

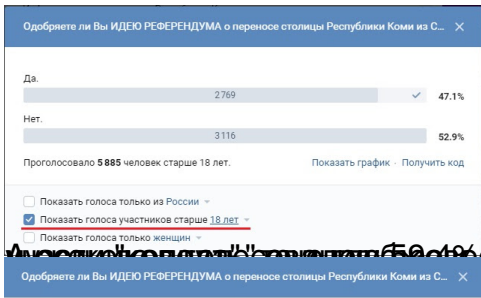
В течение недели (с 24 по 30 ноября включительно) информационное агентство "Комиинформ" проводило опрос в социальных сетях, ставший в итоге одним из самых массовых за последнее время для интернет-сегмента Республики Коми.

Пользователям сети "ВКонтакте" было предложено высказать свое мнение по следующему вопросу: "Одобрите ли вы идею референдума о переносе столицы Республики Коми из Сыктывкара в Ухту?"

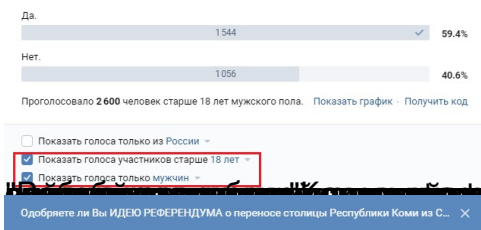
В опросе приняли участие 11 640 человек, что составляет приблизительно 1,4% населения республики. Помимо этого, пост о голосовании просмотрели свыше 54 000 раз.

Весьма внушительное количество респондентов (40,3%) высказались за возможность всенародного волеизъявления по поводу переноса столицы республики, хотя большинство проголосовавших (59,7%) идею проведения референдума все же не одобрили.

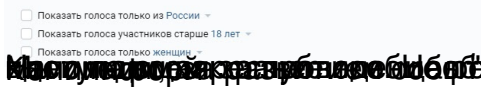
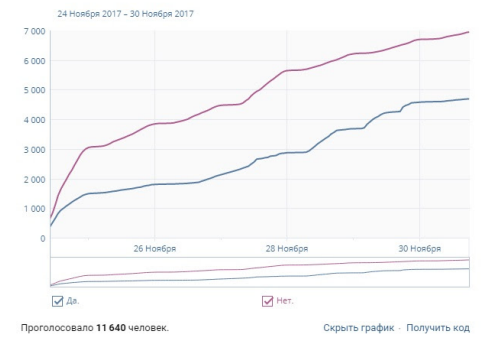
При этом необходимо отметить интересный факт: если внимательно посмотреть структуру голосования (благо, "ВКонтакте" предлагает соответствующие инструменты), то можно заметить, что среди голосующих в возрастной группе "старше 18 лет" (как раз те, кто имеет право участвовать в референдуме) голоса распределились примерно поровну: 47,1% на 52,9%.



Идея референдума о переносе столицы Республики Коми из Сыктывкара получила 40,3% голосов. Идея референдума о переносе столицы Республики Коми из Сыктывкара получила 40,3% голосов. Идея референдума о переносе столицы Республики Коми из Сыктывкара получила 40,3% голосов.



Идея референдума о переносе столицы Республики Коми из Сыктывкара получила 40,3% голосов. Идея референдума о переносе столицы Республики Коми из Сыктывкара получила 40,3% голосов. Идея референдума о переносе столицы Республики Коми из Сыктывкара получила 40,3% голосов.



Идея референдума о переносе столицы Республики Коми из Сыктывкара получила 40,3% голосов. Идея референдума о переносе столицы Республики Коми из Сыктывкара получила 40,3% голосов. Идея референдума о переносе столицы Республики Коми из Сыктывкара получила 40,3% голосов.