

ДОЛГОРОЧНО НЕВРАБОТЕНИ ЛИЦА

Клучни наоди од квалитативното и
квантитативното истражување

“ И мене ми се има случено - зачлени се во нашата партија и ќе те вработиме. Не сакам да се зачленам. Вработејте ме ако сум добар, ако не, не ме вработувајте. Сите знаеме кој е вработен во јавната администрација, а кој не е, кој сега дома со универзитетска диплома. ”
Жена, 32, Велес

Долгорочно невработени лица - дефиниција и големина

Со оглед на тоа што не постои универзално прифатена дефиниција за долгорочно невработените лица, за целите на овој извештај „за долгорочно невработено ќе се смета лицето кое нема редовно вработување најмалку две последователни години, иако е на пазарот на трудот.“²³ Како таква, долгорочната невработеност е идентична со таканаречената многу долгорочна невработеност, која се однесува на лица кои немале вработување најмалку 24 месеци.²⁴ Според последните податоци на Агенцијата за вработување во Северна Македонија, 56,856 лица биле регистрирани како невработени најмалку 24 месеци на 30.04.2021 година.²⁵ Сепак, оваа бројка може да биде поголема бидејќи не ги вклучува таканаречените „пасивни баратели на работа“, односно лица невработени повеќе од две години кои не се регистрирани во Агенцијата за вработување.

Демографски профил

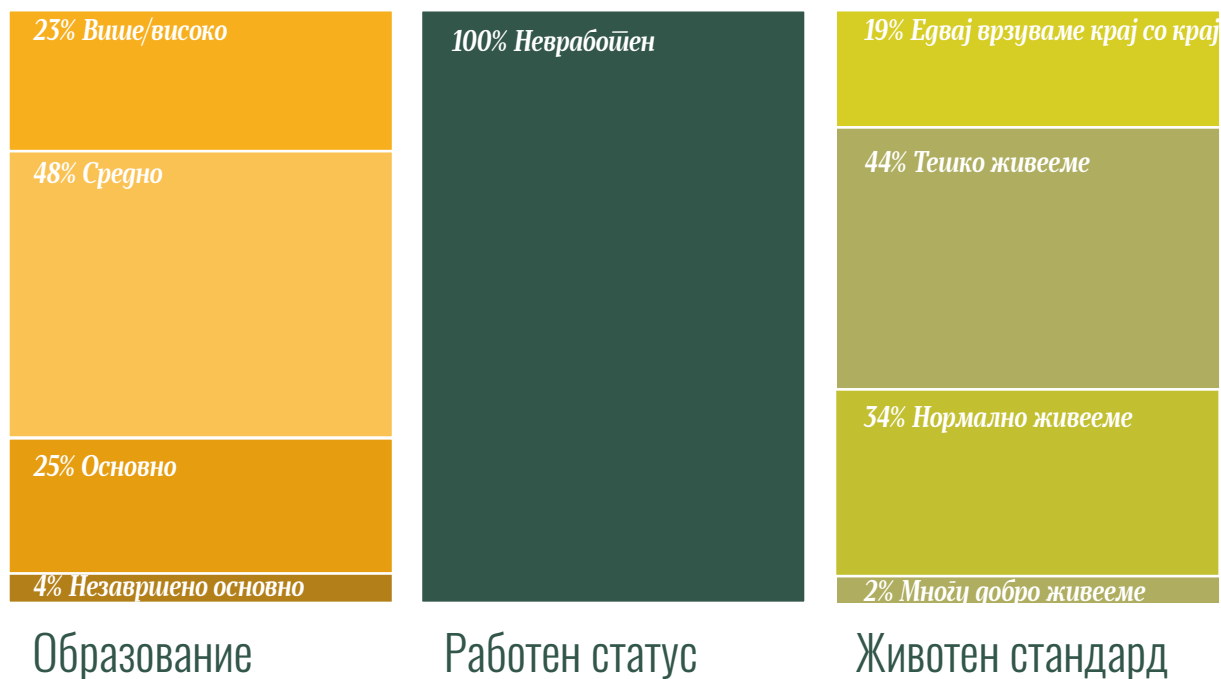
Вкупно 99 долгорочно невработени лица учествуваа во квантитативната анкета лице в лице.

Со цел да се добие подлабок увид во позадината, перцепциите и мислењата на групата, квантитативното истражување беше дополнето со една фокус група.

23 Simo Aho et al., “Magnitude, structure and dynamics of chronic unemployment in Denmark, Finland and Germany”, IAB-Discussion Paper 9|2019, p. 9 [Симо Ахо и сор., „Големина, структура и динамика на долгорочната невработеност во Данска, Финска и Германија“, IAB-Дискусија за трудот 9 | 2019, стр. 9], достапно на: <http://doku.iab.de/discussionpapers/2019/dp0919.pdf> , пристапено на 14.10.2020 година.

24 “Long-term unemployment: Commission proposal for a Council Recommendation - frequently asked questions”, [„Долгорочна невработеност: Предлог на Комисијата за препорака на Советот - најчесто поставувани прашања“], 17.9.2015 година, достапно на: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/МЕМО_15_5562 , пристапено на 14.10.2020 година.

25 Агенција за вработување на Република Северна Македонија, „Извештај за невработени лица според времетраењето на очекувањата за вработување“ [„Преглед на евидентирани невработени лица според време на чекање на вработување“], достапно на: https://av.gov.mk/content/Statisticki%20podatoci/%D0%90%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BB%202021/04_vrcekanje042021.pdf , пристапено на 14 јуни 2020 година.



ТЕМИ НА ИНТЕРЕС

Интерес за општествено-политичките случувања во земјата

Колку сѐе заинтересирани за итековниите општествено-политички случувања во земјата и во светот?

7%
Многу

36%
Донекаде

32%
Не многу

22%
Воопшто не

2%
Не знае

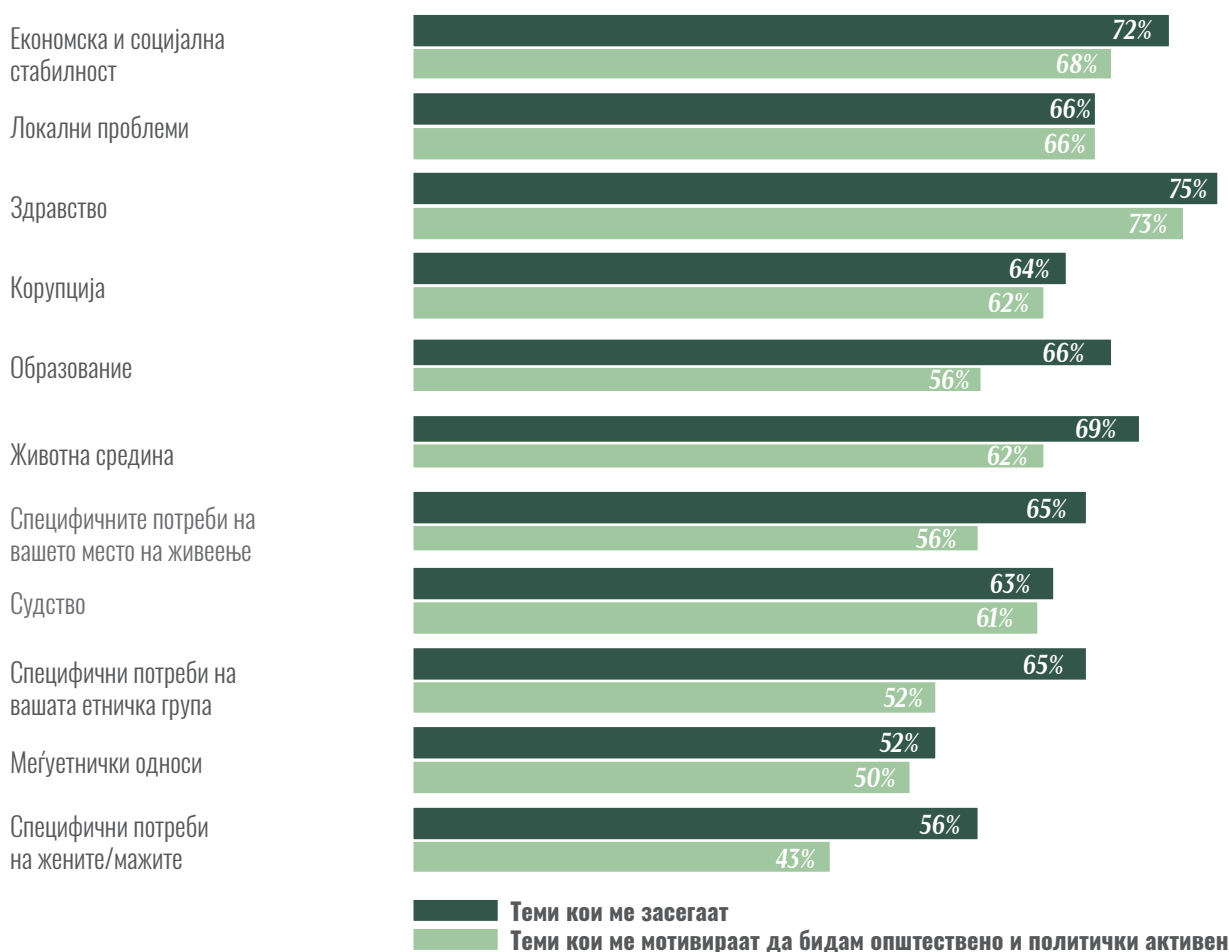
Во споредба со општата популација, долгорочно невработените лица се помалку заинтересирани за општествено-политичките случувања и поретко разговараат за овие прашања со други луѓе. Истражувањето покажува дека околу 43% од испитаниците се „многу“ или „донекаде заинтересирани“ за општествено-политичките прашања, додека 54% „воопшто не се“ или „не се многу“ заинтересирани. Како и кај другите маргинализирани и ранливи демографски групи, ова најверојатно се должи на менталитетот „врзување крај со крај“ што е доста застапен поради општествено-економските проблеми. Четворица од десет испитаници понекогаш или често разговараат за овие прашања со други луѓе, додека шест од десет ретко или никогаш не разговараат.

Според учесниците во фокус групата, пандемијата со КОВИД-19 котира највисоко меѓу општествено-политичките прашања во врска со квалитетот на животот. Тие исто така се загрижени за моменталната економска состојба во земјата, невработеноста, социјалната стабилност, образованието и судството.

Прашања од интерес

Колку ве загрижуваат следниве информации/прашања/теми?

Колку следниве прашања/теми ве мотивираат да бидете општествено и политички активни?



Здравствената заштита и економската и социјалната стабилност се најважните прашања за долгорочно невработените лица, што е наведено од повеќе од 70% од испитаниците. Покрај тоа, овие прашања се клучните мотиватори за нивно социјално и политичко активирање. Ова може да се објасни со фактот што долгорочно невработените лица, како и сиромашното население, се несразмерно повеќе погодени, и нивната здравствена заштита, економска и социјална стабилност се загрозувани.

Оваа група нема компензаторни механизми како заштеди, социјален капитал и врски што ќе им помогнат да се прилагодат на новите околности.

Како и општата популација и другите демографски групи, оваа група е најмалку загрижена за специфичните потреби на нивниот род и меѓуетничките односи воопшто, бидејќи се бори да ги задоволи основните егзистенцијални потреби.

ИЗВОРИ НА ИНФОРМАЦИИ

Речиси половина од учесниците (48%) посочија дека телевизијата е главниот извор на информации, додека речиси една четвртина (23%) се информираат за тековните општествено-политички случувања преку социјалните медиуми. Сепак, секој десетти испитаник воопшто не се информира.

Речиси половина од учесниците (48%) посочија дека телевизијата е главниот извор на информации.



ТВ 48%

Како и општата популација и другите демографски групи, долгорочно невработените лица сметаат дека медиумите се пристрасни и партиски и дека информациите ги презентираат од гледна точка на политичката партија што го финансира медиумот. Ова доведува до многу мала доверба во медиумите поради што испитаниците најчесто следат информации на различни медиуми заради споредба и анализа. Ширењето на лажните вести во медиумите предизвикува дополнителна конфузија и загриженост кај оваа група.

“Јас воопшто не се информирам на социјалните медиуми, бидејќи тие се многу пристрасни. Тие го пишуваат она што им го кажува нивната партија. Верувам дека многумина веќе ги видаа нивните лаги и не им веруваат повеќе.”

Маж, 51, Сирумица

ГРАЃАНСКО УЧЕСТВО

Осумдесет проценти (80%) од испитаниците се заинтересирани за поактивен граѓански ангажман.

Дали сѐ учествувале во некој настан, активност или процес што може да има ефективно влијание во заедницата или во местото каде што живеете?



Дали сѐ заинтересирани за поактивен граѓански ангажман?



Шеесет и еден процент (61%) од учесниците во истражувањето не веруваат во постигнување позитивни промени со индивидуален ангажман или со ангажман на невладини организации, додека 25% немаат интерес за граѓански ангажман, што ја објаснува ниската мотивација за граѓанско учество.

Факторите што придонесуваат за минималното граѓанско учество можат да се сумираат во следново:

- ♦ Силно политичко влијание во сите државни институции и во приватниот сектор.
- ♦ Концентрација на моќта во политичките партии.
- ♦ Граѓаните се плашат да бидат обележани (политичките партии им ги припишуваат граѓанските активности на противничките партии) и отворено да изразат незадоволство.
- ♦ Слабо владеење на правото и добро управување.
- ♦ Ограничувања на слободата на говорот.

“ Мислам дека луѓето се премногу исцлашени и затоа не можат да се организираат. Се плашат да не ги загубат работните места и приходите. Кога зборуваат едни со други, велат: Ајде да покажеме малку сила, сила и моќ се во луѓето. Но, кога ќе дојде време да се излезе, да се кажат работите јасно и јасно, приказната се менува. Луѓето почнуваат да велат: но зошто да одам, другите нека го кажат тоа... ”
Жена, 59, Шпанија

Фактори што промовираат учество

Ефективноста на институционалниот систем е клучниот фактор за вклучување на оваа група во значајни активности во заедницата, согласно наведеното од една четвртина од испитаниците. (25%). Другите важни фактори се однесуваат на застапеноста на нивните интереси (наведено од 15%) и лични или семејни придобивки (наведено од 14%).

И покрај тоа, речиси половина од испитаниците (54%) не сметаат дека можат да имаат влијание како граѓани, додека 30% сметаат дека можат да имаат значајно влијание во својата општина. Другите институции беа споменати од помалку од 3% од испитаниците.

Подготвеност и способност за учество во граѓански активности

На прашањето дали би учествувале во граѓански активности, 46% од испитаниците наведоа дека би одговарале на прашалник, 42% би разговарале со колеги или пријатели во врска со лични или семејни проблеми и 46% би читале брошури или летоци.

Како и општата популација и другите демографски групи, процентот на активности што би ги избегнувале е повисок: 83% не би присуствувале на состанок на политичка партија, 76% не би присуствувале на јавна дебата и 79% не би учествувале на онлајн состанок.

Во кои граѓански активности сакаат да учествуваат?

46%

Одговарање на прашалник



46%

Информирање од леток



42%

Дискусија со колеги/пријатели



ИЗБОРЕН ПРОЦЕС

Долгорочно невработените граѓани ги поврзуваат изборите со фрази како што се: „катастрофа“, „хаотичен“, „манипулативен“, „фалсификат“, „притисок“, „празни ветувања“, „нема промени, истите луѓе“, „луѓето се немоќни“.

Дали сметате дека секој глас е важен и може да влијае на изборните резултати?

78%	22%	2%	8%
Да	Не	Одбива да одговори	Не знае

Во споредба со општата популација, долгорочно невработените лица помалку веруваат во важноста на гласот на граѓаните и неговото влијание врз изборните резултати.

Повеќе од две третини од испитаниците сметаат дека секој глас е важен и може да влијае на изборните резултати (78%) во споредба со 74% од општата популација што верува во важноста на гласот на граѓаните.

Покрај тоа, наодите од фокус групата покажуваат дека оваа група смета дека денот на изборите е легитимен и мирен, но дека предизборните кампањи се брутални и вулгарни.

Повеќе од половина од испитаниците (56%) наведуваат дека гласањето не е доволно за да ги ангажира граѓаните да влијаат врз политиките, повеќе од една четвртина (26%) смета дека гласањето е доволно, додека 16% немаат мислење.

Мотивација за гласање

Колку често гласате?

68% редовно / често

16% понекогаш

9% обично не

4% никогаш

Истражувањето покажува дека 68% гласаат речиси редовно или често, 16% понекогаш, 9% обично не гласаат, додека 4% никогаш не гласаат.

Како и општата популација, 38% од оваа група изјавуваат дека секогаш гласаат за иста партија, додека 44% гласаат за различни политички партии.

Фактори што влијаат на одлуката за гласање

Како и општата популација, три најзначајни фактори што влијаат на испитаниците во оваа група да излезат и да гласаат се: перцепцијата дека гласањето е граѓанско право и должност (44%), подобра иднина (28%) и страв дека гласот ќе им биде злоупотребен (24%).

44%

Граѓанско право и должност



28%

Изгледи за подобра иднина



24%

Страв од злоупотреба на гласот

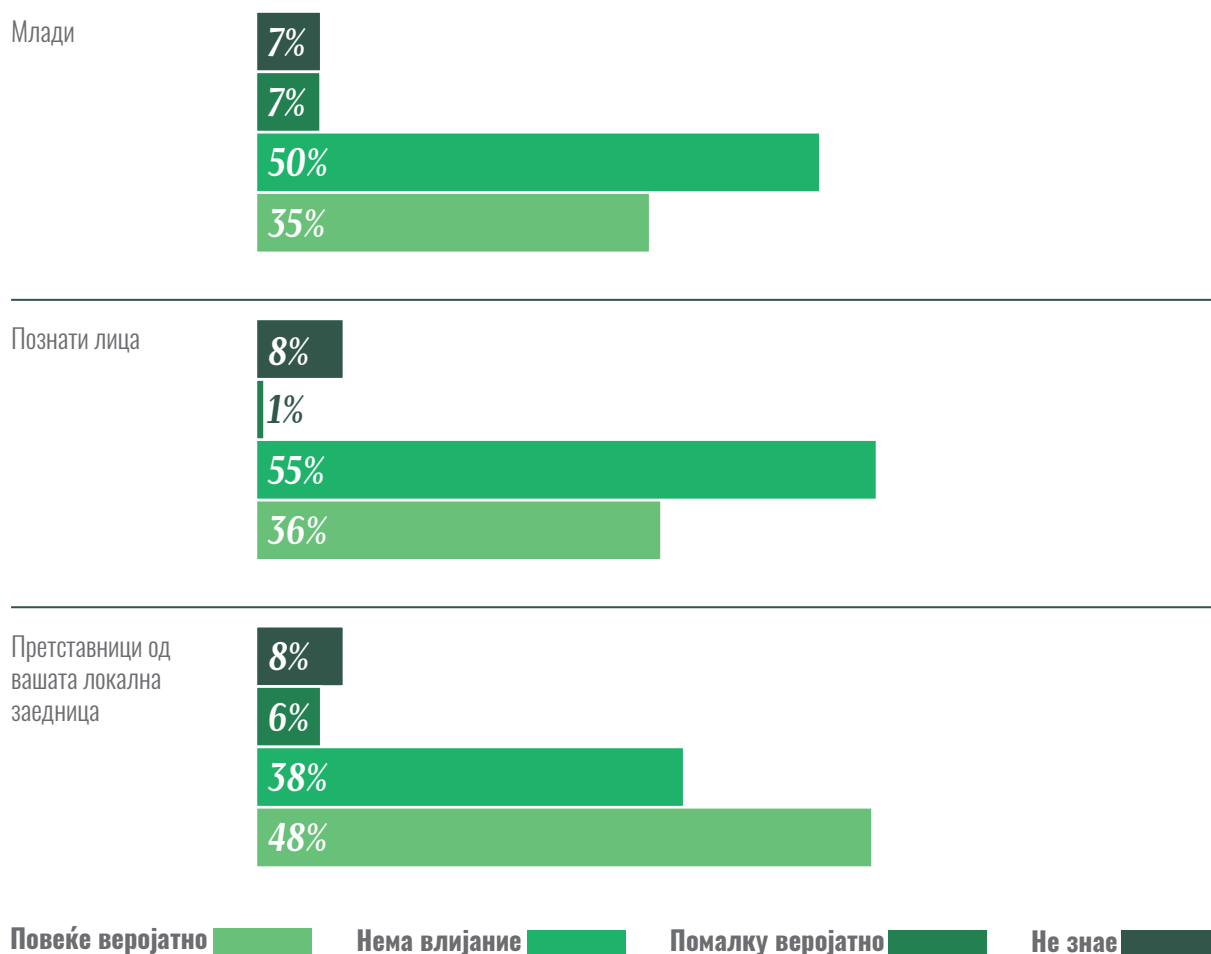


Повеќе од половина од испитаниците (56%) посочуваат дека гласаат исто или најчесто исто како и нивните семејства, додека 38% гласаат различно.

Одлуката за гласање на шест од десет испитаници не е под влијание на нивните пријатели.

Како и другите демографски групи, испитаниците од оваа група би сакале да видат луѓе од нивната локална заедница како претставници на листите на кандидати или како избрани претставници во парламентот или општинските совети.

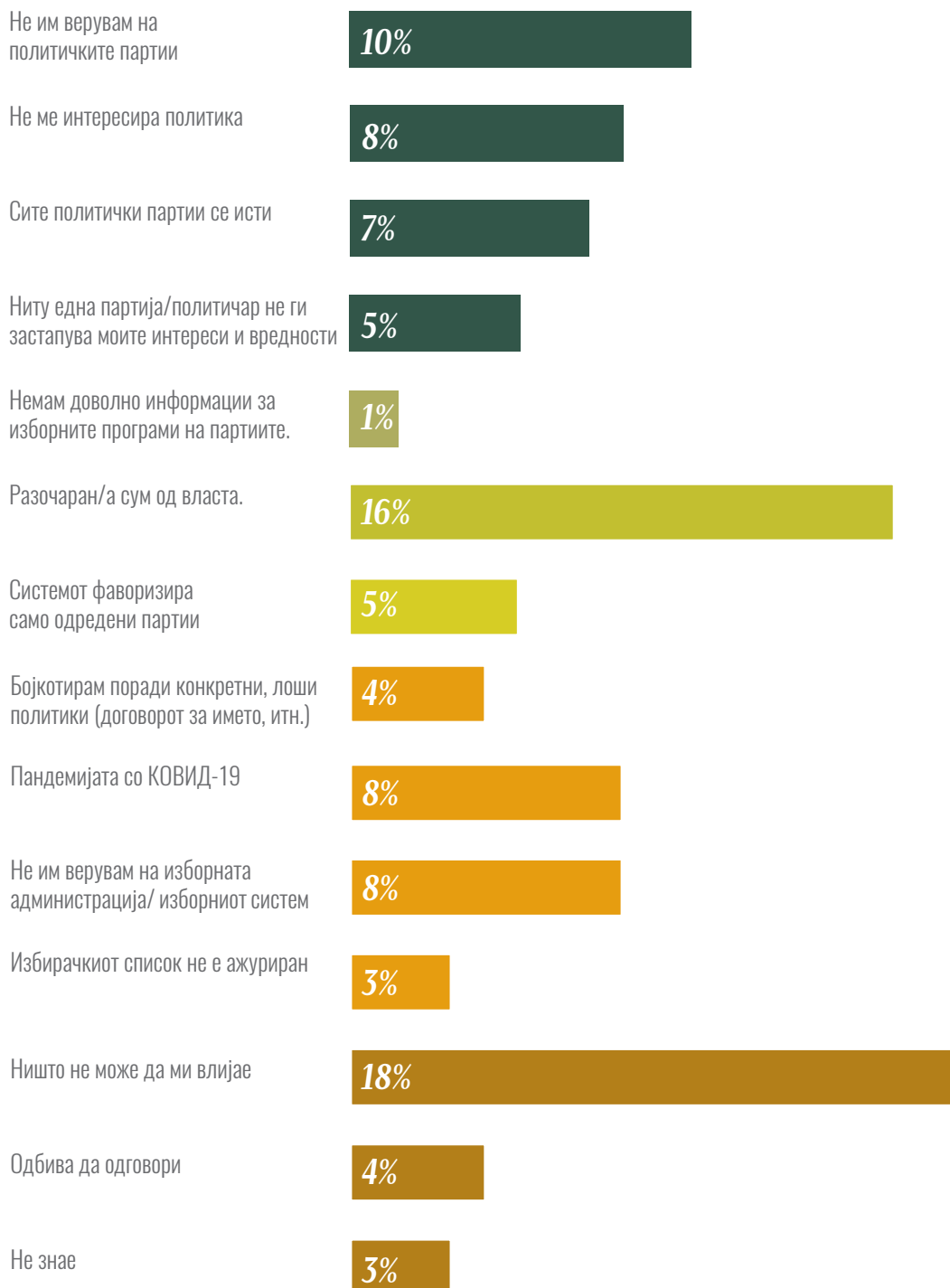
Доколку на кандидатскиите листи има претставници од следниве групи, дали би гласале за оваа политичка партија?



Демотивација за гласање

Незадоволството од власта и политичките партии ги демотивира долгорочно невработените лица да излезат и да гласаат.

Што може да влијае на вашата одлука да не гласате?



Како и другите групи, оваа демографска група смета дека најизразена е дискриминацијата врз основа на членство во политичка партија, односно членството во политичка партија е најзначајниот предуслов за вработување.

Без оглед на родот, етничката припадност или местото на живеење, членовите и активните членови на владејачките политички партии имаат поголема можност за вработување. Непотизмот и семејните врски предизвикуваат голем револт кај испитаниците. Како последица на тоа, расте апатијата и незадоволството, како и мотивацијата да ја напуштат земјата и да бараат вработување во странство.

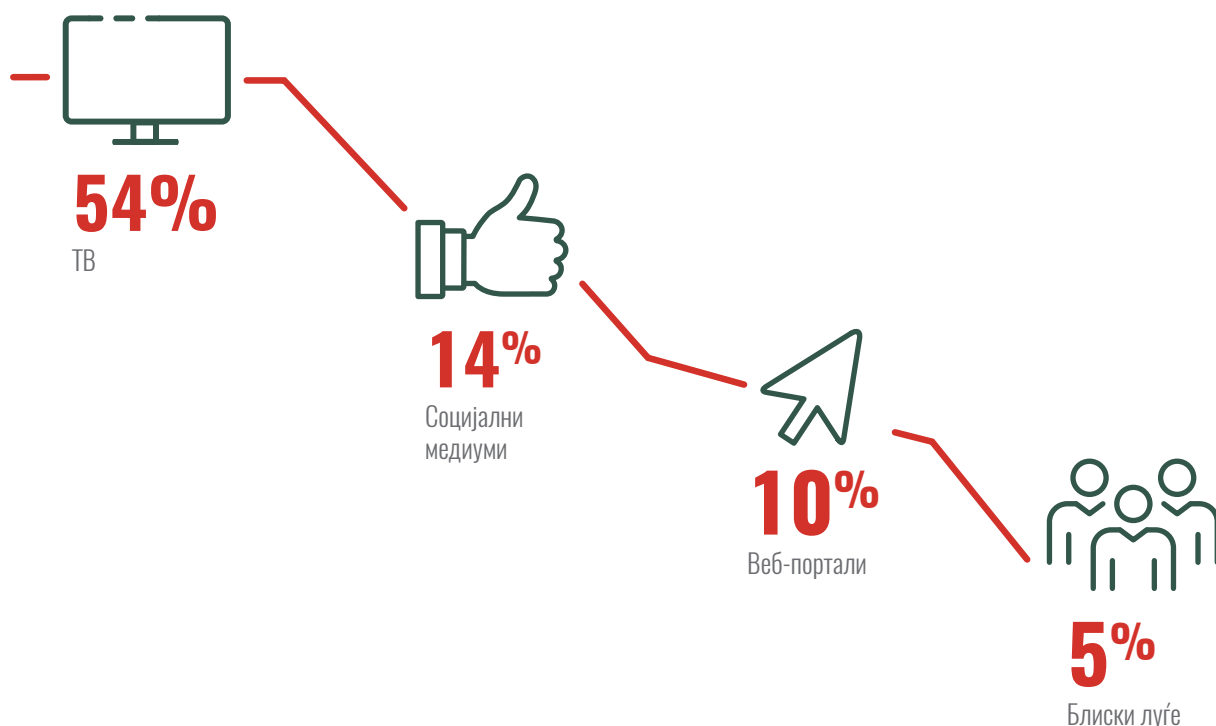
КОМУНИКАЦИЈА СО КАНДИДАТИ И ПАРТИИ

Доминантни извори на информации за изборите се ТВ (54%), социјалните медиуми (14%), веб-порталите (10%), пријателите и членовите на семејството (5%).

Учесниците во истражувањето најмногу се информираат за изборите преку вестите (46%) и ТВ дебатите (22%).

Во однос на видот на комуникација со кандидатите во изборниот период, оваа група претпочита лична комуникација од врата до врата (наведено од 19%) или лична комуникација, но во помали групи (наведено од 20%).

Седумнаесет проценти (17%) од испитаниците се потпираат на политичките достигнувања и резултати на кандидатите при донесување информирана одлука.



Што се однесува до комуникацијата со кандидатите или претставниците на политичките партии во периодот помеѓу изборите, испитаниците претпочитаат да бидат информирани лично (од врата до врата или во помали групи). Сепак, медиумите се исто така важен извор на информации за **кандидатите меѓу изборите**, согласно наведеното од околу една третина од испитаниците.

За време на изборниот период и помеѓу избори, програмите и митинзите на политичките партии се најмалку претпочитаниот метод на комуникација со изборните кандидати.

Само 5% од испитаниците ги споменуваат програмите на политичките партии како важни информации за кандидатите во изборниот период.

Во врска со ова, учесниците во фокус групата истакнаа дека предизборните програми се полни со празни и нереални ветувања, кои се повторуваат пред секои избори.

Учесниците наведуваат дека партиите во изборните програми нудат решенија за вработување кои обично не се применуваат во пракса. Даваат големи ветувања во предизборниот период - големи странски инвестиции, повисоки просечни плати, повисока стапка на вработеност, но по добивањето на мандатот ги забораваат невработените, особено оние кои не се членови на ниту една политичка партија.

Оваа демографска група ги има следниве очекувања од политичките партии:

- ♦ Да даваат ветувања што можат да ги исполнат.
- ♦ Да нема лаги и кражби.
- ♦ Да одговараат на барањата на граѓаните, да организираат лични состаноци за дискутирање на потребите и проблемите на граѓаните.
- ♦ Да престанат со вработувањата и дискриминацијата врз основа на партиска припадност.

БАРИЕРИ

Долгорочно невработената група е многу слична на групата на многу сиромашни лица во однос на интересот и односот кон општествено-политичкото учество. Како и другите анкетирани групи долгорочно невработените лица:

- ♦ **Се чувствуваат недоволно застапени**, има многу малку претставници или изборни кандидати од невработените заедници.
- ♦ **Не веруваат** дека имаат моќ да влијаат на политиките во земјата да се подобри квалитетот на животот.
- ♦ **Имаат претходни негативни искуства** (манипулација, неисполнети предизборни ветувања, лаги).
- ♦ **Не веруваат дека институциите можат да ја подобрат нивната позиција и статус.**
- ♦ **Чувствуваат страв од притисок и одмазда** (можностите за вработување често зависат од партиското членство, кое доколку го нема, можноста за вработување се намалува).
- ♦ **Недоволно вештини и знаење** како и каде да учествуваат.
- ♦ **Цврсто веруваат во „партизацијата“** на секој сегмент од општеството, особено во врска со вработувањето.

ПРЕПОРАКИ

Зголемување на вербата во сопствената моќ да влијаат на заедницата и општеството

- ♦ Создавање можности за вклучување на долгорочно невработените лица во процесот на донесување одлуки и промовирање на примери во кои претставниците на оваа група имаат раководни улоги во иницијативи за заедницата. Доколку луѓето веруваат дека можат да направат промена во нивната заедница/соседство или да го подобрат квалитетот на животот, тогаш ќе бидат позаинтересирани да учествуваат во граѓански активности.
- ♦ Промовирање помали проекти и иницијативи во заедницата кои се однесуваат на одредени проблеми. Фокусирање на граѓански проекти наместо на политички активности кои имаат конкретни придобивки за заедницата или соседството и се однесуваат на нивните интереси и вештини (на пр. хуманитарни иницијативи, готвење за хуманитарни цели, грижа за соседството, реновирање или одржување на игралиштата, итн.)
- ♦ Користење примери кои докажуваат дека активизмот е важен и има моќ да го корегира општеството.
- ♦ Користење различни формати, како што се микро-проекти во заедницата, препораки,

согледувања од трети страни.

Подобрување на негативната перцепција за недоволна застапеност од страна на политичките партии, избраните претставници и други организации

- ♦ Вклучување и промовирање невработени граѓански и политички активисти.
- ♦ Вклучување на прашањата и предлозите во врска со невработеноста во агендата на релевантните политички претставници.
- ♦ Користење разновидни алатки како што се редовни состаноци во заедницата, соработка со социјални служби за работа на решавање проблеми, јавно застапување на сиромашните, итн.

Продолжување и проширување на напорите за граѓанско образование

- ♦ Подигнување на свеста за заштита на нивните граѓански и политички права.
- ♦ Подигнување на свеста за начините на кои можат да ги остварат своите граѓански и политички права.
- ♦ Едукација за институционалните канали за изразување на овие интереси, грижи и проблеми.
- ♦ Акцентирање на придобивките од граѓанскиот ангажман, формите и каналите за учество, подобро разбирање на правата на гласачот и активностите на денот на изборите.
- ♦ Употреба на неконвенционални пристапи како што се директни состаноци, маалски кампањи, неформални собири, партнерства со лидерот на заедницата за да се допре до заедниците и поединците и конвенционални канали каде што можат да ги артикулираат своите грижи (отворени денови, истражувања и сл.).

Зајакнување на капацитетите за самостојно граѓанско учество

- ♦ Градење капацитети за јавно говорништво и дебатирање.
- ♦ Подигнување на свеста за граѓанските и политичките права.

Создавање сојузи:

Со медиумите (дигитални и традиционални)

- ♦ Промовирање наративи фокусирани на позитивни и успешни примери на активизам во ранливите заедници воопшто.
- ♦ Подигнување на свеста за начините на остварување на граѓанските и политичките права.
- ♦ Промовирање теми поврзани со прашања и проблеми на невработените.
- ♦ Подигнување на свеста за важноста на гласањето, механизмите за заштита на гласачките права и учеството во процесот на гласање.
- ♦ Подигнување на свеста за изборните нерегуларности, насилството и притисокот

Избор на соодветни комуникациски канали и примена на традиционални и неконвенционални пристапи

Користење на ТВ за да се допре до мнозинството невработени.

- ♦ Користење формати што даваат можности за контекстуализирање на информациите и зголемување на нивната важност.
- ♦ Користење други формати покрај информативните вести, како на пример, дебати, едиторијали, анегдоти и сведоштва кои прикажуваат локални проблеми и даваат увид во процесот на гласање.
- ♦ Користење утрински програми, програми за животниот стил и специјализирани емисии, покрај политичките емисии.

Организирање средби лице в лице или други настани во заедницата.

- ♦ Користење различни формати за директна интеракција, како што се мали собири, неформални состаноци (на пр. пред традиционалната продавница или други места за средби во соседството, во приватни куќи/дворови итн.) во нивните соседства за да се изгради доверба и да им се зголеми самодовербата. Ова е особено погодно во населбите со поголема стапка на невработеност.
- ♦ Предлагање проекти или активности во заедницата со потенцијал за собирање луѓе или специфични групи од заедницата.

Пилотирање други нетрадиционални канали

- ♦ Примена на ефективни техники за ширење информации во автобуси, на автобуски станици, локални продавници, отворени пазари, берберници, на пакети со храна, торби или други погодни места или производи што ги употребува оваа група.

Користење на социјалните медиуми за да се зголеми учеството и влијанието или да се започнат иницијативи бидејќи така се овозможува наменска и персонализирана комуникација. Социјалните медиуми се важен канал за младите и средновеќните членови на оваа група (повеќе од 20% добиваат информации за општествено-политичката состојба и изборите од социјалните медиуми.)