са намалели с малко под 1 млн. души.

☞ Нито политическите партии, нито социолозите са проучвали в дълбочина защо българите устойчиво се отказват от правото си на глас.

☞ Ако тенденцията на свиване на електората прогължи да се задълбочава, бъдещите управленски формати все повече ще стъпват на задкулисни договорки вместо на политики, които решават проблемите на хората.

автор

Полина Паунова | polina.paunova@capital.bg



📍 В определени общини негласуващите стигат до 70% | снимка Юлия Лазарова

>11 са напълно единни в отношението си към негласуващите (а оттам и към обществото) - изглежда, че не ги интересуват. В последните години нито една от тях не е поръчала изследване на негласуващите в страната в опит за търсене на електорално разширение.

„Това, че хората били отвлечени, че нямали доверие в политическата система, че така протестирали срещу нея, не просто е клише, то е повърхностно“, твърди социологът проф. Георги Фотев. По думите му липсата на интерес към високия брой негласуващи би могла да се обобщи с това, че „се намираме на място от развитието си, където е загубена най-елементарна чувствителност. Намираме се в състояние на нихилизъм. А оттам следва, че липсва солидарност“, констатира той.

Изразът на подобно състояние на нихилизъм може да бъде показан и с числа. За 10 години отишлите до избирателните урни са намалели с малко под 1 млн. души, се вижда от данните на Централната избирателна комисия (ЦИК). А само в периода между април 2021 г. и април 2023 г. гласуващите са се свили с 650 хиляди. Ако на парламентарния вот през пролетта на 2021 г. избирателната активност е била 50.5%, то две години по-късно тя е 40.7%.

Най-големият спад обаче се регистрира за три месеца при серията парламентарни избори през 2021 г. Между април и юли гласувалите намаляват с 550 000 души, сочи анализ на Института за развитие на публичната среда (ИРПС).

Къде са отишли тези хора? Защо предпочитат да не гласуват? Съвсем ли не припознават в партиите своите представители? Честите избори ли ги изморяват, или им е все едно - това са въпроси, на които няма отговор.

Дълбочинно проучване по темата няма. Спорадично след избори в отделни изслед-



вания са включвани въпроси, но те по-скоро дават моментна снимка на профила на негласуващите - нищо повече. По думите на Първан Симеонов, директор на „Галъп интернешънъл“, подобно изследване би било много скъпо и няма агенция, която да може да си го позволи. Управляващият партньор в Alpha Research Боряна Димитрова изказва сходно мнение. „От изучаване на негласуващите имат интерес всички: политиците, неправителственият сектор, медиите. Получава се така, че никой не знае на кого говори, а оттам и какво да му каже“, коментира тя.

С тенденцията на свиване на електората като цяло страната не след дълго ще се изправи пред следните проблеми:

- партиите съвсем няма да познават избирателите и от какво се вълнуват те, а оттам и какви послания да произведат и какви решения да предложат
- подобна неяснота лесно може да доведе до мъгляви, а и неистинни политически ангажименти;

- липсата на ясни политически послания пък ще улесни още повече управленски формати, които не стъпват на политики, а на задкулисни договорки
- те от своя страна ще задълбочават, вместо да решават, станалите хронични проблеми: подчинена съдебна система, зависими служби, разпадащ се социален сектор.

Всичко това води до затворен и порочен кръг: обществото все по-малко ще интересува политиците. Те ще се задържат на власт, стъпвайки на твърди партийни ядра, а това ще им дава възможност да изключват априори онези, които са извън тях. Така ще бъдат изключвани все повече и повече групи, което ще доведе до все по-голямо разпадане на обществената тъкан. При това положение става много трудно реализирането на значим национален проект за развитието на страната.

70% негласували

Лошият сценарий е избирателната активност да падне и до 30%. Защото ще възпроизвежда същата политическа класа.

Красноречиви са данните, обобщени от ИРПС, от парламентарните избори през 2023 г. от Кърджали, Сливен, Добрич и Шумен, в които активността е рекордно ниска. На миналия парламентарен вот в бастиона на ДПС Кърджали гласувалите са 26.82%, в Сливен 30.04%, в Добрич - 31.46 на сто, а в Шумен 32.02%.

На практика малцинството, а не мнозинството се произнася кой да управлява.

Според проф. Георги Фотев, ако областните управители и кметовете наистина ги е грижа какво се случва с населението в районите им, би следвало да поръчат местни изследвания, чрез които да се установи защо в тези области интересът към вота е по-нисък от и бездруго ниската средна активност в страната.

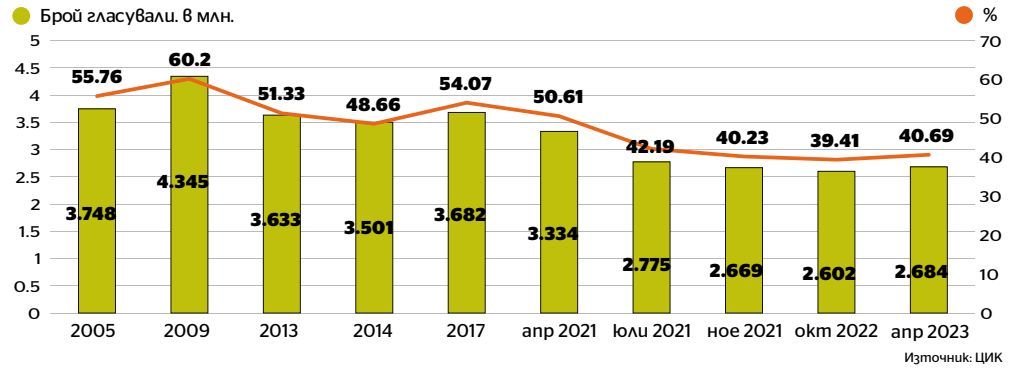
Различни причини за по-нисък интерес към изборите у нас и в Европа

Междувременно, понеже партиите знаят, че липсата на интерес към изборите е сериозен проблем, те опитват да го negliжират. След вота миналата година почти нямаше формация, която да не отчете ниската избирателна активност, но наред с това да изтъкне, че това е проблем на повечето общества.

Проф. Фотев изтъква обаче, че причините

К | ВСЕ ПО-СЛАБ ИНТЕРЕС КЪМ ИЗБОРИТЕ

Избирателната активност на вота за парламент в последните 20 години



Източник: ЦИК

за големия процент негласуващи в България са различни от тези за негласуващите в уредените държави: „Тамошните избиратели нямат тревога, че ще бъде подменен демократичният ред и стабилността в страните им, нямат такова основание.“ И добавя, че тук мотивите за негласуване не са подобни, но за да се разберат, трябва „дълго и задълбочено да се работи по хипотезите и едва тогава да се направи допитване“.

Според изследване на „Евробарометър“ от април тази година средно за ЕС 58% от избирателите казват, че „винаги гласуват“, докато у нас този дял е 28%. Хората, които отговарят, че никога не упражняват вота си в България, са 19%, докато средно за ЕС те са едва 9 на сто.

Разочарованите

Според социолога Живко Георгиев отказът от гласуването най-вече се дължи на това, че партиите не успяват да привлекат гласоподавателите, които са разочаровани от политическия процес.

„Това разочарование е породено от факта, че въпреки изобилието от партии и свръхпредлагането на нови политически проекти всъщност политическият пазар се оказва дефицитен“, казва Георгиев. „Има огромен дефицит на политическо представителство и много основания гражданите да не намират този продукт, който да съответства на техните интереси, ценности, очаквания и надежди. И след като не намират нищо на политическия пазар, което да приемат за свое, то и мотивите им за гласуване са слаби“, допълва социологът (повече за мотивацията на негласуващите виж на стр. 16).

Избирателна пасивност

Според тълкуването на проф. Георги Фотев обаче цялата система работи, за да формира избирателна пасивност. „Няма никаква кампания, която да мотивира хората“, констатира той. И допълва, че предизборните дебати са отблъскващи, а често и разводне-

Избирателната пасивност е огромен проблем, който разяжда обществената тъкан, но политическите партии го отминават равнодушно.

ни от хора, които получават финансиране, за да се явят на избори и само да размият сериозния разговор (медийните пакети, които финансират субекти без субсидия - бел. ред.). По думите му самият политически разговор в парламента е безумен, а не на последно място „няма такова нещо като социологически прогнози“.

„В социологията не се правят прогнози“, посочва Фотев и обяснява, че социологията е моментна снимка на дадени нагласи. „А когато непрестанно се внушава от медии, че става дума за прогноза, се прави манипулация: всекидневно се повтаря на обществото, че тези, които подкрепя, ще спаднат или няма да влязат“, допълни той.

Скептицизмът е труген за превъзможване

„Скептицизмът, който съществува като цяло към политическата ни класа, се преценява от партиите като много труден за превъзможване“, обобщава социологът от „Маркет линкс“ Добромир Живков. Той също смята, че подобно начинание изисква мащабна като обхват и дълбочина кампания, която да привлече тези, които не гласуват или традиционно не участват в изборите.

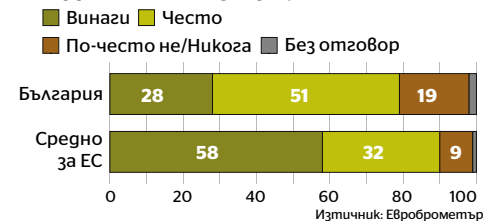
Според него е налице традиционно ниско доверие на хората както в институциите, така и в политическия елит, в самите партии и в политическата система в някаква степен.

Данните на „Маркет линкс“ показват, че в София се гласува повече отколкото в малките населени места, и то с чувствителна разлика - 10%. Процентът на работещите в държавната администрация, които гласуват, е по-висок от този на онези чиновници, които не ходят до урните. Обратна е закономерността в частния бизнес: по-висок процент от ангажираните в него не упражняват вота си.

В крайна сметка обаче това са показатели, които могат да ориентират изследователите и заинтересованите в количествени характеристики на негласуващите.

К | ГЛАСУВАТЕ ЛИ

Без значение от вида избори, %



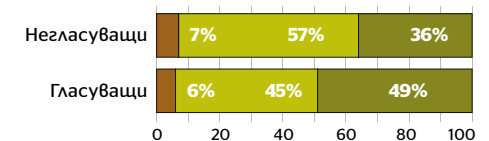
Източник: Евробарометър

К | ПРОФИЛ НА ГЛАСУВАЩИТЕ И НЕГЛАСУВАЩИТЕ

Всички възрастови групи

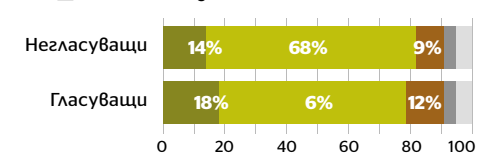
ПО ОБРАЗОВАНИЕ

Основно и по-ниско, Средно, Висше



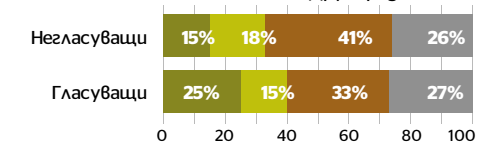
ПО МЕСТОРАБОТА

Държавна компания, Частен бизнес, Администрация, Свободна професия, Собствен бизнес



ПО НАСЕЛЕНО МЯСТО

София, Голям град, Друг град, Село



Източник: Обединени резултати от месечните социологически проучвания на агенция „Маркет линкс“ от 2024 г.

Качествените не са изследвани, което е и основният проблем както за политическите партии, така и за обществото.

Формациите засега не се вълнуват от тихото мнозинство, защото разчитат на това, че колкото по-малко хора гласуват, толкова повече ще бъдат избрани от твърдите си ядра. Обществото обаче не може да стои в подобно положение твърде дълго време, защото губи силите, които го предпазват от разпад. |К