

Избори за 43-то Народно събрание, 5 октомври 2014

Централна избирателна комисия

ВХ. № НС-18-40/25, 09.14

До:

**ЦЕНТРАЛНА ИЗБИРАТЕЛНА КОМИСИЯ**

На вниманието на:

г-жа Ивилина Алексиева

Председател на ЦИК

Копие до:

**ГРАЖДАНСКИ БОРД ЗА СВОБОДНИ  
И ПРОЗРАЧНИ ИЗБОРИ**

На вниманието на:

проф. Емилия Друмева

Председателстваща заседанията на ГБСПИ

## СИГНАЛ

от сдружение „ГИСДИ“

В лицето на Михаил Стоянов Мирчев, ЕГГ,  
председател на ГИСДИ и Катя Живкова Михайлова, ЕГН  
р-тел на ГИСДИ „Медиен мониторинг“

Основание: **Неизпълнение на чл. 205 (1), (2) от Изборен кодекс**  
Срещу: **СЕГА АД в лицето на в. „Сега“**

Уважаема г-жо Алексиева,

Сигнализираме за прояви на неизпълнение на чл. 205 (1), (2) от Изборен кодекс, установени чрез медиен мониторинг на ГИСДИ „Парламентарни избори 2014“.

Съгласно Изборния кодекс, 205 (1), (2) огласяването на резултати от допитвания до общественото мнение или на социологически проучвания по повод на изборите, извършено чрез медийна услуга, трябва да съдържа и информация за възложителя на допитването или проучването, за организацията, извършила допитването или проучването, и за източниците на финансирането му, като информацията се представя пълно и ясно, като в печатен или друг текстови материал е в обособено поле на видно място и заема не по-малко от 5 на сто от общата площ на материала.

Установихме че посочените законови разпоредби не са спазени от в. „Сега“ от 24 септември 2014.

В. „Сега“ в броя си от 24 септември 2014; на стр. 2 публикува данни от електорално рейтингово изследване на агенция „Екзакта“ със заглавие „ГЕРБ има значително по-голям твърд електорат от БСП“. Данните са огласени без да са посочени два от задължителните по закона реквизити: възложител на изследването и източници на финансирането му според чл. 205 (1). Не е спазено и изискването на чл. 205 (2), според което паспортните данни се предоставят пълно и ясно в обособено поле, заемащо не по-малко от 5 % от общата площ на материала.

Уведомяваме, ви че в първия ден от официалната предизборна кампания, 5 септември 2014, ГИСДИ медиен мониторинг изпрати писма до 200 доставчика на медийни услуги, напомнящи им законовите изисквания при огласяване на данни от изследвания на общественото мнение по време на предизборната кампания.

Прилагаме страница 2 от в. „Сега“.

Молим за вашето становище и решение.

София  
25 септември 2014

С УВАЖЕНИЕ,

Проф. Михаил Мирчев,  
Председател на ГИСДИ

Д-р Катя Михайлова,  
Ръководител на ГИСДИ Медиен мониторинг

поиска от полиция, който охранява секцията, тогава особеният ред е, че може да поиска да се изпразни пространството пред сесията.

Освен това се разбра, че ЦИК не е информирана за идеята и не е ясно дали ще я приеме. Димитър Димитров заяви, че е по-

ворна за това била организирана престъпна група. Политологът Антоний Гълъбов пък коментира,

каже, няма да я купи. И това е много по-страшна заплаха от това да даде 20 или 50 лв., обясни той.

## ГЕРБ има значително по-голям твърд електорат от БСП

ДИЯН ИВАНОВ

Ако изборите бяха на 20 септември, ГЕРБ биха получили 36,5% от гласовете на категорично решени да гласуват българи, а БСП биха останали с 20,2 процента. Това сочи изследване на агенция "Екзакт", оглавявана от бившия шеф на НИОИОМ Лидия Йорданова. Социолозите правят уточнение, че това не е протоза за изборния ден, а моментна

снимка на част от електоралния сегмент към този период от месеца. "Екзакт" твърди, че ГЕРБ, както и преди еврото, е по-мобилизиран от този на БСП и в същото време има по-голямо твърдо ядро. Периферията на ГЕРБ допълнително набъбва и поради конформисткия вог", констатира от "Екзакт".

Хората, които твърдо са решили да пуснат бюлетина, нареждат на трето



загадка до деня на самите избори. Няма обаче основание да се твърди, че гласът за всяка от тях би бил пропилант глас. Вероятно е подалането им в следващото Народно събрание", заявяват анализаторите.

Проучването сочи, че най-мобилизиран е електоратът на ДПС. 96% от избирателите на движението от парламентарият избори през май м.г. възнамеряват отново да гласуват за него. Кампа-

ният като цяло обаче не е повлияла върху електоралните предпочитания. Едва 12% от запитаните твърдят, че са променили решението си за кого да гласуват през първите две седмици от кампанията. Това най-често са избиратели на възраст под 30 г., жители на столицата и високообразовани респонденти.

55% от пълнолетните българи твърдят, че кадеторично ще гласуват. В самото начало на кампанията твърдо решили да участват във вота не са надхвърляли 50%, т.е. призивите към избирателите на активност са повлияли положително.

## Отразяване на проучванията за вота вкара разнороден изборния борд

АПОДМИА ИЛИЕВ

Темата за представянето на преизборните социологически проучвания в медийните породи поредната конфликтна ситуация в гражданския борд за чест и избори към служебното правителство. Участниците в съвета не се разбраха дали журналистите отразяват коректно съдържанието и дали отговорността не носи социологическите агенции и ЦИК. Присъстващите представители на медийния борд също се оказваха без единна позиция.



ЕМИЛИЯ ДРУМЕВА



Важно е не толкова санкционирането, а осъществяването на предписанията на закона."

Социологът проф. Мирчев обявя пред борда, че в 90% от публикуваните соображения не са спазени нито изискванията на Изборния кодекс, нито европейските стандарти. И обясни, че законът изисква материалът за допитването

бордът спешно да реагира. "Отговорността за социологическите данни е на агенциите, а контролът трябва да се осъществява от ЦИК. Да не се опитваме да вмесваме конгрופן правомощия на медиите", възразиха от



ГЕОРГИ БЛИЗНАШКИ

Асоциация "Прозрачност без граници". От Съюза на издателите в България пък обясниха, че в повечето случаи задължителната информация към изследваната остава непубликувана, тъй като самите социолози я предоставят. "Освен това голяма част от тези данни не говорят нищо на читателя", посочи председателят на Браншовата организация Теодор Захов. От Българския медиен съюз обаче не се съгласиха и направиха странното предложение оглавяваната от Мирчев Българска соци-

ологическа асоциация да прави своеобразно "лицензиране" на агенциите, за да знаят медиите на кого да се доверят. До решение за конкретни мерки не се стигна, но членът на борда Емилия Друмева, която е и изборен съветник на премиера Георги Близнашки, напомни, че законът наказва нарушения по допълването с 2000 до 5000 лв. Но успокоеително добави, че "важно е не толкова санкционирането, а осъществяването на предписанията на закона".