

МЛАДИ ОД РУРАЛНИ ОБЛАСТИ

Клучни наоди од квалитативното и
квантитативното истражување

“ Овде не се слуша гласот на младите. Иако имате високо образование, ако не сите член на политичка партија, вие сите ништо. ”

Маж, 21 година, Косиурино

Млади од рурални области - дефиниција и големина

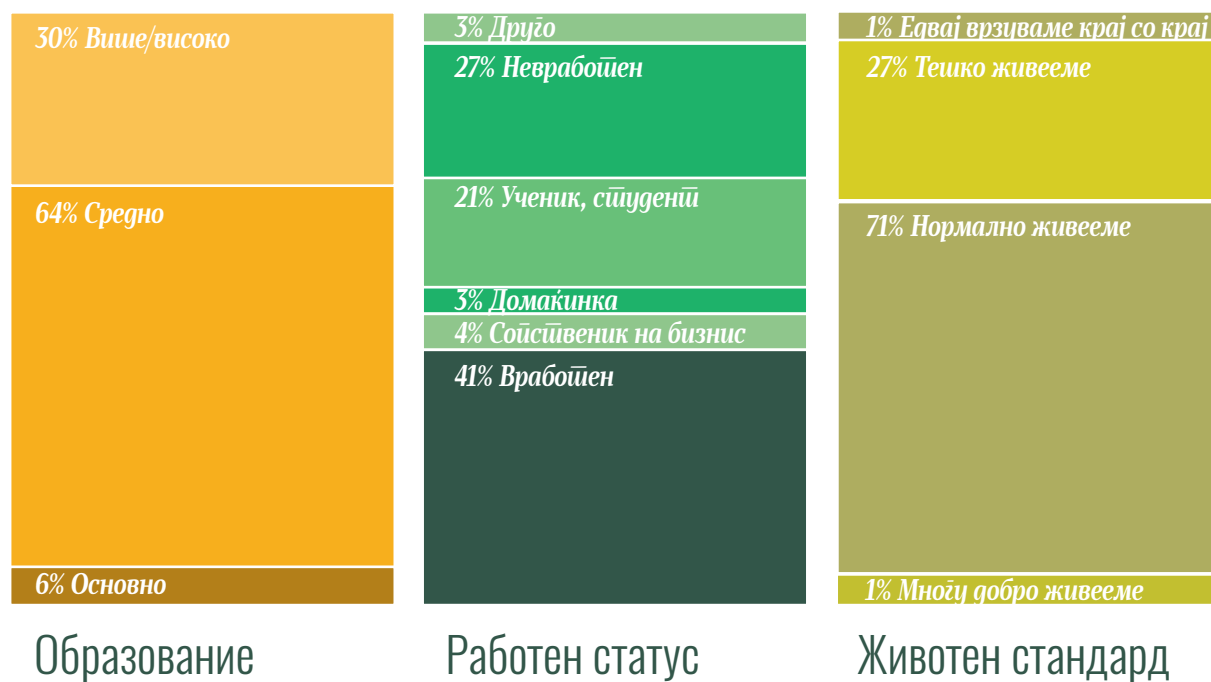
За целите на оваа истражување, млади од рурални области е дефинирана како млади луѓе на возраст од 18 до 29 години, кои живеат во рурални населби.

Законот за територијална организација на локалната самоуправа ја дефинира руралната населба како вид населба со една функционална цел, во која преовладува една активност и има земјоделски карактеристики и функции (Службен весник бр. 55/2004).

Демографски профил

Вкупно 136 млади луѓе кои живеат во рурални населби 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.



ТЕМИ НА ИНТЕРЕС

Интерес за општествено-политичките случувања во земјата

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



Во споредба со другите младински групи (општата младина и лицата што гласаат првпат), младите од рурални области се позаинтересирани за општествено-политичките случувања и се поактивни граѓани. Истражувањето покажува дека речиси половина (45%) од испитаниците се „многу“ или „донекаде заинтересирани“ за општествено-политичките развојни прашања, додека 54% „воопшто не се“ или „не се многу“ заинтересирани. Испитаниците со високо образование имаат поизразен интерес за општествено-политичките развојни прашања (76% се „многу“ или „донекаде заинтересирани“). Четворица од десет испитаници понекогаш или често дискутираат за овие прашања со други луѓе, додека шест од десет ретко или никогаш не дискутираат.

Според учесниците во фокус групата, пандемијата со КОВИД-19 котира највисоко меѓу општествено-политичките прашања во однос на квалитетот на животот. Други прашања што испитаниците ги наведоа се однесуваат на тековната економска состојба во земјата, невработеноста и социјалната стабилност.

Прашања од интерес

Колку ве загрижуваат следниве информации/прашања/теми?

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





Повеќе од 70% од учесниците во истражувањето посочија дека економската и социјалната стабилност, локалните проблеми и здравствената заштита котираат највисоко меѓу прашањата специфични за оваа група и се клучните фактори за нивно општествено и политичко активирање.

Во споредба со другите групи вклучени во истражувањето, оваа група е најмалку загрижена за специфичните потреби на нивниот род, етничка група или меѓуетничките односи воопшто.

Оваа демографска група изразува незадоволство од квалитетот на животот на младите во руралните области. Изразена е загриженоста за недостатокот на културни настани, забава и друга содржина во која можат да учествуваат, поради што младите претежно го поминуваат слободното време во локалните кафулиња и казина.

Миграцијата, исто така, котира високо меѓу прашањата од интерес (вклучително и во урбаните делови на земјата), поради тоа што младите луѓе ги напуштаат руралните области и се преселуваат во поголеми места или се иселуваат од земјата. Испитаниците укажуваат на незаинтересираноста за земјоделството, професија која е во изумирање.

Понатаму, групата се соочува со тешкотии со јавниот превоз до соседните градови, што ги принудува младите да патуваат заедно во групи или пак да користат такси услуги.

ИЗВОРИ НА ИНФОРМАЦИИ

Младите во руралните населби се заинтересирани за информации што се однесуваат на спортот, забавата, науката и културата.

Слично на младите луѓе воопшто и на гласачите што гласаат првпат, социјалните медиуми (Фејсбук и Инстаграм) се доминантни извори на информации за млади од рурални области, што е наведено од 53% од учесниците во истражувањето. И покрај популарноста на социјалните медиуми како извор на информации, млади од рурални области се скептични во однос на точноста на презентираниите информации, поради ширењето лажни вести и слабата контрола врз онлајн медиумите.

Социјалните медиуми (Фејсбук и Инстаграм) се доминантни извори на информации за руралната младина.

f 53%

Двајца од десет испитаници се информираат за тековните општествено-политички случувања преку телевизија, додека секој десетти се информира преку интернет.

Нема значајна разлика во однос на употребата на разни извори на информации врз основа на родот, етничката припадност и профилот на образование во оваа група.

Понатаму, оваа демографска група е скептична во однос на објективноста, независноста и политичката непристрасност на медиумите во земјата, што доведува до многу мала доверба во медиумите.

“ Мислам дека медиумите се склони кон определена политичка партија. Се чини како секој да известува за она што му е во корис. Секој настаните ги кажува од своја перспектива, преку своја верзија на вистината. ”

Маж, 18 години, Могила

ГРАЃАНСКО УЧЕСТВО

Седумдесет и три проценти (73%) од млади од рурални области никогаш не биле вклучени во настан, активност или процес што би можел да влијае на заедницата или нивната непосредна околина, ниту пак се заинтересирани за поактивен граѓански ангажман. Интересно е што оваа демографска група покажува најголема мотивација за граѓански ангажман во нивните заедници во споредба со лицата што гласаат првпат и младите воопшто.

Дали сте биле вклучени во некој настан, активност или процес што може да има значајно влијание во заедницата или во месното каде што живеете?



Дали сте заинтересирани за поактивен граѓански ангажман?



Да Не Не знае

Анкетираните испитаници со високо образование имаат поизразен интерес за граѓански ангажман.

Педесет и осум проценти (58%) од учесниците во истражувањето не веруваат во постигнување позитивни промени преку индивидуален ангажман или ангажман на невладини организации, додека 25% немаат интерес за граѓански ангажман, што ја објаснува ниската мотивација за граѓанско учество.

Наодите од фокус групата укажуваат дека младите од руралните области претежно имаат индивидуалистички пристап и стануваат политички активни кога имаат лични придобивки (на пр. вработување). Кога тоа не е случај, тие ја напуштаат руралната област. Што се однесува до учеството во политички партии, млади од рурални области гледа на економската стабилност како највисок приоритет (партијата како агенција за вработување). Сепак, нивното членство во политичките партии не е многу ефикасно во креирањето политики и решавањето на локалните проблеми.

Факторите што придонесуваат за ниското ниво на граѓанска инволвираност можат да се сумираат на следниов начин:

- ♦ На младите им недостасува единство и колективно дејствување за да ги постигнат целите, заради изразената поделба по политички линии.
- ♦ Младите луѓе најмногу се интересираат за прашања од кои имаат лични интереси и придобивки, особено за вработување.
- ♦ Семејниот систем не ги стимулира децата да покажуваат проактивно однесување.

“Тука не се слуша гласот на младите. Можеби имаме високо образование, но ако не сме член на политичка партија, вие сме ништо.”
Маж, 21 година, Косиурино

“Мислам дека проблемот е во тоа што сите сме убедени дека мора да бидеме членови на партијата за да постигнеме нешто и да сменеме нешто.”
Жена, 18, Могила

Фактори што промовираат учество

Ефикасноста на институционалниот систем е она што ја мотивира оваа група повеќе да се вклучува во активности кои можат да доведат до промени во заедницата, што е наведено од четири од десет испитаници. Другите значајни мотивирачки фактори се поврзани со застапеноста на нивните интереси (наведено од 19%) и изгледите за лични или семејни придобивки (наведено од 10%).

Додека речиси половина од испитаниците (48%) не веруваат дека можат да имаат влијание како граѓани, 29% веруваат дека можат да имаат значајно влијание во нивната општина и 7% сметаат дека можат да влијаат врз министрите (централната влада).

Подготвеност и способност за учество во граѓански активности

Што се однесува до учеството во јавниот живот, 44% од испитаниците посочија дека се подготвени да одговараат на прашалници, 38% преферираат средби со колеги/пријатели во врска со општествените прашања кои ги засегаат лично или семејно и 37% да се информираат од брошури или летоци. Процентот на млади од рурални области што не преферира да биде активна е поголем: 82% не би присуствувале на состанок на политичка партија, 72% не би присуствувале на јавна дебата и/или онлајн состанок, 65% не би учествувале во граѓански активности, а 61% не би читале онлајн брошура или леток.

Во кои граѓански активности сакаат да учествуваат?

44%

Одговарање на прашалник



37%

Информирање од леток



38%

Дискусија со колеги/пријатели



ИЗБОРЕН ПРОЦЕС

Младите од руралните средини ги поврзуваат изборите со фрази како што се: „катастрофа“, „непотребно трошење пари“, „непотребен трошок на државниот буџет“, „нерегуларни“, „познати резултати“.

Во споредба со лицата што гласаат првпат и младите воопшто, младите од рурални области повеќе веруваат во важноста на гласот на граѓаните и неговото влијание врз резултатите од изборите.

Дали мислите дека секој глас е важен и може да влијае на резултатите од изборите?

74%

Да

21%

Не

4%

Одбива да одговори

1%

Не знае

Речиси три четвртини од учесниците во истражувањето сметаат дека секој глас е важен и може да влијае на изборните резултати (74%), додека само 21% не верува во тоа.

Повеќе од половина од испитаниците (57%) посочуваат дека гласањето само по себе не е доволно за вклучување на граѓаните во активности што можат да влијаат на политиките, тројца од десет сметаат дека гласањето е доволно, додека еден од десет нема став по однос на ова прашање.

Мотивација за гласање

Колку често гласаат?

65% редовно или често

19% понекогаш

8% обично не

4% никогаш

Слично како и категориите млади воопшто и лицата што гласаат првпат кои исто така се вклучени во ова истражување, младите од рурални области се мотивираат со дела наместо со зборови. Овој вид резонирање е во основата на нивната мотивација да гласаат и политички и граѓански да се активираат.

Истражувањето покажува дека 65% гласаат речиси редовно или често, 19% понекогаш, 8% обично не гласаат, а 4% никогаш не гласаат.

Покрај тоа, 48% од испитаниците редовно гласаат за иста партија, додека 31% гласаат за различни политички партии. Ова укажува дека нивната поддршка за одредена политичка партија може да се промени доколку се појават други политички опции.

Фактори што влијаат на одлуката за гласање

Слично на општата популација, трите најзначајни фактори што влијаат на одлуката за гласање се: перцепција дека гласањето е граѓанско право и должност (55%), изгледи за подобра иднина (37%) и страв дека гласот ќе им биде злоупотребен (21%).



Понатаму, оваа група го нагласува политичкиот притисок да се гласа бидејќи во малите села „секој знае сè за секого“.

Младите во руралните области би сакале да видат повеќе претставници на младите, локални препознатливи лица и луѓе од руралните средини како изборни кандидати на партиските листи или како избрани претставници (на пример, во општинските совети).

Повеќе од половина од испитаниците (53%) посочуваат дека нивната одлука за гласање е иста или најчесто иста со одлуката на нивните семејства, додека кај 43% таа се разликува од нивните семејства.

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

“ Ако не гласате, се плашите дека некој може да каже дека не сте гласале. Не знаеме дали луѓето гласаат за одредена политичка партија или дали го потпишуваат своето гласачко ливче, но знаеме дека има политичко влијание во сè. Мислам дека луѓето се премногу исплашени да останат дома. ”

Маж, 24, Каласлари

Доколку на кандидатскиот лист има претставници од следниве групи, колку е веројатно дека ќе гласате за ова политичка партија?

Млади



Познати лица



Претставници од вашата локална заедница



Рурални области



Повеќе веројатно



Нема влијание



Помалку веројатно



Не знае



Демотивација за гласање

Незадоволството од власта и политичките партии се клучните фактори што влијаат на младите од рурални области да не гласаат.

Што може да влијае на вашата одлука да не гласате?



“ Мислам дека има два типа луѓе кои не гласаат. Првите се оние кои се разочарани од политичките партии, а вторите се луѓе кои не зависат од политичките партии, затоа резултатите од изборите немаат значително влијание врз квалитетот на нивниот живот. ”

Жена, 26, Пршовце

Поделениот дел од учесниците во истражувањето сметаат дека интересите на руралното население немаат подинаков приоритет кај политичките партии



“ Мислам дека руралните области се занемарени. Се случува да се види поправка на патите два дена пред изборите. Тие само занемаруваат со работата што им. Може да ја разбере нивната стратегија многу лесно. ”

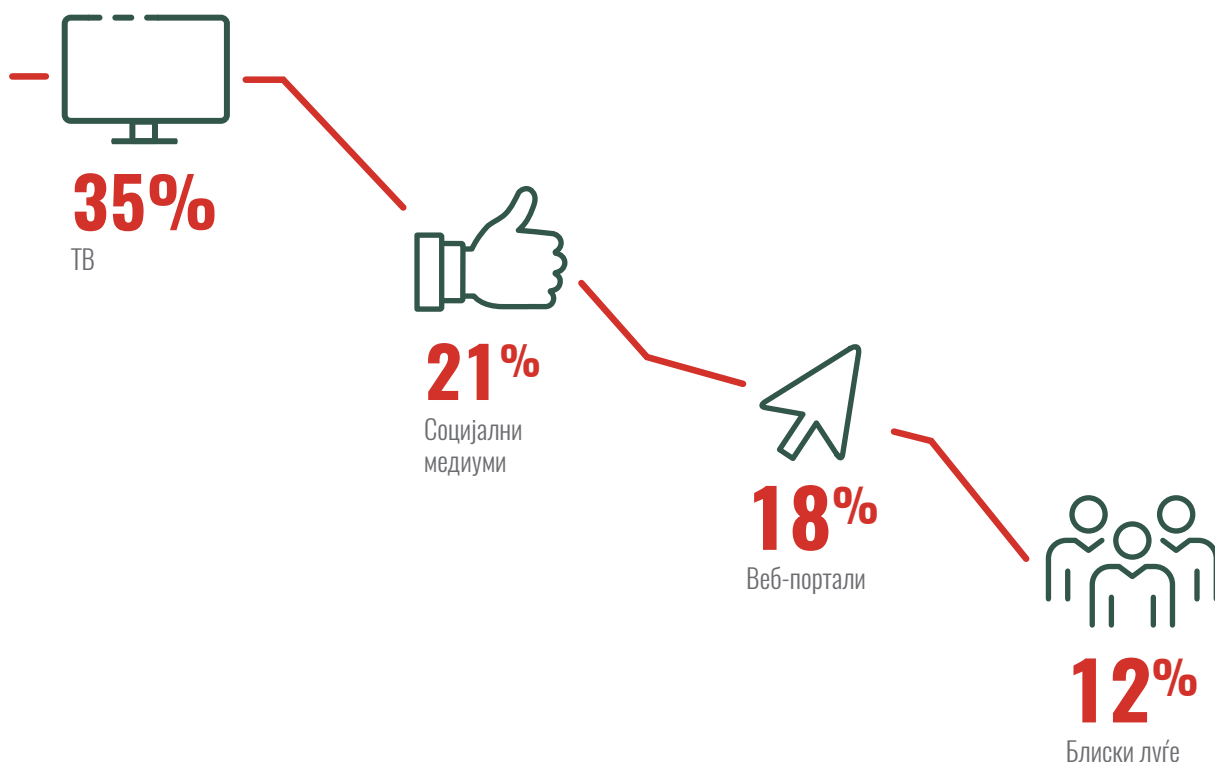
Маж, 24, Каласлари

КОМУНИКАЦИЈА СО КАНДИДАТИ И ПАРТИИ

Доминантни извори на информации поврзани со изборите се ТВ (35%), социјалните медиуми (21%), веб-порталите (18%), пријателите и членовите на семејството (12%).

Вестите (42%) и ТВ дебатите (30%) се најчесто практикуваните начини за добивање информации во врска со изборите.

На кој начин се информираат во врска со избори?



Во однос на комуникацијата со кандидатите, оваа група претпочита лична или комуникација од врата на врата (18%) и комуникација во помали групи (17%). Тенденцијата е да се базираат на претходните достигнувања и резултати на политичарите при формирање одлука. Што се однесува до **добивање информации за кандидатите во изборниот период**, младите од рурални области се потпираат на резултатите и постигнувањата на кандидатите и на социјалните медиуми.

Може да се забележи дека само еден од десет испитаници, **пред изборите и во периодот меѓу изборите**, претпочита да добива информации преку политички програми. Тоа значи дека младите од руралните средини претпочитаат да бидат информирани за политичките достигнувања и резултати на кандидатите отколку да бидат запознаени со политичките програми во изборниот период.

Сепак, учесниците во истражувањето посочуваат дека политичките партии ги посетуваат нивните села **само за време на предизборниот период**. Со горчина, тие наведуваат дека овие посети имаат само една цел - промовирање на партијата и освојување гласови.

“Имаме само еден патиштво што го користиме за да стигнеме до други регионален патиштво и најголемото вештување пред сите избори е дека патиштво ќе биде изграден. Поминаа многу години, но патиштво не беше асфалтиран сè додека селото не реши да ги бојкотира изборите. Отикако што најправилно е, конечно го асфалтираа патиштво.”

Маж, 24, Каласлари

Оваа демографска група ги има следниве очекувања од политичките партии:

- ♦ Економски развој и стабилност.
- ♦ Создавање можности за вработување на младите.
- ♦ Подобрување на образовниот систем.
- ♦ Подобрување на основните услови на руралното население, на пример канализација и водоснабдување.

БАРИЕРИ

Во споредба со младите генерално, младите од руралните области се повеќе подготвени активно да учествуваат во граѓанскиот и политичкиот живот. Како група, тие се позаинтересирани за општествено-политичките случувања и имаат добро разбирање за изборниот процес и неговата важност.

Политичкото учество на секоја група која е недоволно претставена или политички маргинализирана е од исклучителна важност. Некои од препреките идентификувани кај младите генерално - сомневања за нивното влијание, недоволна застапеност, достапноста на каналите за изразување на своите потреби и грижи - се поизразени во оваа група. Слично на општата група на млади, млади гласачи од зрурални области треба дополнително да бидат мотивирани за да се занимаваат со граѓански и политички активности.

- ♦ **Поизразено чувство на недоволна претставеност:** Руралната младина смета дека избраните претставници не ги адресираат нивните проблеми и дека оваа демографска група нема свои претставници.
- ♦ **Неверување во својата моќ** да влијаат на прашањата и политиките што се во нивен интерес.
- ♦ **Недостиг на комуникација** со службените лица, кандидатите и невладини организации.
- ♦ **Верување во општа политизација** на општеството и недоволен акцент на политиките и прашањата што ги интересираат граѓаните.

ПРЕПОРАКИ

Препораките за младите се подеднакво релевантни и применливи и за оваа група.

Една од најважните препораки за ангажирање на младите гласачи од рурални области е да се искористи нивната поголема подготвеност за учество во граѓанските и политички активности преку создавање и промовирање на услови и начини што ќе го олеснат нивното учество.

Специфичните препораки за комуникација и интеракција со младите од рурални области се:

Актуализација на прашања што ги засегаат нив

Локални проблеми што можат да придонесат за подобар квалитет на живот како што се превоз, забава и вработување, како клучни проблеми нагласени од учесниците во истражувањето.

Подобрување на негативната перцепција дека се несоодветно застапувани од избраните претставници

Актуализација, дискутирање и решавање на прашањата што ги загрижуваат младите од руралните области во агендата на релевантни политички претставници за време на избори и во периодите меѓу избори

- ♦ Поттикнување на политичарите и активистите поврзани со најголемите политички партии да ги промовираат потребите на младите од руралните области.

Зајакнување на уверувањето дека можат да имаат влијание во нивната заедница или општество

- ♦ Промовирање позитивни примери на рурални младински активисти во заедницата и потенцирање на нивните достигнувања. Акцентирање на позитивни примери кои докажуваат дека активизмот е важен и има моќ да го корегира општеството.
- ♦ Промовирање мали проекти и иницијативи во заедницата коишто се однесуваат на разни прашања од интерес на младите од рурални области.
- ♦ Ширење позитивни примери со користење на различни формати како што се сведоштва, согледувања од трети страни и микро-проекти во заедницата кои се независни од политичките партии или други организации.

Воспоставување канали за редовна и блиска комуникација со општествено-политичките

- ♦ Искористување на потенцијалот за личен и директен контакт со цел да се поттикне вклучувањето и учеството на младите од рурални области во граѓански активности и изборниот процес.
- ♦ Форматите и каналите што треба да се земат предвид вклучуваат: неформални

состаноци, проекти во заедницата, редовни средби и проверки, организација на мали културно-забавни настани или посети на настани во други градови, итн.

Зајакнување на капацитетите на младите од рурални области за учество во граѓанскиот и политичкиот живот

Организирање бесплатни програми за јавно говорништво, дебатирање и управување со проекти за развивање на самостојно учество во граѓанскиот и политичкиот живот.

Создавање сојузи:

Покрај соработката со медиумите, треба да се воспостави соработка со локалните младински организации и инфлуенсери кои се исто така важни при мобилизацијата на младите од рурални области. Партнерството со локални микро-инфлуенсери, активни во различни области од животот на младите, ќе го зголеми нивниот интерес и подготвеноста да се вклучат.

Користење соодветни канали за комуникација

- ♦ Акцентирање на директната комуникација со младите од рурални области. Предвид треба да се земат директни, неформални состаноци кои се однесуваат на релевантни теми.
- ♦ Користење на социјалните медиуми како главен информативен канал како средства кои имаат најголем потенцијал за вклучување: промовирање теми од руралниот младински живот, промовирање позитивни примери меѓу младите од рурални области, обезбедување можности да го искажат своето мислење (анкети, дебати, коментари, итн.)
- ♦ Користење ТВ за време на изборниот процес, особено информативни емисии, дебати и презентација на кандидати.
- ♦ Организирање забавни активности и настани. Ваквите настани можат да предизвикаат интерес и посетеност поради општиот недостаток на организирана забава во руралните области.