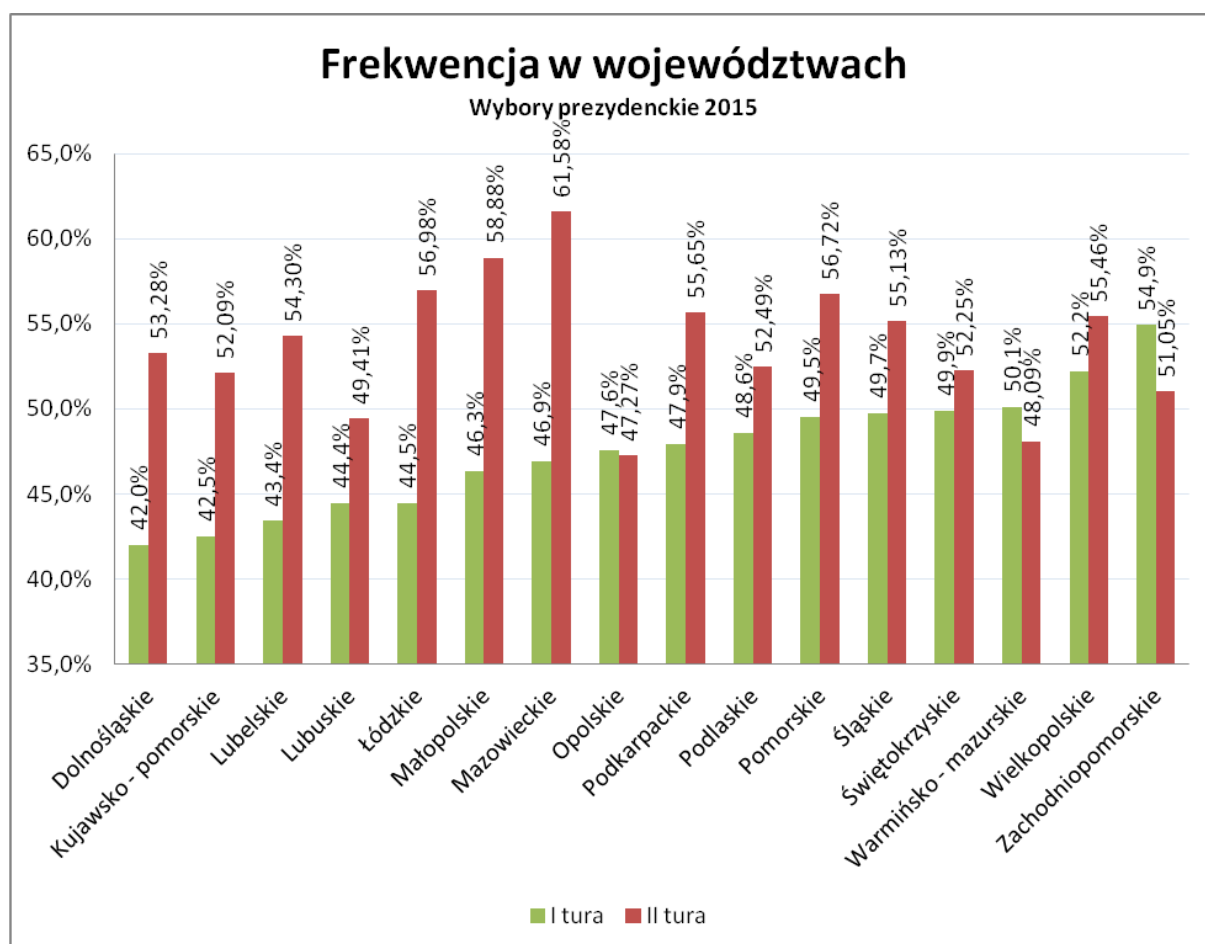


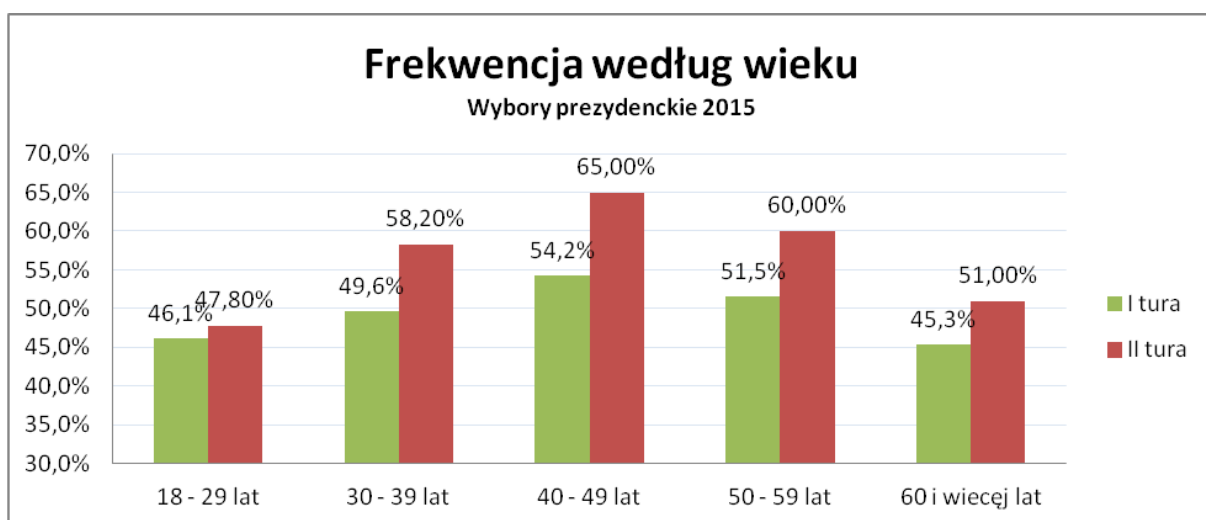
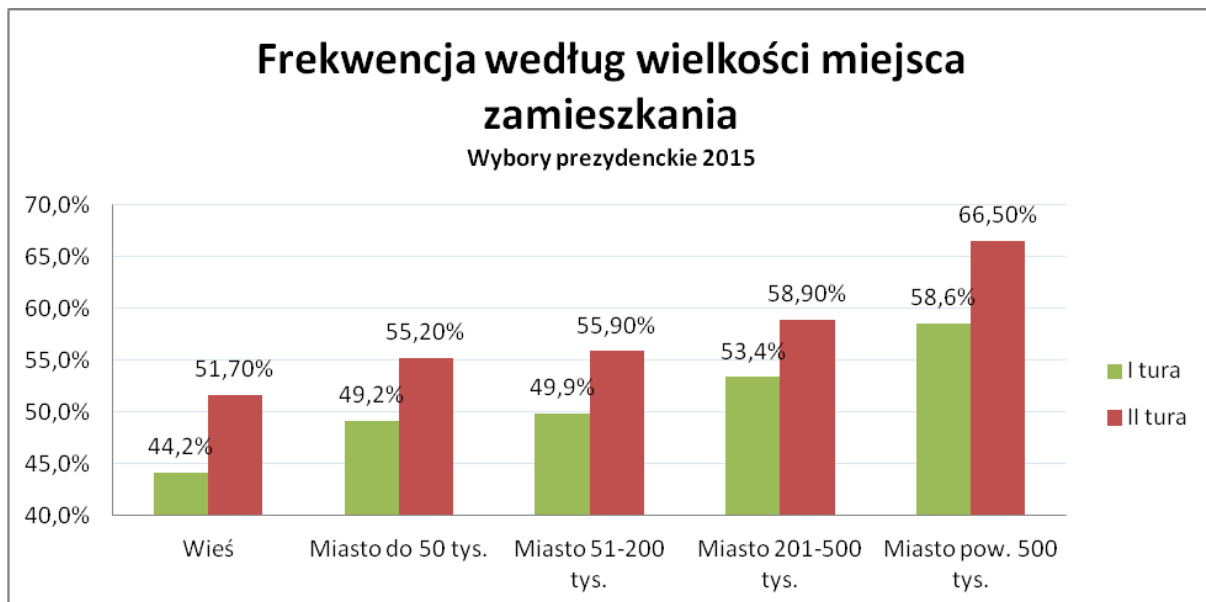
Kto sprawił, że frekwencja wzrosła?

Frekwencja w drugiej turze wyborów prezydenckich okazała się znacznie wyższa niż w pierwszej. Jakie grupy wyborców zmobilizowały się do udziału w drugiej turze wyborów, podnosząc odsetek głoszących aż o 7%? Ile osób skorzystało z dostępnych ułatwień? Dane prezentujemy poniżej.

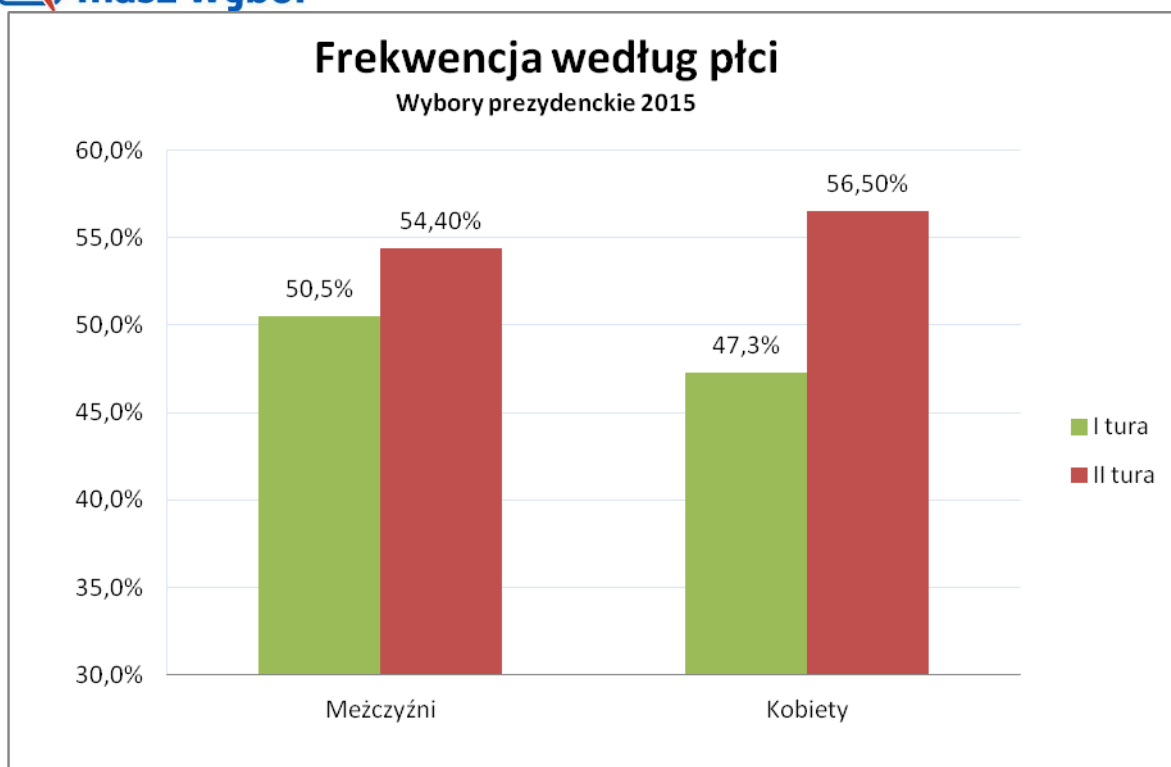
Podczas gdy po pierwszej turze wyborów analitycy i media bili na alarm ze względu na niską frekwencję, w drugiej turze do urn poszedł już znacznie wyższy odsetek wyborców – różnica wyniosła prawie 7% (48,8% w pierwszej turze, 55,5% w drugiej). Z analizy danych wynika, że w drugiej turze najbardziej zmobilizowali się mieszkańcy województwa mazowieckiego, gdzie różnica między odsetkiem głoszących w pierwszej i w drugiej turze wyniosła prawie 15%. Znacznie aktywniej niż w pierwszej turze poszli do urn też wyborcy z województw łódzkiego i małopolskiego, gdzie różnica wyniosła ok. 12,5%, oraz z województwa dolnośląskiego (11,3%). Wśród województw znalazły się jednak także takie, gdzie frekwencja między pierwszą a drugą turą spadła - od 3,9% w województwie zachodniopomorskim, przez 2% w warmińsko –mazurskim, po 0,3% w opolskim.



Aż o dwanaście punktów procentowych wzrósł odsetek głosujących w miastach powyżej 500 tysięcy mieszkańców, wśród mieszkańców mniejszych miejscowości najbardziej zmobilizowali się wyborcy z obszarów wiejskich (wzrost o 7%). Wyborcy w wieku 40-49 lat w drugiej turze głosowali aż o 11% częściej, podczas gdy wzrost odsetka głosujących w najmłodszej grupie, i tak nielicznie chodzącej do wyborów, wyniósł zaledwie 1,7%.



Ciekawie wygląda porównanie wyborców w pierwszej i drugiej turze ze względu na płeć. Podczas gdy w pierwszej turze kobiety zagłosowały rzadziej niż mężczyźni, w drugiej sytuacji się odwróciła. Frekwencja wśród głosujących kobiet w II turze była o 9% wyższa niż w pierwszej .



W drugiej turze wyborów ułatwienia udziału w głosowaniu okazały się znacznie popularniejsze niż w pierwszej – skorzystało z nich ponad 320 tysięcy wyborców, o 140 tys. więcej niż w pierwszej turze. Najczęściej wybieraną formą było tu jak zwykle zaświadczenie o prawie do głosowania - na tę formę oddania głosu zdecydowało się ponad 250 tysięcy osób (w pierwszej turze było to ponad o połowę mniej). Prawie 9 tys. osób zagłosowało przez pełnomocnika (o 3 tys. więcej niż w II turze). Pakiety do głosowania korespondencyjnego wysłano do ponad 50 tys. osób (wzrost o 14 tys.). Podobnie jak w pierwszej turze, duża część wysłanych pakietów nie dotarła do komisji – w pierwszej turze było to prawie 8 tysięcy, w drugiej – ponad 16 tysięcy.

W najbliższym półroczu mieszkańców i mieszkanki Polski czekają dwie kolejne ważne daty wyborcze. 6 września poprzez referendum podejmiemy decyzje na temat wprowadzenia Jednomandatowych Okręgów Wyborczych w wyborach do Sejmu, utrzymania finansowania partii politycznych z budżetu państwa oraz wprowadzenia zasady rozstrzygania wątpliwości dotyczących prawa podatkowego na korzyść podatnika. Na jesieni, najpewniej w październiku, odbędą się z kolei wybory parlamentarne. Zarówno przed referendum, jak i przed wyborami, Fundacja Batorego w ramach programu Masz Głos, Masz Wybór przeprowadzi kampanię informującą o obowiązujących procedurach głosowania oraz zachęcającą do korzystania z obywatelskiego prawa do wypowiedzania się w ważnych dla Polski sprawach oraz do wyboru przedstawicieli. Jednocześnie zabiegać będziemy o to, aby w przyszłości Państwowa Komisja Wyborcza prowadziła jeszcze szersze kampanie na ten temat procedur wyborczych. Podczas wyborów prezydenckich duża liczba nie odesłanych pakietów do głosownia korespondencyjnego sugeruje, że informacje na temat procedur głosowania za pomocą tej formy oddania głosu nie zostały dobrze nagłośnione.

Kontakt:

Zofia Nawrocka

Fundacja im. Stefana Batorego

Masz Głos, Masz Wybór

tel. 22 536 02 62

znawrocka@batory.org.pl

Czym jest Koalicja Masz Głos, Masz Wybór?

Celem jej działania jest zachęcanie Polaków do licznego i świadomego udziału w wyborach. Koalicja nie prowadzi agitacji na rzecz określonych opcji politycznych, komitetów wyborczych czy kandydatów. Koalicja Masz Głos, Masz Wybór od lat prowadzi kampanie profrekwencyjne np. „Zmień kraj, idź na wybory” (przed wyborami parlamentarnymi w 2007 roku), „Pępek Europy” (przed wyborami do Parlamentu Europejskiego w 2009 roku) i „Każdy powód jest ważny” (przed wyborami samorządowymi w 2014 r.).

Członkowie koalicji:

Fundacja im. Stefana Batorego (koordynuje prace Koalicji), Centrum Edukacji Obywatelskiej, Forum Obywatelskiego Rozwoju FOR, Fundacja Projekt: Polska, Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego, Instytut Spraw Publicznych, Izba Gospodarcza Reklamy Zewnętrznej, Izba Wydawców Prasy, Polska Fundacja im. Roberta Schumana, Konfederacja Lewiatan, Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR, Stowarzyszenie Prasy Lokalnej, Stowarzyszenie Przyjaciół Integracji, Stowarzyszenie Szkoła Liderów.