



**SUPPORT TO
ELECTORAL REFORMS**

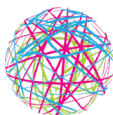
ПОДДРШКА НА ИЗБОРНИ РЕФОРМИ
МВЭСНТЕТЈЕ Е РЕФОРМАВЕ ЗГЈЕДНОРЕ

Efektet demografike në angazhimin qytetar dhe edukimin e votuesve në Maqedoninë e Veriut



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Agency for Development
and Cooperation SDC



National Youth Council
of Macedonia



Global Expertise. Local Solutions.
Sustainable Democracy.

Ky raport është pjesë e projektit “Mbështetje për reformat zgjedhore” të Ambasadës të Zvicrës/Agjencisë Zvicerane për zhvillim dhe Bashkëpunim (SDC) të realizuar nga IFES dhe KRNМ. Pikëpamjet, mendimet dhe përmbajtja e shprehur nuk pasqyrojnë domosdoshmërisht ato të donatorit, projektit apo realizuesve.

Hyrje

Raporti i Efekteve demografike në angazhimin qytetar dhe edukimin e votuesve është rezultat i hulumtimit gjithëpërfshirës të bazuar në dëshmi që siguron të dhëna unike të të anketuarve dhe njohuri mbi prioritetet, kufizimet dhe reagimin ndaj stimujve motivues për 13 profile demografike të votuesve.

Raporti përfshin një spektër të gjerë rekomandimesh për secilin nga profilet demografike të analizuara në lidhje me modalitetet e edukimit qytetar, ndërgjegjësimin mbi rëndësinë e procesit zgjedhor, zgjedhjen e mediave, mjeteve dhe kanaleve për komunikim dhe llojet e mesazheve.

Palët e interesuara që merren me edukimin qytetar dhe votues mund të përdorin gjetjet dhe rekomandimet e Raportit të cilat kanë për qëllim të ndihmojnë në rritjen e efektivitetit dhe efikasitetit të fushatave të edukimit të votuesve dhe qytetarëve, si dhe të ofrojnë modalitete alternative për rritjen e angazhimit të votuesve.

Raporti është një përpjekje e përbashkët e Institutit TIM¹ dhe Institutit për shkencat sociale dhe humane², dhe është pjesë e Projektit “Mbështetje për reformat zgjedhore në Maqedoninë e Veriut” të Agjencisë Zvicerane për zhvillim dhe bashkëpunim (SDC), zbatuar nga Fondacioni ndërkombëtar për sistemet zgjedhore (IFES) dhe partneri i tij, Këshilli rinor nacional i Maqedonisë (KRNМ)

Objektivi i përgjithshëm i Projektit është të mbështesë proceset zgjedhore demokratike dhe të besueshme që lehtësojnë pjesëmarrjen politike dhe integrimin shoqëror duke u mundësuar votuesve të zgjedhin lirisht përfaqësuesit e tyre dhe t’i mbajnë ata përgjegjës.

Aktivitetet e projektit janë kanalizuar për të mbështetur objektivin e përgjithshëm përmes arritjes së tre rezultateve:

Rezultati 1: Institucionet e fuqizuara kryejnë procese zgjedhore të drejta dhe efikase.

Rezultati 2: Partitë politike të demokratizuara brenda vendit paraqesin politika dhe programe zgjedhore të orientuara drejt qytetarëve.

Rezultati 3: Qytetarët e fuqizuar mbajnë përgjegjës partitë politike dhe zyrtarët e zgjedhur.

Përfituesit e Projektit janë organet e menaxhimit të zgjedhjeve në të gjitha nivelet, agjencitë qeveritare si Ministria e shoqërisë informatike dhe administratës, Agjencia për shërbimet e mediave audio dhe audiovizive, Zyra shtetërore e statistikave, Institucioni i avokatit të popullit, Zyra e auditimit shtetëror, Ministria e punëve të brendshme, Ministria e drejtësisë, partitë politike, organizatat e shoqërisë civile, votuesit dhe qytetarët në përgjithësi.

¹ <http://www.timinstitut.mk>

² <http://www.isshs.edu.mk/>

PASQYRA E PËRGJITSHME

Anketa sasiore ballë për ballë u krye në një mostër përfaqësuese në shkallë kombëtare prej 1209 të anketuarve (të moshës 18 vjeç e lart), me një diferencë të vlerësuar gabimi prej +2,81 pikë përqindjeje në nivelin e besimit 95%. Margjina e gabimit është më e madhe në mesin e nëngrupeve të të anketuarve.

Metodologjia

Hulumtimi i gjerë demografik përfshinte një kombinim të sondazhit sasior të ndihmuar nga kompjuteri ballë për ballë dhe hulumtimin cilësor, të kryer nga 30 korrik deri më 31 gusht 2020.

Mostra u krijua për të pasqyruar me saktësi karakteristikat demografike të vendit, me shpërndarje përfaqësuese brenda grupeve dhe rajoneve demografike (sipas regjistrimit dhe vlerësimeve të fundit nga Zyra shtetërore e statistikave)³. Ajo u shpërnda në mënyrë proporcionale midis banorëve të përhershëm të familjeve në zonat urbane dhe rurale të tetë rajoneve statistikore në Maqedoninë e Veriut. Të intervistuarit përfshinin anëtarë të komunitetit maqedonas, shqiptar, rom, turk dhe të tjera etnike.

Për të siguruar gjithëpërfshirjen dhe cilësinë e mëtejshme të hulumtimit, 9 intervista të synuara përforcuese u kryen me qytetarë nga nëntë grupet e mëposhtëm:

- ♦ Gratë nga zonat rurale
- ♦ Votuesit për herë të parë (me 18-20 vite)
- ♦ Të rinjtë nga zonat rurale
- ♦ Persona shumë të varfër
- ♦ Të papunë kronikë
- ♦ Personat me aftësi të kufizuara
- ♦ Persona nga komunitetet e largëta
- ♦ Romët
- ♦ Bashkësitë e tjera etnike (turq, serbë, vlllehë, boshnjakë, etj.)

Për secilin nga nëntë grupet e synuara, 32 të anketuar nga tetë rajone statistikore në vend u përfshinë në sondazh.

Si të tillë, numri i përgjithshëm i të anketuarve që morën pjesë në sondazhin sasior ballë për ballë për të dy mostrat është 1,497 qytetarë.

³ https://www.stat.gov.mk/Default_en.aspx

Hulumtimi cilësor përfshiu 12 fokus grupe dhe 4 intervista të thelluara me grupet e mëposhtme demografike:

- ♦ Popullsia urbane
- ♦ Popullsia rurale
- ♦ Gratë
- ♦ Gratë nga zonat rurale
- ♦ Të rinjtë
- ♦ Të rinjtë nga zonat rurale
- ♦ Votues për herë të parë
- ♦ Personat me aftësi të kufizuara
- ♦ Persona nga komunitetet e largëta
- ♦ Romët
- ♦ Bashkësitë e tjera etnike
- ♦ Persona shumë të varfër
- ♦ Të papunë kronikë

Për shkak të pandemisë KOVID-19, grupet e fokusit u organizuan në internet përmes platformës Zoom.

Intervistat të thelluara u kryen vetëm me grupin e personave shumë të varfër. Kjo metodë u zgjodh për të adresuar mungesën e qasjes së të anketuarve në burimet online dhe teknike të nevojshme për pjesëmarrjen në fokus grupin online.

Të dhënat kërkimore u mblodhën nga Instituti TIM⁴.

Gjetjet për çdo target grup janë të strukturuar sipas pjesëve të mëposhtme:

- ♦ **Temat e interesit**
- ♦ **Burimet e informacionit**
- ♦ **Pjesëmarrja qytetare**
- ♦ **Procesi zgjedhor**
- ♦ **Komunikimi me kandidatët dhe partitë**
- ♦ **Barrierat**
- ♦ **Rekomandime**

Ky raport përfaqëson vetëm gjetjet për variablat që kane rëndësi statistikore dhe ato që paraqiten të rëndësishme për lexuesit.

4 Instituti TIM është anëtar i ESOMAR, një organizatë që përfaqëson interesat e profesionistëve të të dhënave, kërkimit dhe njohurive në nivel ndërkombëtar. Si anëtar i ESOMAR, çdo punonjës i Institutit TIM duhet të punojë sipas kodit të sjelljes ESOMAR dhe të respektojë Rregulloren e Përgjithshme të Bashkimit Evropian për Mbrojtjen e të Dhënave. Çdo punonjës kalon përmes edukimit sistematik mbi etikën dhe aspektet që lidhen me mbledhjen, menaxhimin dhe mbrojtjen e të dhënave.

5 Gjetjet e hulumtimeve japin opinione dhe informacione tematike të cilat ndryshojnë me kalimin e kohës. Mostrat e sondazhit mund të jenë subjekt e gabimeve të shumta dhe faktorëve të paparashikuara, duke përfshirë marrjen e mostrave, mbulimi dhe gabimet e matjes. Për shkak të rrumbullakësimit të numrave, shuma e përqindjes nuk mund të jetë çdoherë 100.

TEMAT E INTERESIT

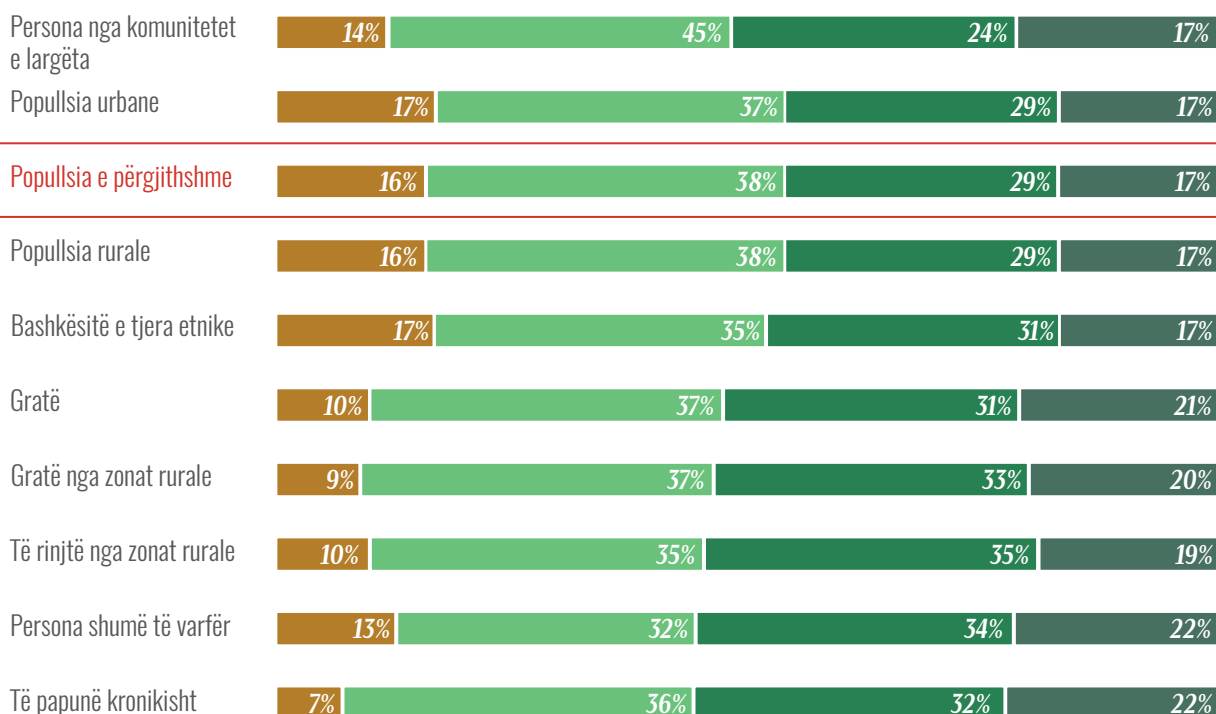
Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

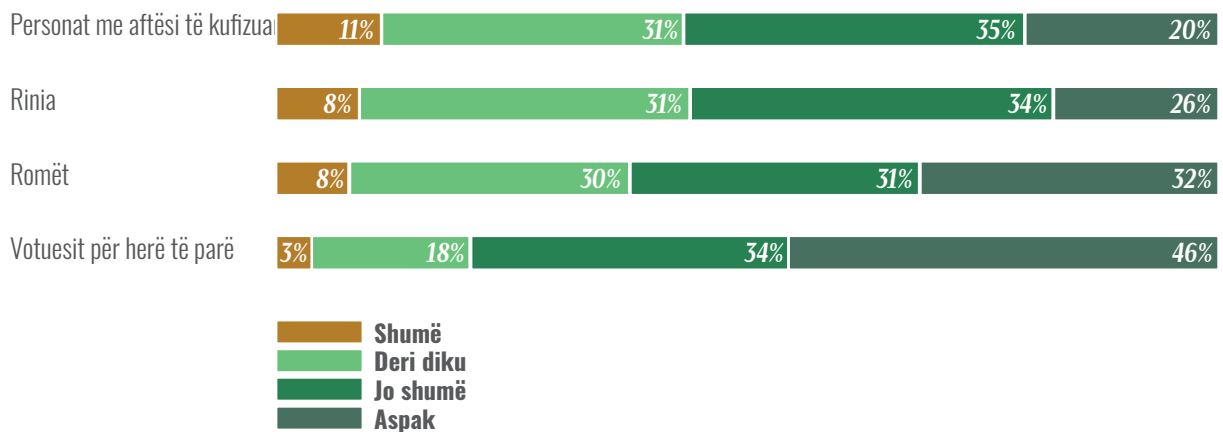
Pak më shumë se gjysma e popullsisë së përgjithshme (54%) janë “shumë” ose “disi të interesuar” për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe botë, ndërsa pothuajse se gjysma e qytetarëve (46%) “nuk janë aspak” ose “jo shumë i interesuar”.

Në popullatën e përgjithshme, interesi për zhvillimet socio-politike është më i theksuar në mesin e:

- ♦ Burrave
- ♦ Maqedonasve etnikë
- ♦ Të moshuarve
- ♦ Qytetarëve me arsim të lartë
- ♦ Pensionistët ose punonjësit e sektorit publik

Sa jeni i/e interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?





Krahasuar me popullsinë e përgjithshme, njerëzit që jetojnë në zonat urbane dhe ata në zonat më të largëta janë më të interesuar për zhvillimet socio-politike në vend dhe në botë.

Romët dhe votuesit për herë të parë pretendojnë se janë më pak të interesuar për zhvillimet socio-politike.

Pandemia KOVID-19 dhe formimi i Qeverisë së re renditen më së larti në mesin e çështjeve socio-politike me interes në mesin e të gjitha grupeve demografike, të cilat u prekën nga zhvillimet gjatë kryerjes së sondazhit.

Megjithatë, ka specifika në lidhje me interesin për çështjet aktuale në grupe të ndryshme demografike, kryesisht të lidhura me çështjet që ndikojnë në jetën e tyre dhe rrethinat e afërta.

Të rinjtë janë më së shumti të interesuar për edukimin gjatë pandemisë, ngjarjet sportive, argëtimin dhe ngjarjet kulturore lokale, si dhe projektet e organizatave rinore dhe programet e shkëmbimit të studentëve.

Gratë ndajnë shqetësime të ngjashme me të rinjtë në lidhje me ndikimin e KOVID-19 në proceset arsimore, kopshtet, papunësinë dhe problemet e të rinjve.

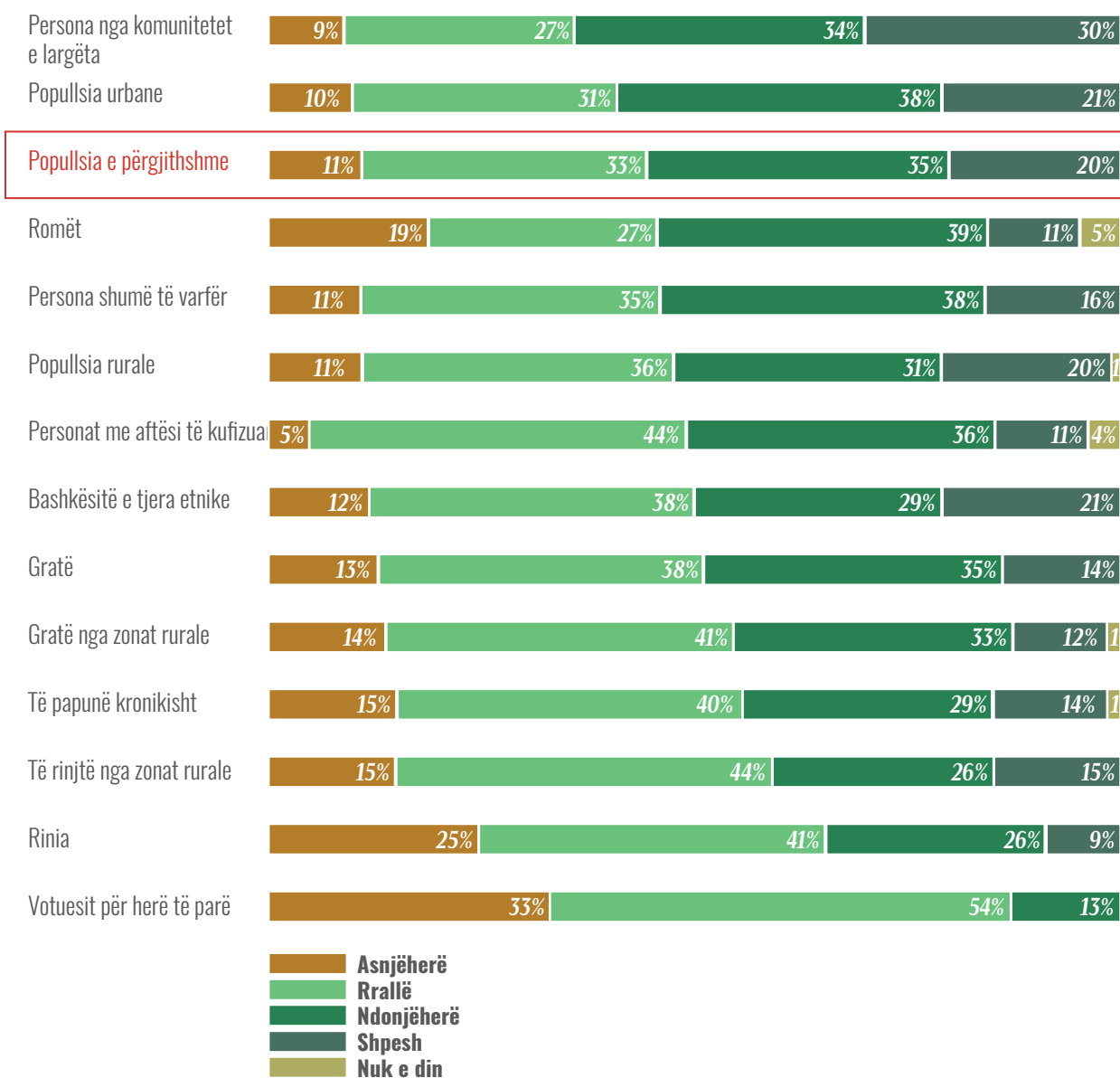
Njerëzit që jetojnë në vendbanimet rurale dhe në komunitetet e largëta po ballafaqohen me qasjen në shërbime si: kujdesi shëndetësor, uji pastër, energjia elektrike, sistemi i kanalizimeve dhe rrugët. Ndërsa njerëzit në vendbanimet urbane janë të shqetësuar për ndotjen e ajrit në qytete, urbanizimin dhe mafian urbane (punë të pahijshme dhe të paligjshme urbanistike dhe ndërtimore, kryesisht të lidhura me korrupsionin në pushtetin lokal).

Shqetësimet e **romëve** kanë të bëjnë me lagjet e paligjshme, ndërtimin e ndërtesave të paligjshme, mungesën e dokumentacionit personal, infrastrukturën, furnizimin me ujë dhe kanalizimet, kujdesin social dhe shëndetësor.

Personat me aftësi të kufizuara shpesh përballen me izolim në bashkësinë ku jetojnë. Përveç marrëdhënieve të pafavorshme socio-ekonomike të personave me aftësi të kufizuara, ekziston nevoja për mbrojtje sociale në të gjitha sferat e jetës shoqërore: kujdesin shëndetësor, arsimin, punësimin dhe aktivitete të tjera.

Ngjashëm me grupet e tjera demografike të marginalizuara dhe të prekshme, të papunësuar dhe persona shumë të varfër shqetësohen më së shumti për të mbijetuar për shkak të gjednjes të keqe socio-ekonomike. Ata raportojnë se janë më pak të interesuar për zhvillimet socio-politike pasi interesi i tyre kryesor është si të mbijetojnë ditën.

Sa shpesh diskutoni për zhvillimet aktuale politike në vend?



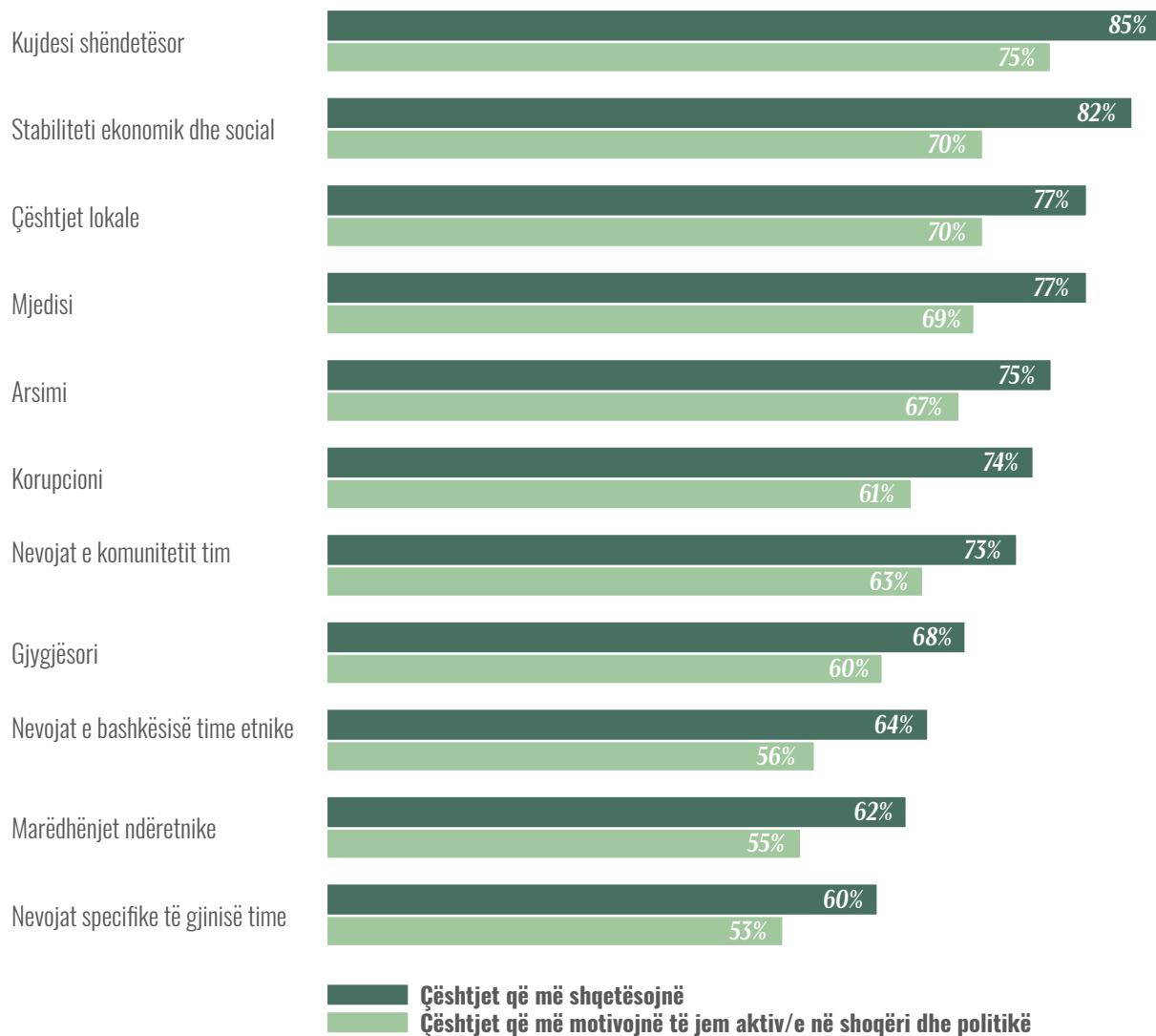
Më shumë se gjysma (55%) e popullsisë së përgjithshme ndonjëherë ose shpesh diskutojnë rreth zhvillimeve aktuale socio-politike në vend, ndërsa 44% rrallë ose kurrë nuk e bëjnë këtë.

Më të gatshmit për të diskutuar mbi këto çështje janë njerëzit që jetojnë në komunitete të largëta dhe popullsia urbane, të cilët gjithashtu tregojnë interesin më të madh në zhvillimet socio-politike, ndërsa më së paku të gatshëm janë të gjitha grupet rinore, veçanërisht votuesit për herë të parë.

Shqetësimet

Sa mendoni se ju shqetësojnë informacionet/çështjet/temat e mëposhtme?

Sa do të thoshit që çështjet/temat e mëposhtme ju motivojnë të jeni aktiv/e në shoqëri dhe në politikë?



Kujdesi shëndetësor (85%) dhe stabiliteti ekonomik dhe social (82%) janë çështjet më të rëndësishme që shqetësojnë popullatën e përgjithshme që jeton në vend. Këto çështje janë motivuesit kryesorë për aktivizimin e tyre shoqëror dhe politik.

Shqetësimet për këto çështje janë më të dukshme tek burrat, të anketuarit më të moshuar, ata me arsim të lartë, pensionistët ose punonjësit në sektorin publik.

Të gjitha grupet demografike janë të interesuar për çështje të prekshme dhe të ndërlidhura që mund të përmirësojnë cilësinë e jetës së tyre. Ata janë më pak të interesuar për çështje abstrakte dhe politike dhe interesohen më shumë për kujdesin shëndetësor, stabilitetin ekonomik dhe social, çështjet lokale, mjedisin dhe arsimin. Kanë më pak interes për nevojat specifike në lidhje me gjininë e tyre, grupin e tyre etnik dhe marrëdhëniet ndëretnike.

Pesëdhjetë e nëntë përqind (59%) e grave i konsiderojnë nevojat specifike të gjinisë së tyre shumë ose disi të rëndësishme, krahasuar me 61% të burrave. Këto të dhëna tregojnë se çështjet gjinore janë me interes mesatar për gratë e intervistuar.

BURIMET E INFORMACIONIT

Pothuajse gjysma e popullsisë së përgjithshme (49%) thanë se marrin informacion kryesisht nga televizioni dhe 27% mësojnë për zhvillimet aktuale socio-politike përmes rrjeteve sociale. Një në dhjetë qytetarë tenton të informohet përmes portaleve në internet, 5% përmes familjes dhe miqve të tyre, ndërsa 7% nuk kërkojnë informacion.

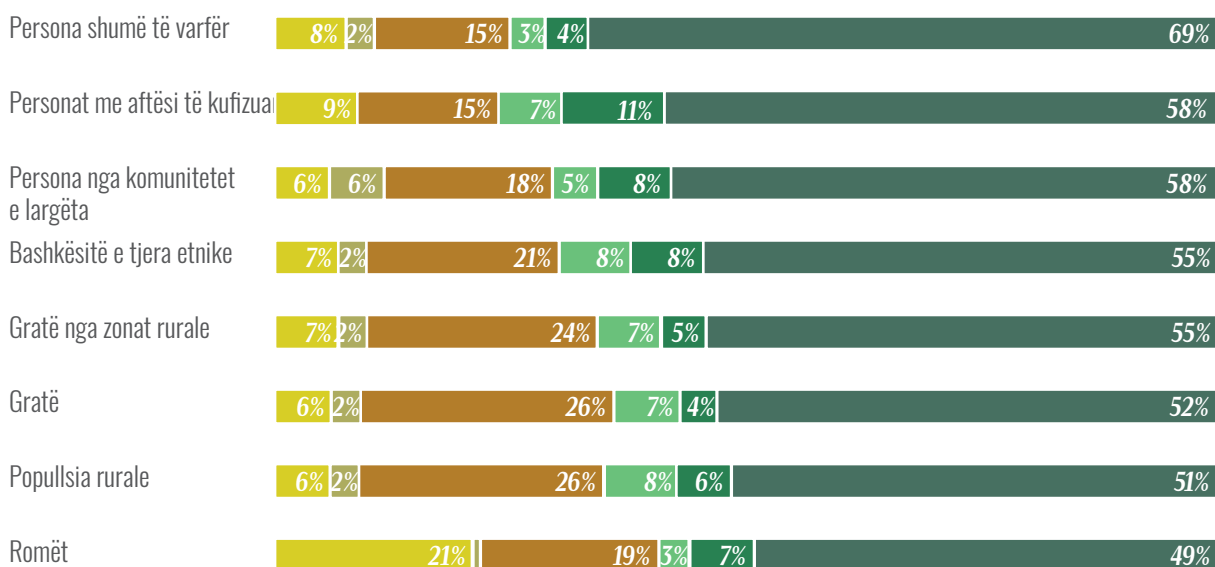
Pothuajse gjysma e popullatës së përgjithshme (49%) kanë treguar se burimi kryesor i informacionit është televizioni.

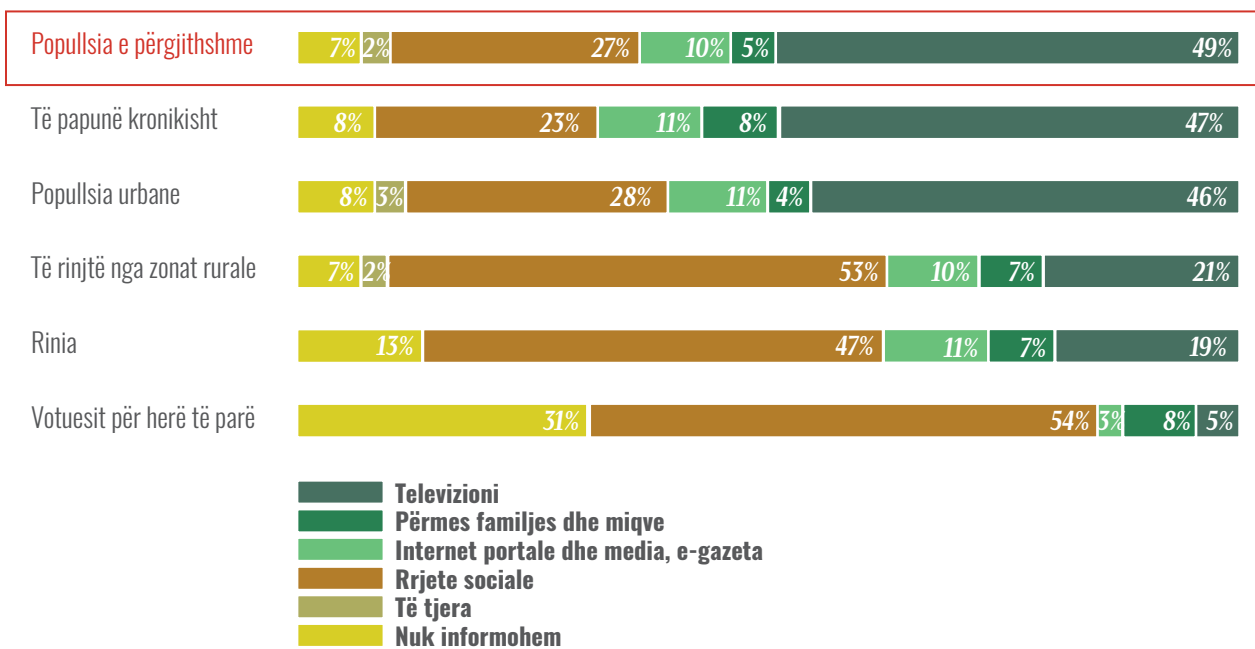
TV 49%

Analiza socio-demografike tregon se televizioni është burimi më i zakonshëm i informacionit nga të anketuarit më të moshuar, mbi 65 vjeç (87%), dhe më pak i përdorur nga të rinjtë, të moshës deri në 24 vjeç (20%). Ata me arsim të ulët priren të informohen përmes televizorit më shumë (70%) sesa ata me arsim të lartë (33%). Qytetarët në pension (83%) dhe amviset (63%) kanë tendencë të përdorin televizorin si burimin kryesor të informacionit.

Media sociale përdoret më shpesh nga të anketuarit më të rinj, të moshës deri në 24 vjeç (52%), studentët (40%) dhe ata me arsim të lartë (35%).

Cilat burime përdorni më shpesh për t'u informuar në lidhje me zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?





Sa i përket grupeve demografike, grupi i shumë të varfërve, personat me aftësi të kufizuara, gratë dhe njerëzit që jetojnë në zona të largëta dhe zona rurale (përveç të rinjve rurale) priren të përdorin më shumë televizionin.

Të gjitha grupet e të rinjve, veçanërisht votuesit për herë të parë dhe të rinjtë ruralë, marrin informacion kryesisht përmes rrjeteve sociale.

Siç u theksua më parë, votuesit për herë të parë (31%) dhe romët (21%) kanë tendencë të jenë më pak të informuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë.

Besimi shumë i ulët në media është i zakonshëm në të gjitha grupet demografike. Ekziston një perceptim i përhapur i mediave si të njëanshme dhe të prirur për përhapjen e lajmeve të rreme.

Të gjitha grupet priren të besojnë se raportimi i pjesshëm dhe i njëanshëm i mediave kontribuon në thellimin e hendekut midis njerëzve dhe shkakton konfuzion dhe shqetësime shtesë.

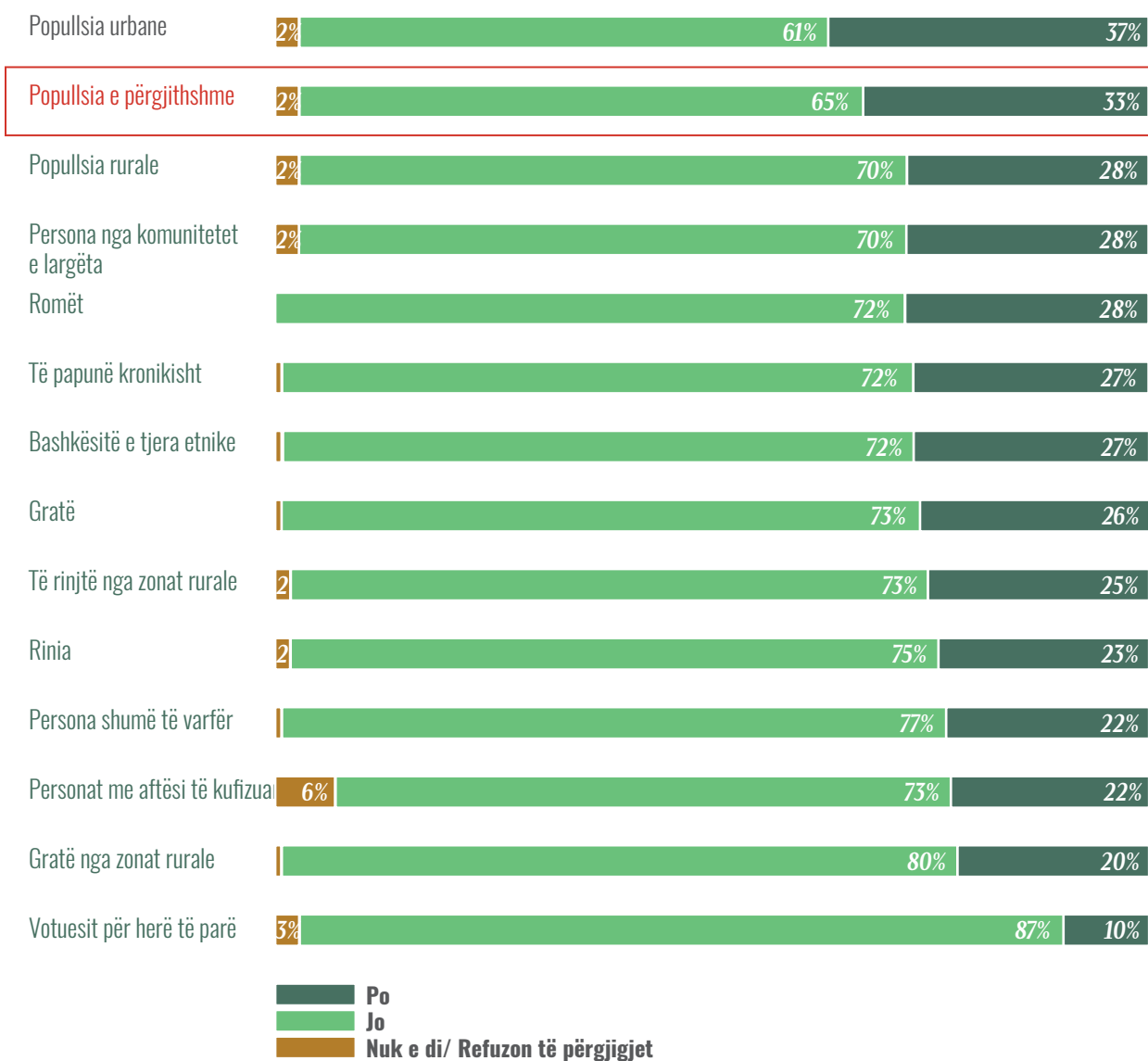
Prandaj, ekziston një tendencë e ndjekjes së informacionit nga disa media të ndryshme për ta krahasuar dhe për të formuar mendimin e tyre.

PJESËMARRJA QYTETARE

Burrat kanë tendencë të jenë më të angazhuar në jetën shoqërore (40%) sesa gratë (26%). Për më tepër, të anketuarit me arsim të lartë (46%) janë dukshëm më të angazhuar në krahasim me ata me arsim të mesëm (32%) dhe fillor (17%).

Një e treta e popullsisë është përfshirë, ndërsa dy të tretat nuk janë përfshirë kurrë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshimin në komunitet ose vendin ku ata jetojnë.

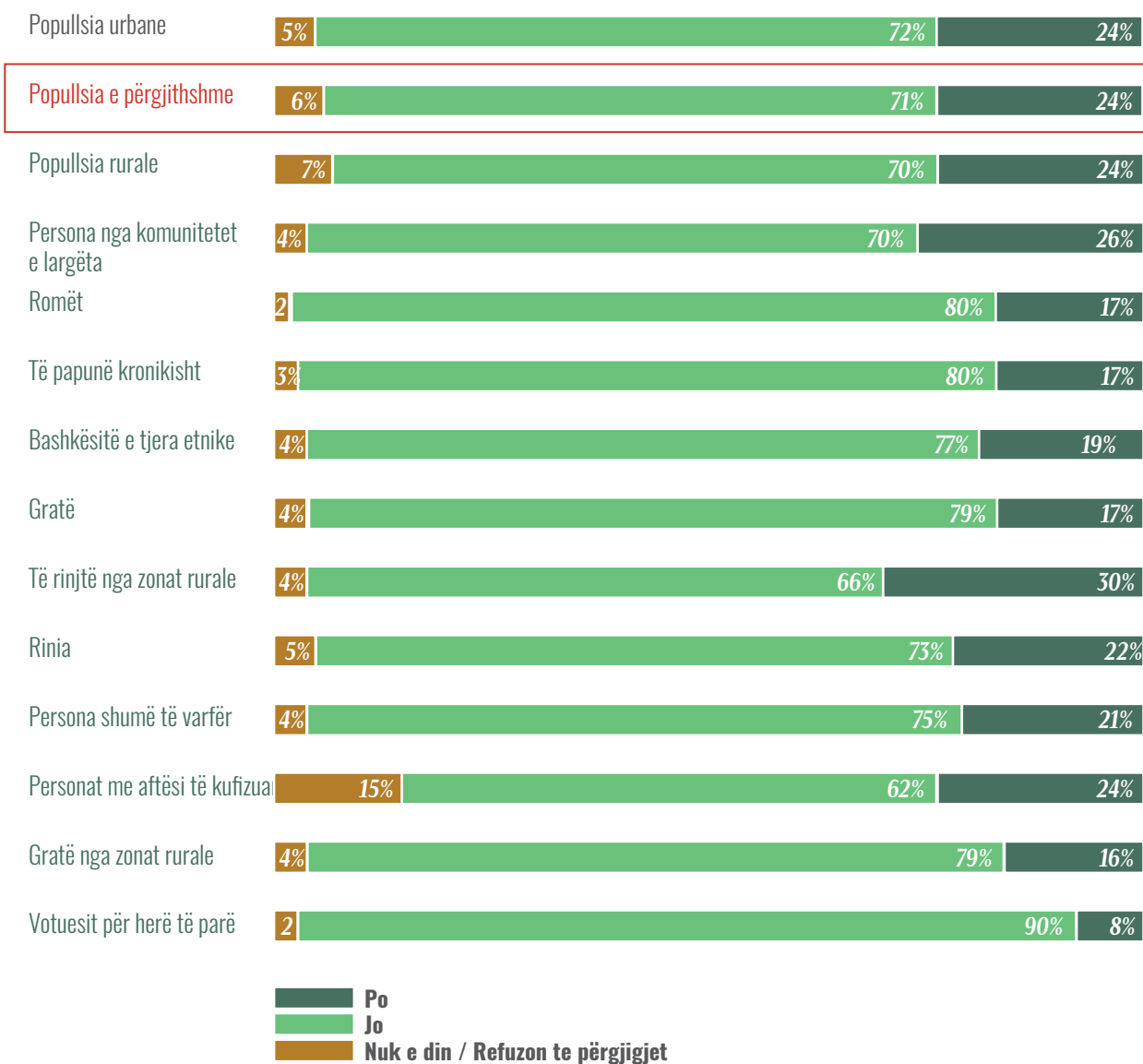
A keni qenë i/e përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshime në komunitet ose në vendin ku jetoni?



Popullsia urbane ka tendencë të jetë më e angazhuar nga të gjitha grupet demografike, ndoshta për shkak të qasjes të privilegjuar në OJQ, disponueshmërisë së kanaleve për pjesëmarrje dhe nivelit më të lartë të arsimit dhe statusit shoqëror.

Më pak të angazhuar janë votuesit për herë të parë, gratë rurale dhe personat me aftësi të kufizuara.

A jeni i/e interesuar për përfshirje më aktive qytetare?



Gati një e katërta e popullsisë së përgjithshme (24%) është e interesuar për një përfshirje më aktive qytetare, ndërsa 71% nuk e ndajnë këtë interes.

Njerëzit që jetojnë në zonat rurale (veçanërisht rinia rurale), personat nga Bashkësitë e largëta dhe personat me aftësi të kufizuara janë më të interesuarit për aktivizmin qytetar. Këto grupe (veçanërisht personat me aftësi të kufizuara) kanë qenë më pak të përfshira në krahasim me popullatën e përgjithshme, me gjasë për shkak të mungesës së qasjes ose mundësive për të marrë pjesë.

Mundësia për angazhim të përsëritur qytetar është më e ulët në krahasim me shkallën e angazhimeve të mëparshme, pasi vetëm 24% e popullsisë së përgjithshme shfaqin interes për t'u angazhuar më shumë, krahasuar me 33% që raportojnë përfshirjen e mëparshme.

Gjetjet tregojnë se njerëzit me një histori të mëparshme të aktivizmit qytetar priren të jenë të zhgënjyer me rezultatet e veprimeve të tyre.

Fokus grupet tregojnë arsyet e përfshirjes së ulët qytetare së bashku me faktorët e pjesëmarrjes specifike për grupet e ndryshme demografike.

Faktorët e zakonshëm për të gjitha grupet demografike që kontribuojnë në pjesëmarrjen e ulët qytetare mund të përmbliidhen si më poshtë:

Mendësia

- ♦ Indiferenca dhe pasiviteti.
- ♦ Mungesa e vullnetit, këmbënguljes dhe proaktivitetit për të zgjidhur problemet.
- ♦ Motivim i pamjaftueshëm për të qëndruar në ndjekjen e iniciativave.
- ♦ Mosgatishmëria për të marrë përgjegjësinë.

Përqendrimi në përfitimet personale

- ♦ Përqendrimi në interesat personale në vend të atyre kolektive.
- ♦ Mungesa e unitetit dhe veprimit kolektiv për të arritur qëllimet.
- ♦ Mungesë i solidaritetit dhe qëllimeve të përbashkëta.

Frika nga etiketimi dhe hakmarrja

- ♦ Partitë politike i atribuojnë aktivitetet qytetare partive kundërshtarë dhe i etiketojnë aktivitetet qytetare si të motivuara politikisht.
- ♦ Njerëzit kanë frikë nga hakmarrja (frika se do të humbin vendin e punës pasi kanë shprehur pakënaqësinë).

Familja, arsimi dhe sistemi shoqëror

- ♦ Sistemi arsimor që nuk stimulon pjesëmarrjen qytetare të nxënësve/studentëve.
- ♦ Sistemi familjar që nuk arrin të edukojë fëmijë proaktivë.
- ♦ Sistemi shoqëror që nuk njeh, stimulon ose shpërblen aktivitetin e të rinjve.

Institucionet

- ♦ Institucionet perceptohen si jo të përgjegjshme ndaj kërkesave të qytetarëve.
- ♦ Punonjësit në institucionet publike nuk kanë kompetencë, motivim dhe entuziazëm.
- ♦ Rrjetëzimi në vend të meritës dominon perspektivat e karrierës.
- ♦ Institucioneve u mungon transparenca, përgjegjshmëria dhe llogaridhënia.

Ndikimi i fortë partiak dhe përqendrimi i pushtetit në partitë politike

- ♦ Ndikim i fortë politik në të gjitha institucionet shtetërore dhe sektorin privat.
- ♦ Ndarje e fortë mes qytetarëve sipas linjave politike.
- ♦ Organizatat jo qeveritare të njëanshme politikisht.

Zhgënjimi dhe humbja e besimit

- ♦ Ekziston një perceptim i përhapur se nismat qytetare janë joefektive.
- ♦ Njerëzit janë të zhgënjyer dhe nuk kanë besim në institucionet shtetërore.
- ♦ Qytetarët ndihen të paaftë dhe të pafuqishëm.

Mungesa e informacionit

- ♦ Mungesa e informacionit për atë se ku duhet paraqitur problemet.

Faktorët e përshkruar më poshtë janë specifikë vetëm për grupe të veçanta demografike.

- ♦ Të varfërit, të papunët kronikë dhe romët tregojnë se ata janë të preokupuar me mbijetesën e tyre. Trajtimi i problemeve ekzistenciale në baza ditore është një arsye shtesë pse këto grupe demografike kanë kohë dhe burime të kufizuara për përfshirjen qytetare.
- ♦ Përveç sfidave me të cilat përballen të dyja gjinitë, gratë, veçanërisht grupi rural, tradicionalisht pritet të ofrojnë kujdes në lidhje me familjen, gjë që pakëson kohën e tyre të lirë dhe mundësitë për t'u angazhuar në aktivitete qytetare. Për më tepër, paragjykimet dhe stereotipet e rrënjësura gjinore për gratë në shoqëri (kujdestare, joracionale, pa pretendime dhe jo të sigurta) janë faktorë demotivues specifikë për gratë.
- ♦ Personat me aftësi të kufizuara përballen me lloje të tjera sfidash duke përfshirë institucionet që nuk reagojnë, qasje të kufizuara në objektet publike, si dhe stereotipe se ata shmangin punën dhe aktivitetin qytetar. Në mënyrë kumulative, këta faktorë kontribuojnë në angazhimin e ulët qytetar të këtij grupi.

Faktorët që nxisin përfshirjen

Përgjegjshmëria e vërtetë e sistemit është motivuesi kryesor për popullatën e përgjithshme që të përfshihet më shumë në aktivitete që mund të ndikojnë në ndryshimin në komunitet, siç është vërejtur nga 28% e të anketuarve. Faktorë të tjerë motivues kanë të bëjnë me përfitimet personale ose familjare (14%), përfaqësimin e interesave të tyre (13%) dhe transparencën dhe llogaridhënien e institucioneve (12%). Këta faktorë priren të jenë të përbashkët për të gjitha grupet demografike. Faktori kryesor motivues për përfshirjen qytetare është reagimi i sistemit siç vërehet nga të rinjtë, rinia rurale, votuesit për herë të parë, popullsia urbane, gratë, gratë rurale, popullsia rurale, të papunët kronikë dhe etnitë e tjera.

janë faktorët që promovojnë më së paku përfshirjen qytetare në mesin e të gjitha grupeve demografike.

Pak grupe si personat me aftësi të kufizuara, shumë të varfër, njerëz që jetojnë në komunitete të largëta dhe romë, janë të motivuar kryesisht nga marrja e përfitimeve personale ose familjare.

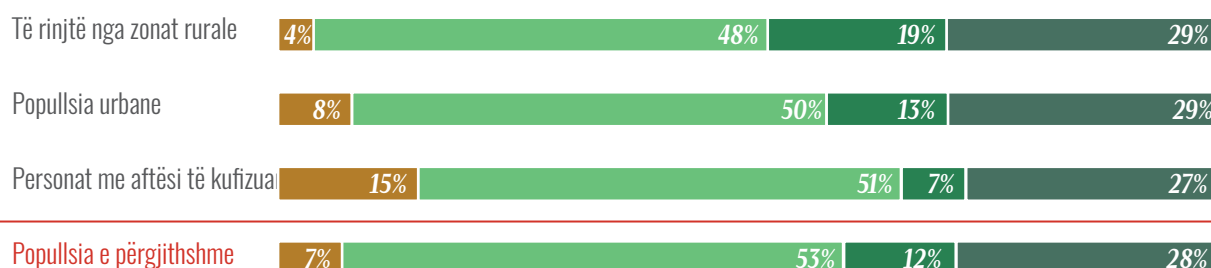
Pak më shumë se gjysma e popullsisë së përgjithshme (53%) nuk besojnë se mund të kenë ndikim si qytetar, ndërsa më shumë se një e katërta (28%) konsiderojnë se mund të kenë një ndikim kuptimplotë në komunën e tyre.

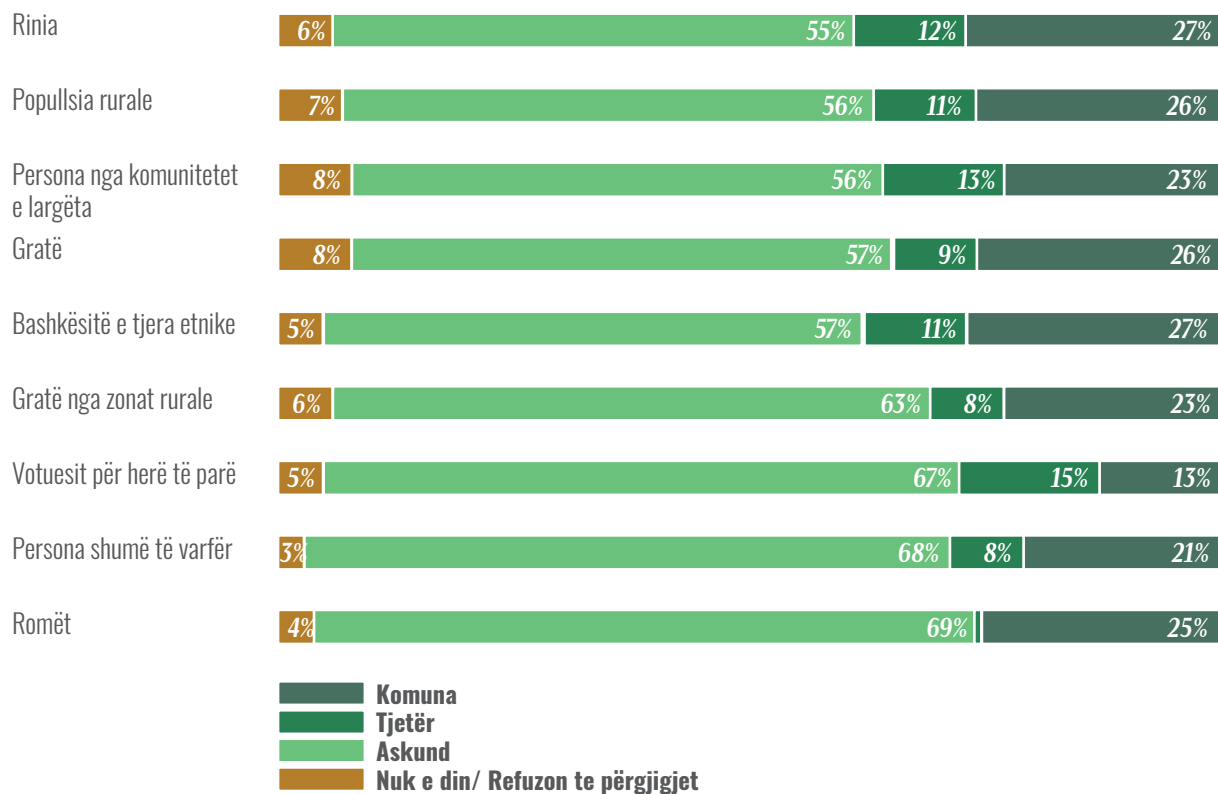
Më shumë gra (57%) sesa burra (48%) besojnë se ato nuk mund të kenë ndikim si qytetare. Të anketuarit nga pakicat e tjera (turq, romë, serbë, etj) priren të jenë më skeptikë ndaj ndikimit të tyre si qytetarë (65%), krahasuar me shqiptarët etnikë (55%) dhe maqedonasit etnikë (50%).

Përveç kësaj, në mesin e popullatës së përgjithshme, mosbesimi në ndikimin e vet është më i dukshëm në mesin e:

- Të anketuarit më të rinj, të moshës deri 24 vjeç (58%),
- Të anketuarit me arsim fillor (68%),
- Grupi me të ardhura të ulëta-deri në 12.000 denarë (70%),
- Amviset (83%), fermerët (65%) dhe të papunët kronikë (58%).

Ku mendoni se mund të keni ndikimin më të madh si qytetar?





Krahasimi midis grupeve të ndryshme demografike tregon se romët, shumë të varfër dhe votuesit për herë të parë janë më skeptikët se mund të kenë ndikim qytetar, të ndjekur nga gratë rurale dhe njerëzit nga bashkësitë e tjera etnike.

Gatishmëria dhe aftësia për të marrë pjesë në aktivitete qytetare

Lidhur me pjesëmarrjen në jetën publike, popullata e përgjithshme përmendi një preferencë për të takuar kolegët/miq të për të diskutuar çështjet publike të cilat i shqetësojnë personalisht apo familjarisht (46%), ndërsa një përqindje e konsiderueshme preferon t'i përgjigjet një pyetësori (44%) dhe të lexojë një broshurë ose një fletëpalosje (44%). Një pjesë shumë më e vogël e të anketuarve janë të gatshëm të marrin pjesë në debate publike (21%), tubime partiake (19%) dhe takime online (17%).

Ne cilën nga aktivitetet qytetare dëshironi të merrni pjesë?

44%

Të përgjigjeni në pyetësorë



44%

Të lexoni broshurë ose fletëshkë



46%

Të takoni kolege/gë, miq për të diskutuar



Në përgjithësi, gratë dhe të anketuarit me arsim të ulët tregojnë më pak interes për të marrë pjesë në aktivitetet e përmendura më lart.

Krahasuar me popullsinë e përgjithshme dhe grupet e tjera demografike, të rinjtë (11%), të rinjtë ruralë (15%), votuesit për herë të parë (10%), gratë (12%), gratë rurale (8%) dhe të papunët (11%) janë më pak të prirur për të marrë pjesë në tubimet partiake.

Pesëdhjetë e tetë përqind (58%) e pjesëmarrësve në sondazh nuk besojnë në bërjen e një ndryshimi pozitiv nga angazhimi individual (35%) ose nga angazhimi në organizata joqeveritare si anëtarë ose pjesëmarrës në aktivitetet e shoqatave joqeveritare (23%), ndërsa 25% nuk kanë interes për angazhim qytetar, gjë që shpjegon motivimin e ulët për pjesëmarrjen qytetare.

Gratë, të anketuarat më të reja, të anketuarat nga pakicat e tjera etnike dhe ato me arsim të ulët kanë tendencë të tregojnë mungesë interesi për politikën.

PROCESI ZGJEDHOR

Perceptimi negativ i përhapur në lidhje me votimin në zgjedhje është i dukshëm tek të gjitha grupet demografike.

Asocimi negativ i zgjedhjeve është i përbashkët për të gjitha grupet demografike mund të përmblihet si:

Premtime boshe

- ♦ “Demagogji”, “premtime të rreme”, “gënjeshtria”, “aktrim i mirë”, “asfaltim” “rritje pagash dhe pensionesh”

Cirk

- ♦ “Telenovelë”, “çmenduri e plotë” “njerëzit dhe politikanët jetojnë në universe paralele”

Kot

- ♦ “Humbje e buxhetit të shtetit”, “shumë të shpeshta”, “më kot”

Të vendosura nga faktori ndërkombëtar

- ♦ “të rregulluara përpara”, “faktori ndërkombëtar është faktori vendimtar për rezultatin e zgjedhjeve”, “nuk pasqyron vullnetin e njerëzve”, “vendosur nga SHBA”

Fushata të këqija zgjedhore

- ♦ “Fushata të shtrenjta parazgjedhore”, “sulme dhe shpifje në vend të programeve të mira të partisë”

Frika dhe presionet

- ♦ “Presion i fortë politik”, “frika nga humbja e punës”, “presioni politik dhe shantazhimi”, “frika mes qytetarëve”

Parregullsi zgjedhore

- ♦ “Rezultate të sajuara”, “manipulum”, “falsifikim”, “korrupsion” “pazar”, “dhënie rryshfet për vota”

Më shumë nga e njëjta

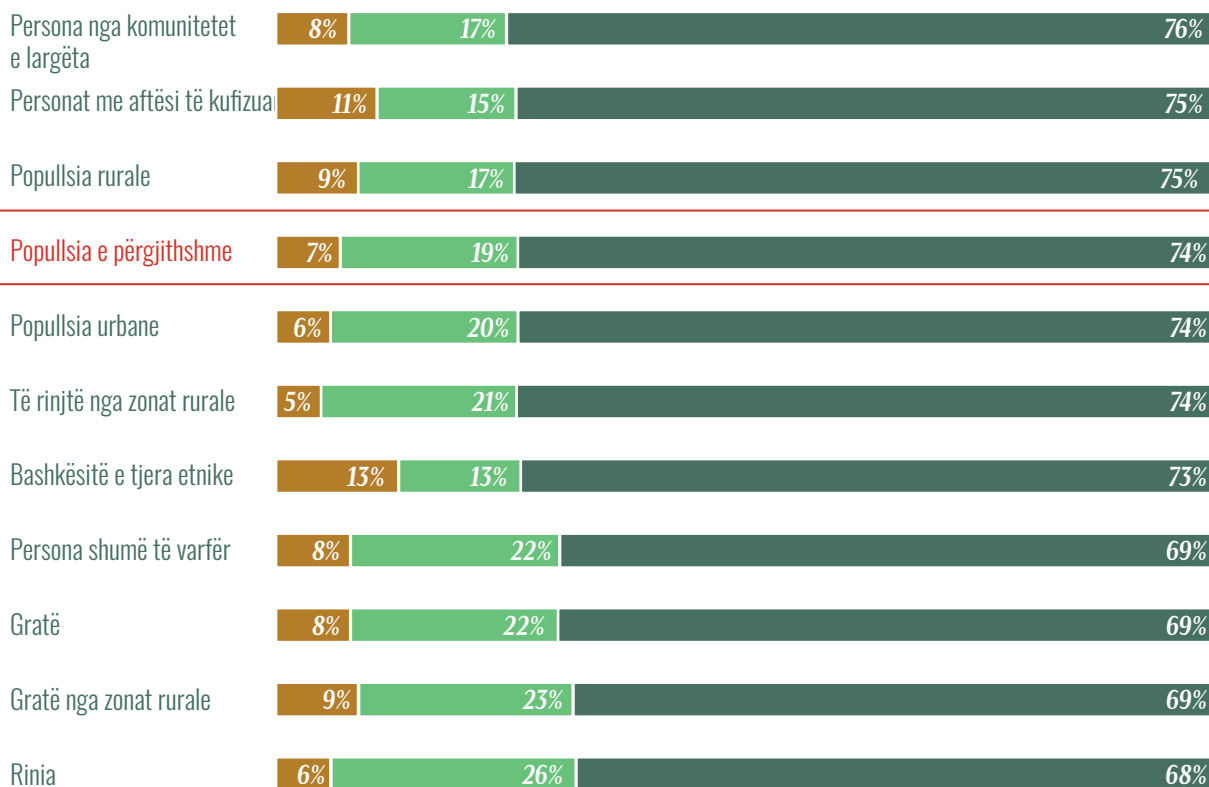
- ♦ “ngecje”, “pa ndryshime, të njëjtët njerëz”

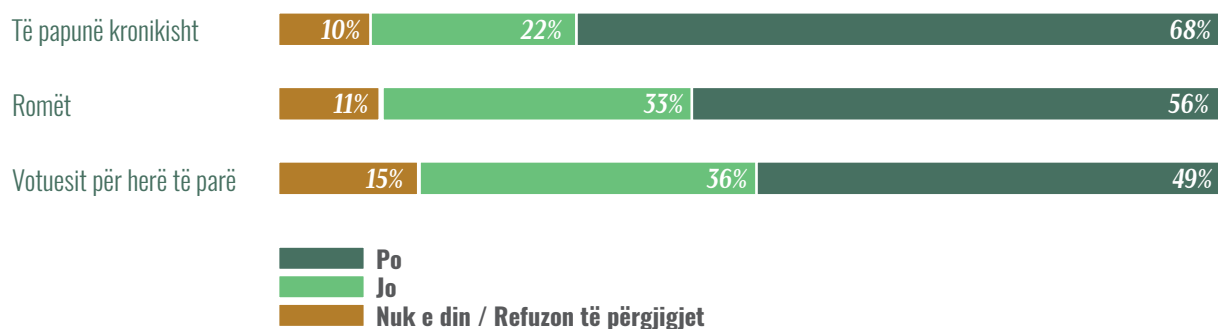
Gjetjet e grupit të fokusit tregojnë se një pjesë e pjesëmarrësve besojnë se dita e zgjedhjeve kalon në mënyrë paqësore, pa parregullsi të konsiderueshme, krahasuar me zgjedhjet e vitit 2000 të cilat u dëmtuan nga incidentet, zjarret me armë, dhe thyerja dhe mbushja e kutive të votimit. Megjithatë, ata vërejnë se presionet, kanosjet, punësimet politike dhe rryshfetet vazhdojnë.

Gati tre të katërtat e të anketuarve besojnë se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve (74%), ndërsa 19% nuk besojnë në rëndësinë e votës.

Më shumë gra (22%) sesa burra (15%) nuk besojnë në rëndësinë e votës. Më skeptikë janë të anketuarit e rinj (28%), dhe më pak skeptik janë ata të moshuar (13%). Sa i përket përkatësisë etnike, mosbesimi në rëndësinë e secilës votë është më i dukshëm tek shqiptarët etnikë (26%) në krahasim me pakicat e tjera etnike (20%) dhe maqedonasit etnikë (16%).

A mendoni se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve?

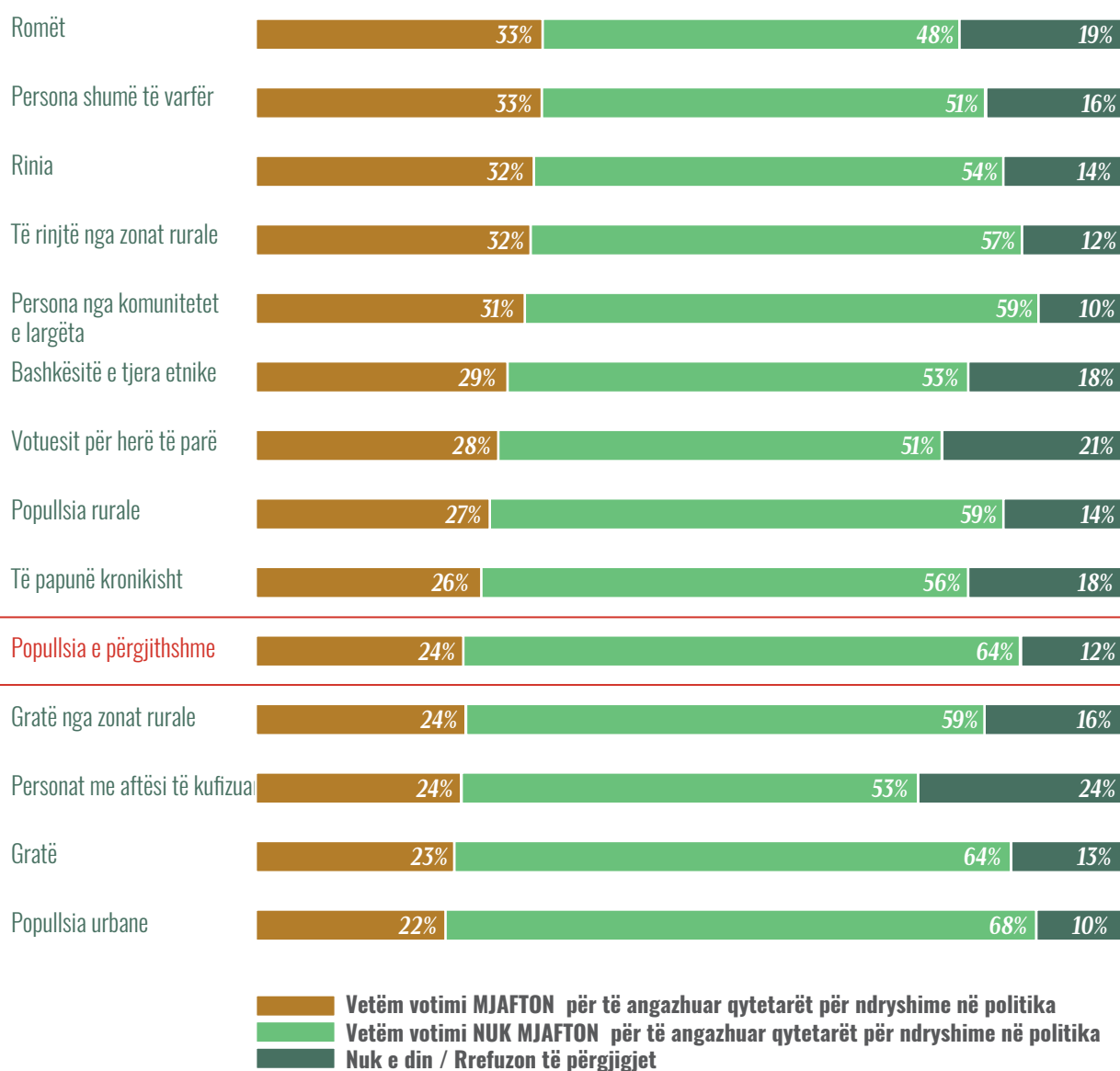




Krahasimi midis grupeve të ndryshme tregon se votuesit për herë të parë dhe romët janë më skeptikët për efektet e votimit, ndërsa njerëzit që jetojnë në komunitete të largëta, personat me aftësi të kufizuara dhe popullsia rurale janë më pak skeptik.

Pothuajse dy të tretat e të anketuarve (64%) besojnë se votimi nuk është i mjaftueshëm për të sjellë ndryshimin e politikave, një e katërta besojnë kështu, ndërsa 12% nuk dinë.

Cili nga pohimet e mëposhtëm pasqyron më së miri mendimin tuaj?



Motivimi për të votuar

Pesëdhjetë e gjashtë përqind (56%) e të anketuarve tregojnë se votojnë rregullisht, 20% shpesh, 12% ndonjëherë, 6% zakonisht abstenojnë dhe 4% rregullisht abstenojnë nga votimi.

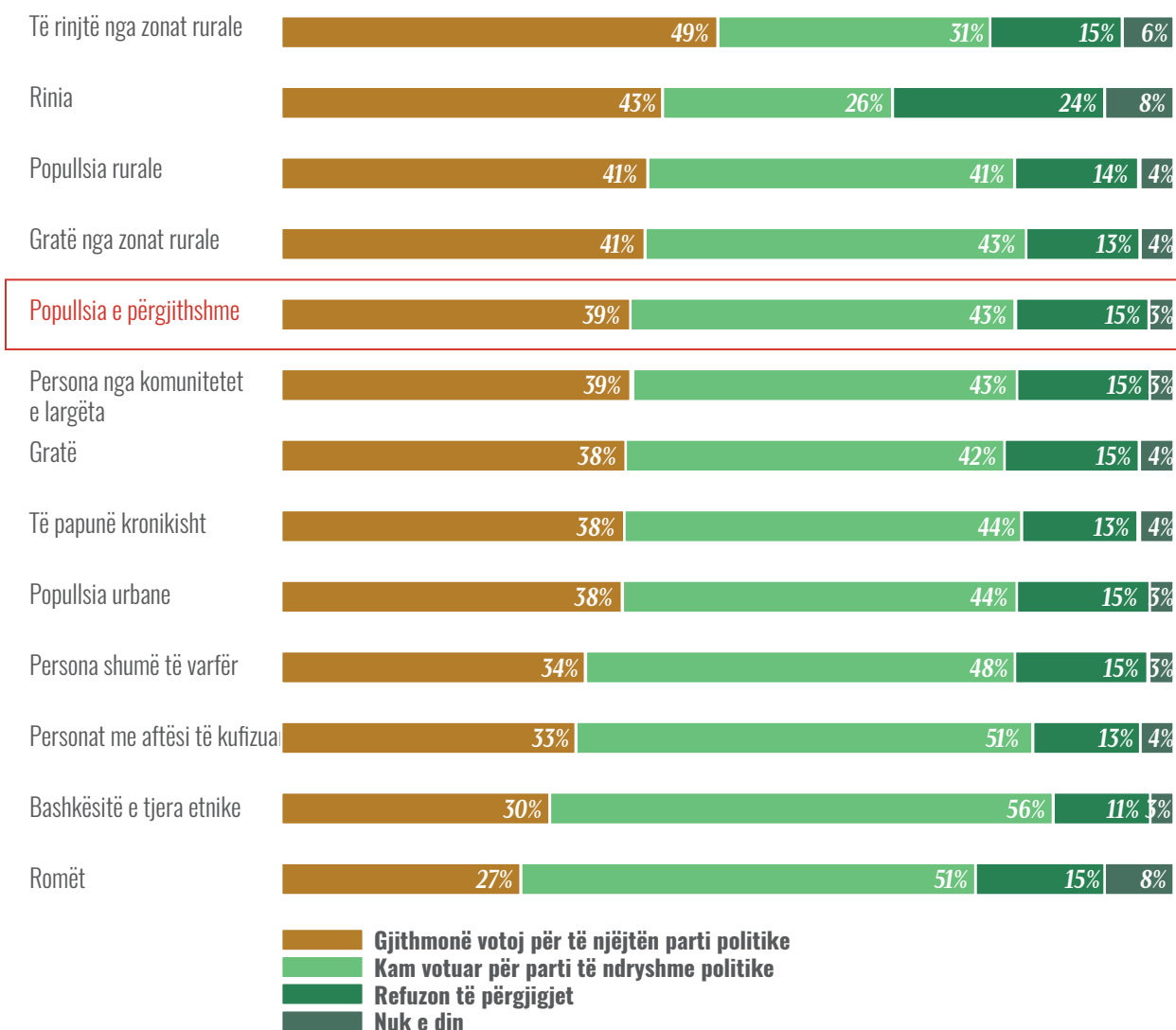
Qytetarët e moshuar (87%), ata me arsim të lartë (82%), punonjësit e sektorit publik (91%) dhe qytetarët në pension (85%) janë votuesit më të rregullt gjatë cikleve të ndryshmeve zgjedhore.

Krahasuar me popullsinë e përgjithshme, ka më shumë votues të rregullt në mesin e njerëzve që jetojnë në komunitete të largëta (79%) dhe bashkësi të tjera etnike (78%) dhe më pak votues të rregullt në mesin e personave me aftësi të kufizuara (54%), të rinj (60%) dhe romë (63%).

Dyzet e tre përqind (43%) e qytetarëve votojnë për parti të ndryshme politike gjatë cikleve të ndryshme zgjedhore, ndërsa 39% votojnë rregullisht për të njëjtën parti.

Nuk ka dallime domethënëse në lidhje me besnikërinë ndaj partisë sipas gjinisë, arsimit dhe të ardhurat familjare për popullatën e përgjithshme.

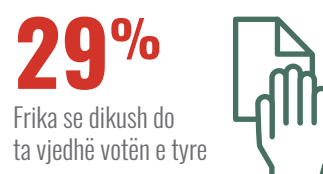
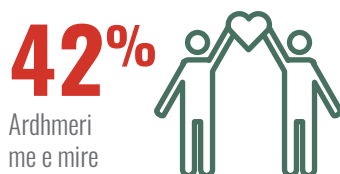
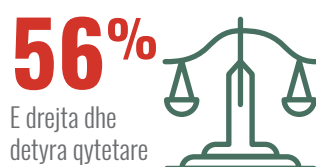
Cila nga sa më poshtë ju përshkruan më së miri?



Krahasuar me popullsinë e përgjithshme, popullsia rurale ka më shumë gjasa të votojë për të njëjtën parti politike, ndërsa romët, bashkësitë e tjera etnike dhe personat me aftësi të kufizuara kanë më shumë gjasa të japin votën e tyre për parti të ndryshme politike.

Faktorët që ndikojnë në vendimin e tyre për të votuar

Tre faktorët kryesorë që ndikojnë pozitivisht në pjesëmarrjen e qytetarëve janë: perceptimi se votimi është një e drejtë dhe detyrë qytetare (56%), perspektiva për një të ardhme më të mirë (42%) dhe frika se vota e tyre do të shpërdoret (29%).

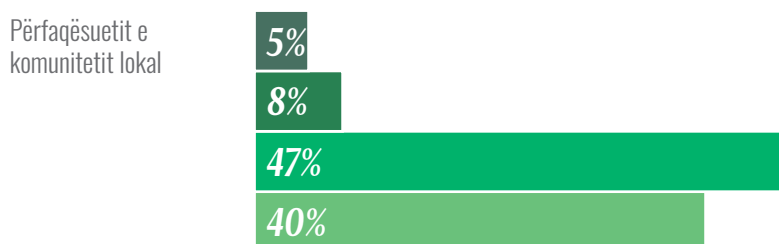
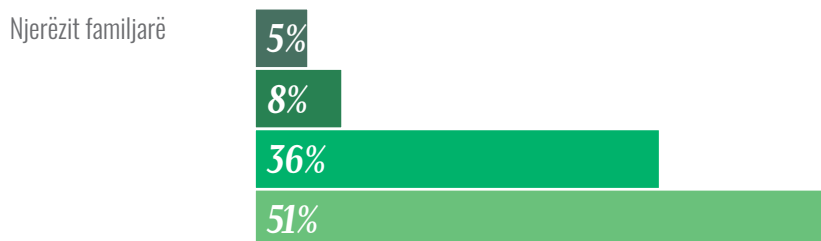


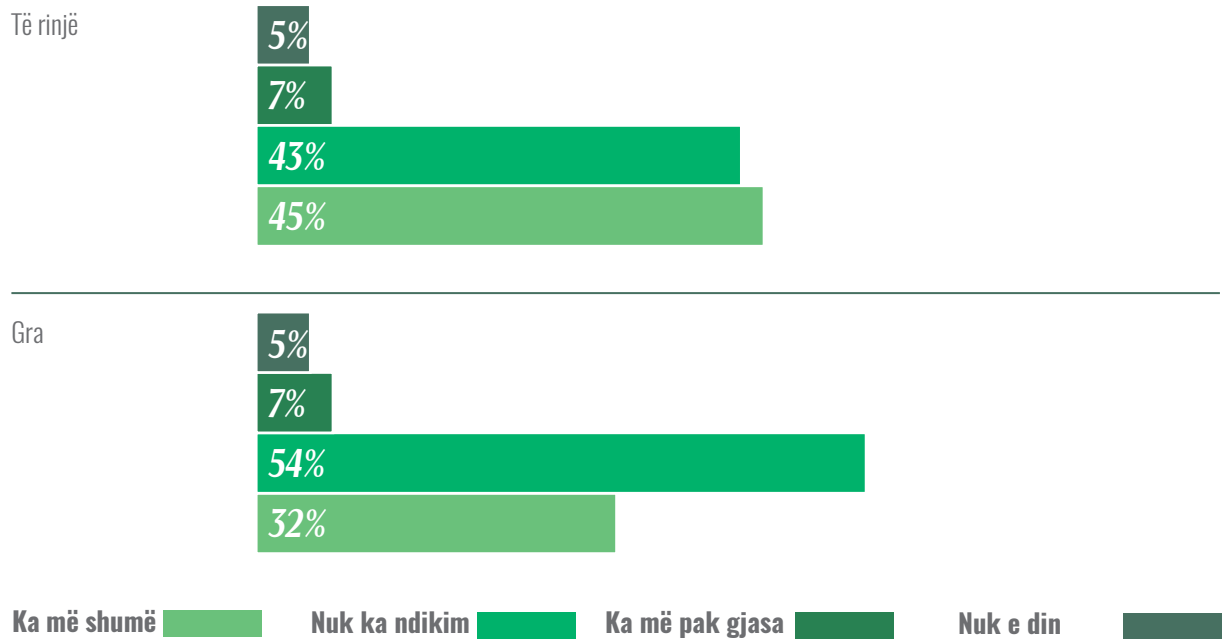
Faktorët që ndikojnë pozitivisht në pjesëmarrjen e qytetarëve janë të njëjtë për të gjitha grupet demografike. Nga këto, perceptimi se votimi si e drejtë dhe detyrë qytetare tenton të jetë faktori më i rëndësishëm për të gjitha grupet, me përjashtim të votuesve për herë të parë që priren të votojnë për të siguruar perspektivat për një të ardhme më të mirë.

Gjashtëdhjetë përqind (60%) e popullsisë tregojnë se preferenca e tyre për të votuar është e njëjtë ose më së shpeshti e njëjtë me atë të familjeve të tyre, ndërsa 29% deklarojnë se votojnë gjithmonë ose më shpesh njësoj si miqtë e tyre.

Qytetarët do të donin të shihnin në listat e kandidatëve më shumë njerëz që njohin, të rinj, përfaqësues nga komuniteti i tyre lokal dhe gra.

Nëse ka përfaqësues të grupeve të mëposhtme në listat e kandidatëve, sa ka mundësi që të votoni për atë parti politike?





Gratë preferojnë gra të tjera në listat e kandidatëve (41%), veçanërisht gratë rurale (44%), ndërsa të rinjtë (51%), gratë (48%) dhe romet (51%) preferojnë përfaqësuesit e rinj.

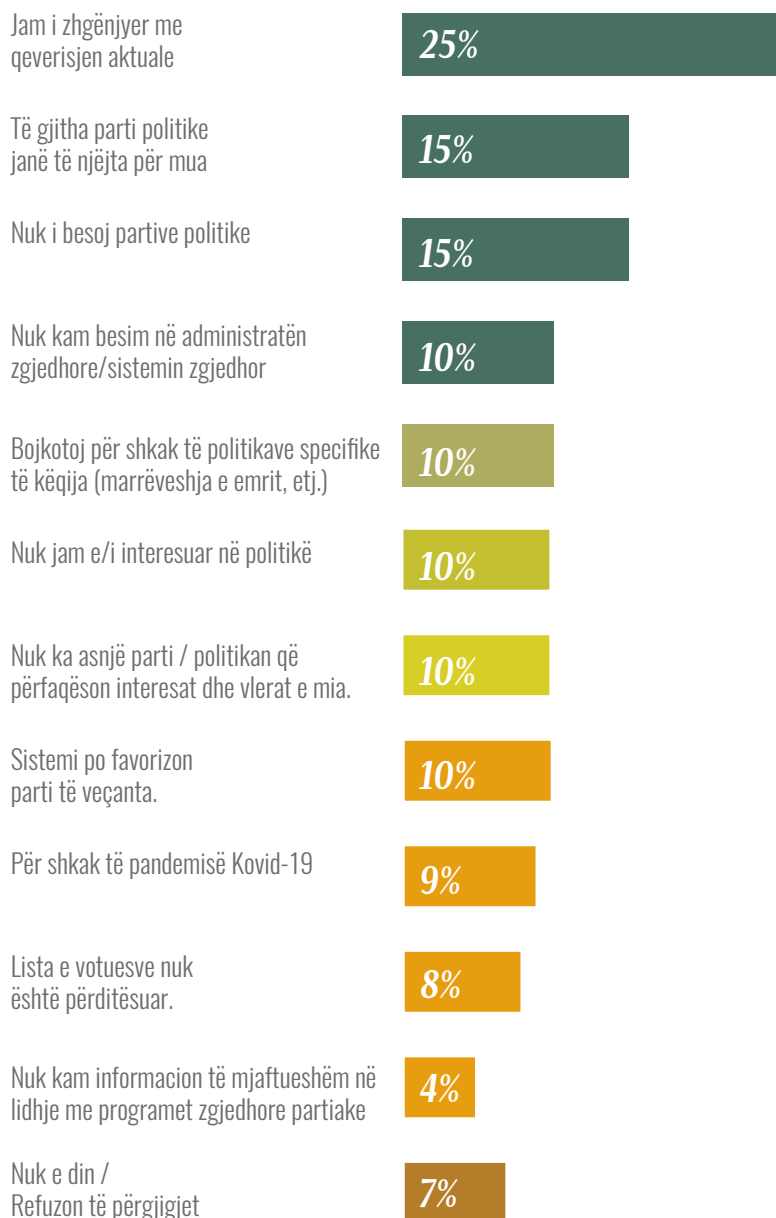
Përfaqësuesit ruralë në listat e kandidatëve janë të rëndësishëm për popullsinë rurale, por nuk kanë ndikim në kategoritë e tjera demografike.

Qytetarët romë (59%) kanë më shumë gjasa të votojnë për një parti politike nëse listat e kandidatëve përfshijnë përfaqësues romë. Sa i përket grupeve të tjera demografike, romët janë përfaqësuesit më pak të preferuar. Një e katërta e popullsisë së përgjithshme, 28% e popullsisë rurale dhe 31% e njerëzve që jetojnë në zona të largëta tregojnë se kanë më pak gjasa të votojnë për një parti politike nëse përfaqësuesit romë janë në listat e kandidatëve.

Demotivimi për të votuar

Në përgjithësi, pakënaqësia me qeverisjen dhe partitë politike i motivon njerëzit të dalin dhe të votojnë.

Çfarë mund të ndikojë në vendimin tuaj për të mos votuar?

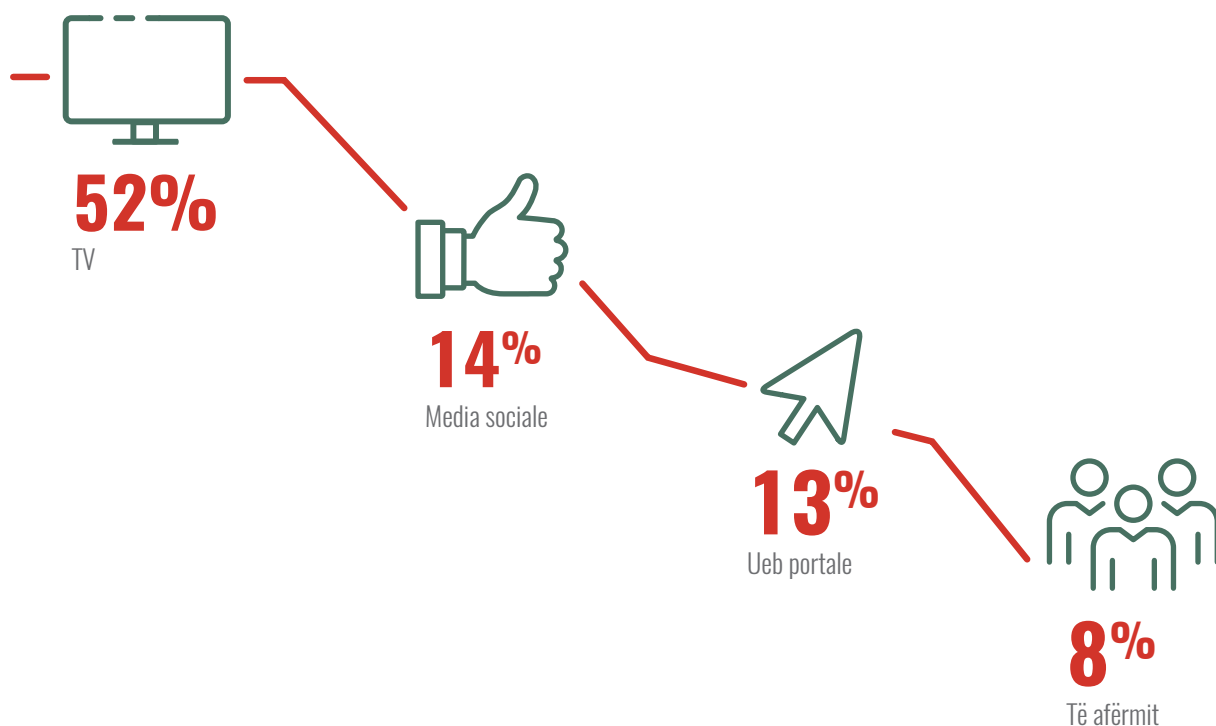


Grupe të ndryshme demografike (popullsia urbane, të rinj, gra) tregojnë se një numër në rritje i qytetarëve vendosin të mos votojnë për shkak të pakënaqësisë me partitë politike në vend. Përkundër mendimit mbizotërues se votimi është një detyrë qytetare, gjetjet e fokus grupeve tregojnë se shumë grupe demografike (të rinj, gra, persona me aftësi të kufizuara) besojnë se abstenimi nga votimi është një sjellje legjitime me anë të së cilës mund të shprehësh zhgënjim dhe revoltë kundër partive politike që dështojnë në përmbushjen e premtimeve.

Për më tepër, të gjitha grupet demografike besojnë se partitë politike nuk janë të interesuara të jenë më të përgjegjshme ndaj nevojave të qytetarëve.

KOMUNIKIMI ME KANDIDATËT DHE PARTITË

TV (52%), mediat sociale (14%), portalet në internet (13%), dhe miqtë dhe anëtarët e familjes (8%) janë burimet mbizotëruese të informacionit zgjedhor.



TV përdoret më shpesh nga të anketuarit mbi 65 vjeç (84%) në krahasim me të anketuarit deri në 24 vjeç (29%), të anketuarit me arsim fillor (69%) në krahasim me ata me arsim të lartë (39%), dhe ata me të ardhura më të ulëta se 12.000 denarë (69%) krahasuar me të anketuarit me të ardhura më të larta se 60.000 denarë (39%).

Burimet mbizotëruese të informacionit zgjedhor për grupe të ndryshme demografike janë të ngjashme me ato në lidhje me zhvillimin socio-politik në vend dhe në botë.

Siç u theksua, shumë të varfërit, personat me aftësi të kufizuara, gratë, bashkësitë e tjera etnike dhe njerëzit që jetojnë në komunitete të largëta dhe zona rurale (përveç të rinjve rurale) përdorin televizorin si një burim mbizotërues të informacionit zgjedhor.

Të gjitha grupet rinore, veçanërisht votuesit për herë të parë kryesisht informohen për zgjedhjet përmes rrjeteve sociale.

Krahasuar me popullsinë e përgjithshme dhe grupet e tjera demografike, votuesit për herë të parë janë më pak të informuar për zgjedhjet dhe 21% kanë thënë se nuk janë fare të informuar.

Emisionet e ndryshme të lajmeve (48%) dhe debatet (32%) janë metodat më të dobishme për marrjen e informacionit zgjedhor, ndërsa një në dhjetë (11%) tregojnë se ata nuk informohen fare për zgjedhjet.

Preferenca për debate është më e dukshme në mesin e:

- ♦ Burrave
- ♦ Maqedonasve etnikë

Sa i përket llojit të komunikimit me kandidatët para zgjedhjeve, të anketuarit preferojnë të informohen rregullisht për arritjet dhe rezultatet e mëparshme të kandidatëve (21%), nga media (18%), përmes komunikimit personal derë më derë (16%) dhe personalisht, por në grupe më të vogla (15%).

- ♦ Njerëzit me arsim të lartë
- ♦ Njerëzit me të ardhura më të larta mujore familjare.

Preferenca për emisionet e lajmeve është më e dukshme tek personat me aftësi të kufizuara, bashkësitë e tjera etnike, të varfërit dhe gratë.

Më pak të preferuarat janë programet e partive politike (5%), tubimet (3%) dhe komunikimi përmes mediave sociale (10%).

Preferenca për lloje të ndryshme të komunikimit me kandidatët e partisë para zgjedhjeve është e ngjashme midis grupeve të ndryshme demografike. Sidoqoftë, duhet të theksohen disa specifika.

Të rinjtë kryesisht mbështeten në mediat sociale si një lloj komunikimi, ndërsa të gjitha grupet e tjera më pak. Personat me aftësi të kufizuara preferojnë mediat, ndërsa njerëzit që jetojnë në komunitete të largëta, gratë rurale dhe romët preferojnë komunikimin personal në grupe më të vogla sesa komunikimin personal derë më derë.

Ekziston një perceptim i përhapur në mesin e grupeve të ndryshme demografike, veçanërisht në mesin e popullatës rurale dhe bashkësive të largëta, që partitë vizitojnë Bashkësitë dhe kontaktojnë qytetarët vetëm në periudhën parazgjedhore. Të anketuarit besojnë se anëtarët e partisë plotësojnë nevojat e tyre më shumë sesa ato të qytetarëve, dhe udhëhiqen vetëm nga marketingu politik dhe numri i votave të pritshme.

Llojet më të preferuara të komunikimit me kandidatët në periudhën midis zgjedhjeve janë të njëjta: informacion në lidhje me arritjet dhe rezultatet e mëparshme të kandidatëve (20%), media (18%), komunikim personal derë më derë (15%) dhe komunikim personal, por në grupe më të vogla (16%). Përsëri, tubimet, programet e partive dhe mediat sociale janë në fund të listës.

Gjetjet e grupeve të fokusit japin një shpjegim në lidhje me mungesën e përgjithshme të interesit të të anketuarve në programet e partive politike. Besimi është se programet janë identike me ato të zgjedhjeve të mëparshme, “rreth 80% copy-paste”, dhe partitë dështojnë në përmbushjen e premtimeve. Prandaj, qytetarët ngurrojnë të lexojnë një program të gjatë të partive politike (ndonjëherë mbi 300 faqe).

Përveç kësaj, ekziston një perceptim, veçanërisht tek të papunët kronikë, se programet e partive politike ofrojnë zgjidhje joreale për problemet. Ata bëjnë premtime bujare në periudhën parazgjedhore siç janë investimet e huaja, pagat mesatare të larta, punësimet. Megjithatë, sapo janë në detyrë, ata harrojnë njerëzit, veçanërisht ata që nuk janë anëtarë të partisë së tyre politike.

Shumë pak të anketuar që shprehën interes për programet e partive politike e bëjnë këtë nga kurioziteti për të gjetur se çfarë premtimesh bëjnë partitë politike, të vlerësojnë se sa të prekshme dhe të menaxhueshme janë ato, ose të shohin nëse plotësojnë nevojat e tyre.

BARRIERAT

Demokracia përfaqësuese mund të funksionojë vetëm kur qytetarët janë të mirëinformuar, të angazhuar në mënyrë aktive në votim dhe aktivitete të tjera qytetare, dhe të pajisur me aftësitë e avokimit, debatit, negocimit dhe udhëheqjes. Megjithatë, hulumtimi tregon se pothuajse gjysma e popullsisë nuk është e interesuar për zhvillimet socio-politike në vend, me përjashtim të burrave të moshuar maqedonas etnikë, me përvojë të mëparshme në shërbimet publike. Rritja e interesit dhe pjesëmarrjes së grupeve të tjera demografike është e një rëndësie të madhe dhe është subjekt i analizave dhe rekomandimeve në pjesët e tjera të Raportit.

Hulumtimi ka identifikuar një sërë barrierash të përbashkëta për të gjitha grupet që ndikojnë në gatishmërinë dhe aftësinë e tyre për të qenë politikisht dhe qytetarisht aktiv. Këto, përveç një sërë pengesash që rrjedhin nga statusi socio-ekonomik dhe përvoja e mëparshme, informojnë qëndrimet dhe sjelljen e tyre. Barrierat specifike për secilin grup janë subjekt i analizës së raporteve të veçanta për grupin.

Hulumtimi ka identifikuar barrierat e mëposhtme për përfshirjen politike dhe qytetare të përjetuara nga të gjitha grupet demografike:

- ♦ Nuk ka kulturë të vendosur për aktivizmin qytetar dhe pjesëmarrjen në të gjitha grupet demografike, veçanërisht në mesin e grupeve rurale, të cënueshme dhe grave.
- ♦ Mungesa e kanaleve të pjesëmarrjes.
- ♦ Skepticizmi në lidhje me fuqinë e tyre për të ndikuar në politikën në vend.
- ♦ Reagimi i dobët i sistemit - mungesa e interesit për shqetësimet e qytetarëve ose kapaciteti për të vepruar sipas tij.
- ♦ Mungesa e aftësive qytetare dhe politike. Edhe një votues i informuar ka nevojë për më shumë mekanizma për t'u bërë pjesëmarrës i plotë në jetën qytetare. Për t'i bërë Bashkësitë më të mira, qytetarët e angazhuar duhet të mësojnë aftësitë e komunikimit, rrjetëzimit, si dhe të kandidohen për poste publike.
- ♦ Frika nga presioni.

REKOMANDIME

Në përgjigje të këtyre sfidave dhe pengesave të identifikuar, rekomandohet një sërë ndërhyrjesh që mund të kontribuojnë në mënyrë efektive për të përmirësuar pjesëmarrjen qytetare dhe politike:

Ngritja e vetëdijes për rëndësinë e pjesëmarrjes në jetën socio-politike dhe aktivizmit qytetar në mesin e popullatës së përgjithshme, veçanërisht në mesin e të rinjve, grave, personave me aftësi të kufizuara dhe grupeve të cënueshme.

- ♦ Përqëndrim në përvijimin e përfitimeve nga angazhimi qytetar: të flitet për përfitime të prekshme që përmirësojnë cilësinë e jetës.
- ♦ Të lidhet pjesëmarrja shoqërore dhe politike me çështjet që ndikojnë në cilësinë e jetës: shëndetin, stabilitetin ekonomik, ekologjinë si më të zakonshmet. Kur flitet me grupe specifike demografike të bëhet ndërlidhja me temat e tyre specifike me interes (p.sh. të rinjtë dhe arsimi).
- ♦ Të promovohen shembuj pozitivë të aktivizmit. Shembujt duhet të jenë të ndryshëm demografikisht (gra, të rinj, etni të tjera, grupe të cënueshme, etj).
- ♦ Të demonstron fuqia e grupit duke inicuar projekte dhe aktivitete qytetare me qëllime të prekshme (eko-nisma, aktivitete humanitare, projekte sociale).
- ♦ Të identifikohen modelet dhe ndikuesit dhe të promovohen aktivitetet dhe ndikimi i tyre, veçanërisht në mesin e popullatës më të re dhe grave.
- ♦ Të promovohen aktivitetet dhe dukshmëria e OJQ -ve.

Të promovohen kanale dhe procedura për të inkurajuar pjesëmarrjen në jetën qytetare

Njerëzve u mungon informacioni për kanalet për pjesëmarrje në jetën socio-politike ose u mungojnë mundësitë për qasje. Kjo është veçanërisht e vërtetë për grupet e të rinjve, të papërvojë dhe të cënueshme, siç është grupi i personave shumë të varfër ose i të papunësuarve kronikisht.

- ♦ Të edukohet popullata e përgjithshme për mënyrat, formatet dhe institucionet ku njerëzit mund të marrin pjesë në mënyrë aktive.
- ♦ Të arrihet deri te Bashkësitë e marginalizuara dhe t'u ndihmohet të njihen me kanalet për pjesëmarrje.
- ♦ Të krijohen më shumë mundësi pjesëmarrjeje për popullsinë rurale dhe personat me aftësi të kufizuara. Ndërsa të rinjtë ruralë, njerëzit në Bashkësitë e largëta dhe personat me aftësi të kufizuara kanë interesin më të lartë për përfshirjen qytetare, atyre u mungojnë mundësitë për të marrë pjesë ose nuk janë në dijeni të kanaleve për pjesëmarrje.
- ♦ Të krijohen kanale alternative për pjesëmarrjen e grave rurale të përshtatura me barrierat specifike me të cilat ata ballafaqohen (mungesa e kohës, agjenda ditore, kujdesi për fëmijët, etj.)
- ♦ Të edukohet popullsia më e re përmes projekteve arsimore shkollore/universitare për kulturën qytetare dhe demokratike.

Të rritet besimi në fuqinë e tyre për të bërë një ndikim në bashkësinë ose shoqërinë.

- ♦ Të promovohen shembuj pozitivë lokalë që njihen dhe respektohen nga komuniteti dhe të theksohet ndikimi i tyre. Të paraqiten shembuj që vërtetojnë se aktivizmi ka rëndësi dhe ka fuqinë për të rregulluar shoqërinë. Të merret parasysh diversiteti kur zgjidhen shembuj.
- ♦ T'i kushtohet fokus i veçantë promovimit të arritjeve të të papunëve, atyre me arsim të ulët ose komunitetit shumë të varfër. Skepticizmi në fuqinë për të ndikuar është më i theksuar në mesin e grupeve të cenueshme dhe atyre me më pak burime arsimore ose financiare.
- ♦ Të ndiqen vazhdimisht nevojat e grupeve të ndryshme.
- ♦ Të promovohen projekte dhe nisma më të vogla të komunitetit që trajtojnë çështje të ndryshme shqetësuese, veçanërisht ato që rrisin cilësinë e jetës.
- ♦ Grupet e të rinjve pa përvojë duhet të synohen veçmas dhe t'u ofrohen mundësi për të marrë pjesë në projektet përkatëse (arsim, ekologji, të drejtat e njeriut, etj.).

Të përmirësohet perceptimi i tyre negativ i nën-përfaqësimit nga zyrtarët e zgjedhur

Pavarësisht se vlen një pengesë për të gjitha grupet demografike, kjo është veçanërisht e theksuar në mesin e grupeve më të vogla demografike, si dhe grupeve me të ardhura të ulëta dhe me arsim të ulët (shumë të varfër, të papunë, romë).

- ♦ Të përfshihen dhe të mbahen çështjet e rëndësishme për këto grupe demografike në axhendën publike të përfaqësuesve politikë.
- ♦ Të ndiqen rregullisht shqetësimet e bashkësive në periudhën midis zgjedhjeve.
- ♦ Të vendosen kanale për komunikim të vazhdueshëm me grupe të ndryshme.

Fuqizimi duke lehtësuar zhvillimin e aftësive dhe njohurive për angazhim të sigurt qytetar

Për shkak se ekziston një ndryshim në nivelin e pjesëmarrjes në lidhje me arsimin, statusin

shoqëror dhe gjininë, ekziston nevoja për të forcuar kapacitetet e grupeve të tjera demografike, për të rritur besimin e tyre dhe nxitur pjesëmarrjen.

- ♦ Forcimi i kapaciteteve të grupeve me të ardhura të ulëta dhe të arsimit të ulët, bashkësive rurale, romëve etj.
- ♦ Gratë duhet të fuqizohen nga zhvillimi i aftësive dhe njohurive për të menaxhuar me besim pjesëmarrjen e tyre pa frikë nga abuzimi seksist, mizogjinist dhe gjuha e urrejtjes, frikësimi dhe dhuna. Të përshtaten formatet me përgjegjësitë dhe axhendën e tyre të përditshme.

Krijimi i aleancave

Me mediat (digjitale dhe tradicionale)

- ♦ Të kontribuohet në ndërtimin e një kulture që inkurajon pjesëmarrjen qytetare në të gjitha nivelet nga grupe të ndryshme demografike. Të rritet ndërgjegjësimi në lidhje me përfitimet e pjesëmarrjes aktive qytetare.
- ♦ Të promovohen rrëfime të fokusuara në shembuj pozitivë të pjesëmarrjes qytetare, veçanërisht ato të grupeve më pak aktive (romë, gra, qytetarë me status më të ulët socio-ekonomik dhe të rinj).
- ♦ Të kushtohet më shumë kohë dhe hapësirë në programim për mbulimin e temave nga jeta qytetare dhe aktivizmi.
- ♦ Të promovohen kanale dhe mënyra për pjesëmarrjen qytetare.
- ♦ Të promovohet diversiteti mes kandidatëve (gra, të rinj, popullatë rurale) gjatë fushatave zgjedhore.
- ♦ Të përfshihen qytetarët në debate dhe biseda dhe t'u ofrohet mundësi për të folur për çështjet me interes. Debatet duhet të bazohen në parimin e diversitetit.

Me OJQ -të

- ♦ Të promovohet pjesëmarrja, veçanërisht në mesin e të rinjve, duke krijuar ndërgjegjësim për rolin dhe misionin e tyre dhe potencialin e tyre për të ndikuar në cilësinë e jetës.
- ♦ Të krijohet hapësirë dhe mundësi për mbështetje të grave që të bashkohen dhe të veprojnë për çështje për të cilat kanë interes. Kjo është veçanërisht e rëndësishme për grupet që nuk kanë besim dhe aftësi për të marrë pjesë, si dhe për gratë e interesuara për pjesëmarrje bashkëpunuese.
- ♦ Të sigurohen udhëzime dhe burime që do të inkurajojnë qytetarët të marrin pjesë me besim në jetën qytetare.
- ♦ Të sigurohet një mekanizëm që do të mbështesë dialogun midis qytetarëve dhe autoriteteve. Të përfaqësohen interesat e grupeve të cënueshme që nuk kanë njohuri dhe aftësi për të filluar dialogun me autoritetet.
- ♦ Për shkak të qasjes të kufizuar në OJQ -të, popullsia rurale, veçanërisht Bashkësitë e largëta, do të përfitonin nga udhëzimet për krijimin e rrjeteve dhe kanaleve për pjesëmarrje.
- ♦ Promovimi i OJQ-ve dhe punës së tyre, veçanërisht në mesin e grupeve me arsim të ulët dhe status socio-ekonomik, mund të ndihmojë në rritjen e pjesëmarrjes së tyre.

Përdorimi i influencerëve / personave të famshëm

Të vendoset partneritet me mikro-influenserë të rëndësishëm për grupe të ndryshme demografike për të promovuar pjesëmarrjen qytetare.

- ♦ Influenserët konsiderohen si më të besueshëm nga ndjekësit e tyre dhe për këtë arsye pozicionohen më mirë për të inkurajuar pjesëmarrjen, veçanërisht në mesin e të rinjve dhe votuesve për herë të parë.
- ♦ Influeanserët gjithashtu kanë një potencial të madh për të mobilizuar gratë për një kauzë të caktuar dhe për të rritur pjesëmarrjen e tyre.
- ♦ Influenserët duhet të zgjidhen bazuar në fuqinë e tyre për të ndikuar në komunitet dhe shkallën në të cilën ata lidhen me një grup të caktuar.
- ♦ Strategjia e influenserit duhet të sigurojë larminë e influenserëve për t'u bërë thirrje grupeve të ndryshme demografike.

Të përdoren kanalet përkatëse të komunikimit dhe të zbatohen të dy qasjet jo-konvencionale dhe tradicionale

Media të ndryshme duhet të përdoren për të arritur deri tek grupe të veçanta demografike.

Të përdoret TV për të arritur shumicën e popullsisë urbane.

TV është veçanërisht e rëndësishme për të arritur tek të moshuarit, gratë dhe njerëzit në spektrin më të ulët të të ardhurave dhe arsimit.

- ♦ Të përdoren formate që japin mundësi për të kontekstualizuar informacionin dhe për të rritur rëndësinë e tij.
- ♦ Kur është e mundur, të paraqitet informacioni në një mënyrë ilustruese, veçanërisht në lidhje me procesin e votimit, të drejtat e votës, raportimin e parregullsive zgjedhore.
- ♦ Të merren parasysh formatet e tjera të komunikimit përveç lajmeve, p.sh. debate, editoriale, tregime të shkurtra dhe dëshmi që portretizojnë shqetësimet lokale dhe ofrojnë perspektivë në procesin e votimit.
- ♦ Të sigurohet një shtrirje e gjerë duke përdorur përmbajtje të përkthyer ose gjuhë shenjash.
- ♦ Të përdoren stacionet televizive lokale për të arritur tek grupi rom, Bashkësitë rurale dhe grupe të tjera etnike.
- ♦ Të përdoren një sërë programesh (politike, argëtuese, mënyra e jetesës, programet e mëngjesit, etj.).

Të përdoren mediat sociale për të arritur të rinjtë, përfshirë pjesën e arsimuar dhe të punësuar të popullsisë.

Media sociale ka një potencial të madh për të siguruar angazhimin dhe pjesëmarrjen e të rinjve.

Teknikat për t'u marrë parasysh:

- ♦ Të nxitet komunikim i dyanshëm i hapur.
- ♦ Të promovohen tema përkatëse.
- ♦ Të ofrohet hapësirë që qytetarët të dëgjohen.
- ♦ Të vendoset partneritet me influenserë / persona të famshëm.
- ♦ Të zhvillohen portretizime të singërta të kandidatëve dhe të ofrohet mundësi që publiku të ndërveprojë me ta

- ♦ Të shkëmbehen mendime për çështje të ndryshme me interes.
- ♦ Të ofrohen informata për përparimin e çështjeve të ndryshme me interes
- ♦ Të dërgohet një thirrje e qartë për veprim

Të përdoren media të tjera dixhitale, përfshirë portalet në internet dhe bloget, që kanë një tërheqje më të madhe për këto segmente të popullsisë

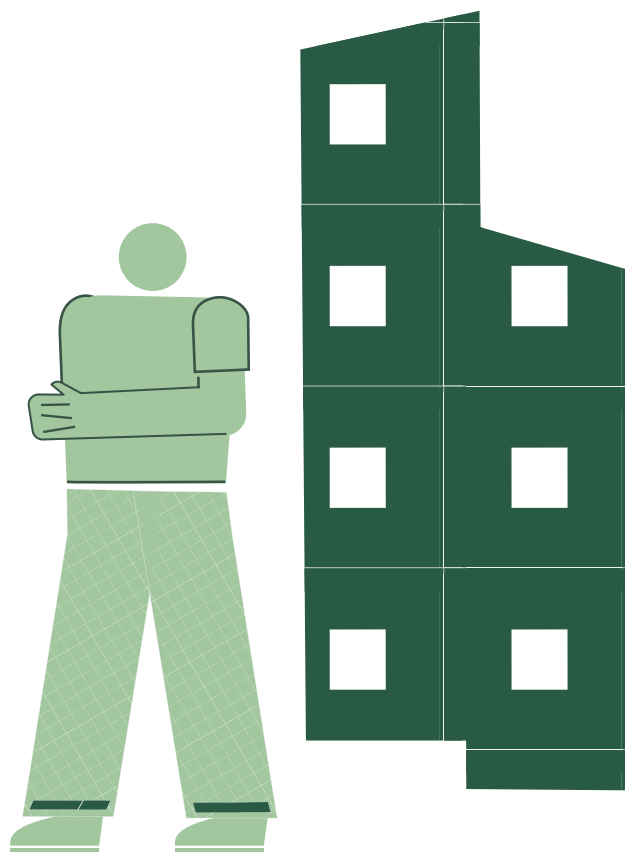
Të organizohen takime të drejtpërdrejta/ballë për ballë ose ngjarje të tjera të komunitetit.

Të ndërtohen marrëdhënie me votuesit është çelësi për të siguruar pjesëmarrjen qytetare. Kjo i bën qytetarët të ndihen të vlerësuar, të rëndësishëm dhe të dëgjuar.

- ♦ Ky format është i dobishëm për të siguruar pjesëmarrjen e qytetarëve që janë të heshtur dhe nuk kanë besim dhe/ose kohë për të marrë pjesë në jetën publike (romë, shumë të varfër, të papunë). Ata priren të marrin pjesë në domenin publik në mjedise më pak formale.
- ♦ Për shkak të orarit të ngjeshur të grave rurale dhe afinitetit të tyre për kontakte dhe takime të drejtpërdrejta, takimet e drejtpërdrejta dhe joformale mund të nxisin pjesëmarrjen e tyre.
- ♦ Besimi i ulët në media i raportuar nga të gjitha grupet mund të zbutet duke organizuar takime të drejtpërdrejta joformale dhe diskutime të hapura.
- ♦ Këto duhet të përfshijnë takime në kafene, debate, projekte të komunitetit dhe forma të tjera të komunikimit.

Të pilotohen kanale të tjera jo-tradicionale

- ♦ Të hulumtohen mënyra për të arritur qytetarët në jetën e tyre të përditshme për t'ua shpërndarë informacionin. Të zgjidhen modalitete që përshtaten mirë me agjendën dhe zakonet e përditshme të secilit grup.
- ♦ Të merret parasysh përdorimi i parqeve, qendrave tregtare, autobusëve dhe objekteve të tjera për të tërhequr popullsinë urbane.
- ♦ Për grupet rurale, romët dhe grupet e cenueshme të përdoren dyqanet lokale, tregjet të hapura, dyqanet e berberëve, pakot ushqimore, çanta, etj.
- ♦ Të organizohen aktivitete argëtuese dhe ngjarje për të ngjallur interes, veçanërisht në mesin e popullatës rurale që nuk ka argëtim.
- ♦ Të angazhohen të rinjtë, të organizohen aktivitete artistike, kulturore ose sportive për të arritur një ekuilibër mes arsimit dhe argëtimit.



POPULLSIA

URBANE

Gjetjet kyqe nga hulumtimi sasior dhe cilësor

Popullsia urbane - përkufizimi dhe madhësia

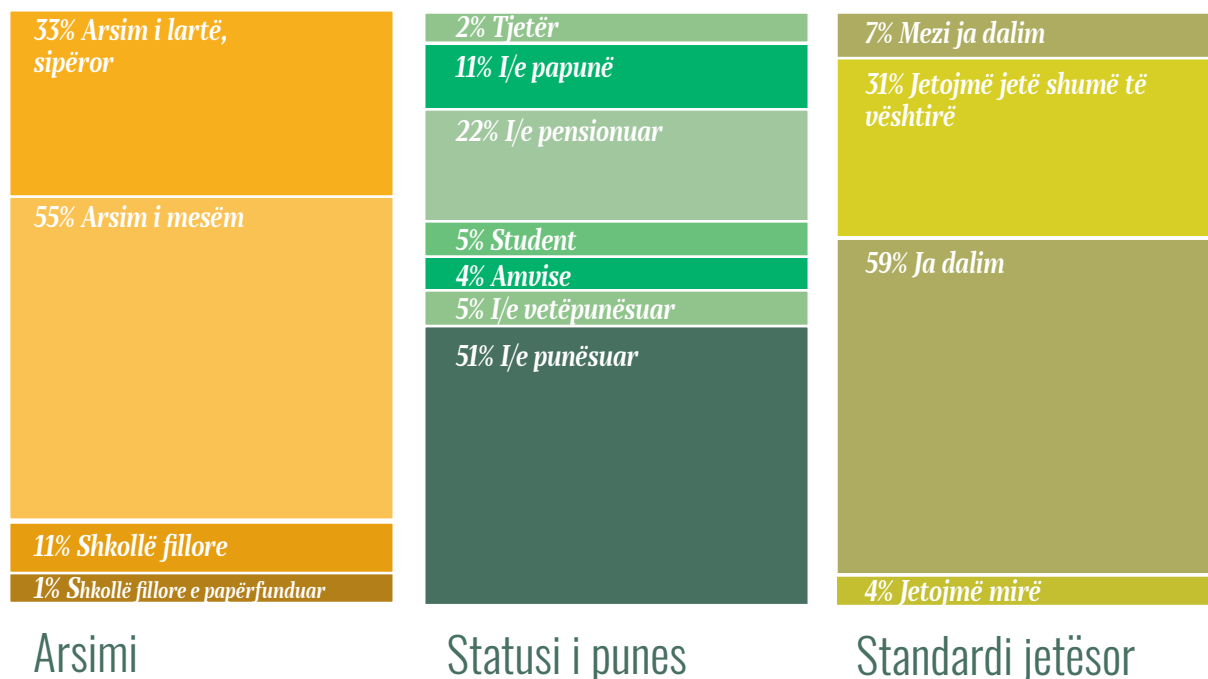
Sipas statistikave të bazuara në vlerësimet e Bankës botërore për popullësinë dhe raportet urbane nga Prospects World Urbanization i Kombeve të bashkuara, në vitin 2019 në Maqedoninë e Veriut ka pasur 1,212,740 njerëz që jetonin në zonat urbane, ose 58.2%.⁶

Në përputhje me trendet aktuale globale, popullata urbane në Maqedoninë e Veriut ka qasje më të lehtë në shërbime cilësore të kujdesit shëndetësor, institucione shtetërore, administratë, arsim, punësim dhe shërbime të tjera.

Profili demografik

Gjithsej 691 banorë të vendbanimeve urbane morën pjesë në sondazhin sasior ballë për ballë.

Për të fituar një pasqyrë të thellë të prejardhjes, perceptimeve dhe mendimeve të grupit, sondazhi sasior u plotësua nga një fokus grup.



⁶ Faqja zyrtare e trendeve makro statistikore, e disponueshme në <https://www.macrotrends.net/countries/MKD/North-Macedonia/urban-population>, accessed on October 14, 2020

TEMAT E INTERESIT

Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

Sa jeni i/e interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?

16%

Shumë

37%

Deri diku

29%

Jo shumë

18%

Aspak

Ngjashëm me popullsinë rurale, më shumë se gjysma (53%) e popullsisë urbane janë “shumë” ose “të interesuar deri diku” për zhvillimet socio-politike, ndërsa 47% janë “aspak” ose “jo shumë” të interesuar.

Gjashtë në dhjetë të anketuar ndonjëherë ose shpesh diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë, ndërsa katër në dhjetë rrallë ose kurrë nuk e bëjnë këtë. Njerëzit në zonat urbane priren të jenë më të gatshëm të ndajnë mendimin e tyre mbi zhvillimet socio-politike krahasuar me njerëzit që jetojnë në zonat rurale (51% ndonjëherë ose shpesh diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë).

Sipas pjesëmarrësve në grupin e fokusit, pandemia COVID-19 renditet më lart midis çështjeve socio-politike me rëndësi për cilësinë e jetës.

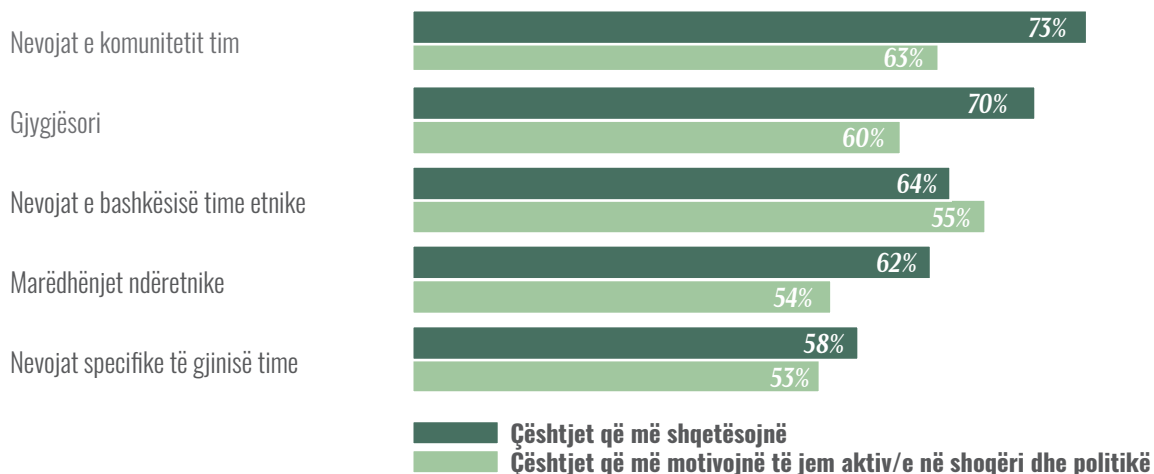
Të rëndësishme për këtë grup demografik janë shqetësimet në lidhje me ndotjen e ajrit, urbanizimin dhe mafiën urbane, qentë endacakë dhe probleme të tjera lokale.

Shqetësimet

Sa mendoni se ju shqetësojnë informacionet/ çështjet/ temat e mëposhtme?

Sa do të thonit që çështjet / temat e mëposhtme ju motivojnë të jeni aktiv/e në shoqëri dhe në politikë?





Kujdesi shëndetësor (me shumë gjasa për shkak të pandemisë COVID-19), stabiliteti ekonomik dhe social dhe mjedisi janë tre çështjet më të rëndësishme për njerëzit që jetojnë në vendbanimet urbane, siç janë shprehur më shumë se 80% e të anketuarve. Për më tepër, këto çështje janë motivuesit kryesorë për aktivizimin e tyre shoqëror dhe politik.

Ajo që paraqitet si e zakonshme në të gjithë grupet e profilit që iu nënshtruan këtij sondazhi është mungesa e shqetësimit për nevojat specifike të gjinisë së tyre, grupit të tyre etnik ose marrëdhënieve ndëretnike në përgjithësi.

BURIMET E INFORMACIONIT

Niveli i ulët i besimit në media është i zakonshëm për të gjithë pjesëmarrësit në grupin e fokusit, si dhe për të gjithë grupet. Media përgjithësisht perceptohet si e njëanshme politikisht dhe si rezultat i kësaj njerëzit kanë tendencën të marrin informacion nga media të ndryshme për të qenë në gjendje të formojnë një kuptim personal të zhvillimeve shoqërore dhe politike në vend.

“ Unë ndjek media të ndryshme dhe gjithmonë bëj krahasime. Informacioni i paraqitur në kanale të ndryshme televizive është aq i ndryshëm që duket sikur raportojnë nga shtete të ndryshme. ”

Femër, 54, Prilep

Pothuajse gjysma e pjesëmarrësve (46%) treguan se televizioni është burimi i tyre kryesor i informacionit dhe 28% mësojnë për zhvillimet aktuale socio-politike përmes rrjeteve sociale.

TV 46%

PJESËMARRJA QYTETARE

Njerëzit që jetojnë në zonat urbane kanë të ngjarë të përfshihen më shumë në ngjarje ose aktivitete domethënëse të komunitetit në krahasim me grupet e tjera demografike (37%), megjithatë gjasat për një angazhim të shtuar qytetar janë më të ulëta (vetëm 23% tregojnë interes për përfshirje më aktive).

A keni qenë i/e përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshime në komunitet ose në vendin ku jetoni?



A jeni i/e interesuar për një përfshirje më aktive qytetare?



0%

100%

Po

Jo

Refuzon të përgjigjet / Nuk e din

Gjetjet e fokus grupeve tregojnë arsyet e interesit të ulët për t'u përfshirë në aktivitete qytetare. Gjegjesisht, interesi i të anketuarve zhduket me kohë për shkak të mungesës së ndikimit efektiv të veprimeve të tyre qytetare. Përshtypja e të anketuarve është se institucionet janë shumë pasive në atë që ata transferojnë përgjegjësinë e tyre tek organet dhe institucionet e tjera, bëjnë premtime dhe nuk i mbajnë ato dhe nuk arrijnë të marrin masa për t'u dhënë përgjigje qytetarëve.

Pesëdhjetë e pesë përqind (55%) e pjesëmarrësve në sondazh nuk besojnë se mund të bëjnë një ndryshim pozitiv qoftë me angazhimin individual apo përmes OJQ-ve, ndërsa 29% nuk kanë interes në aktivitetet qytetare, gjë që shpjegon motivimin e ulët për pjesëmarrjen qytetare.

Ngjashëm me grupet e tjera të profilit, ky grup klasifikon njësitë e qeverisjes vendore si institucionet më të përgjegjshme që ata do të adresonin për të zgjidhur një çështje shqetësuese. Për më tepër, ky grup është kryesisht i interesuar të angazhohet në aktivitete qytetare në lidhje me përmirësimin e reagueshmërisë së sistemit.

Faktorët që ndikojnë negativisht në përfshirjen janë të përmbledhura më poshtë:

- ♦ Sistemi nuk stimulon vetë-iniciativë dhe proaktivitet.
- ♦ Njerëzit janë të zhgënjyer dhe kanë mungesë besimi te shteti dhe institucionet.
- ♦ Njerëzit nuk e dinë se ku të raportojnë problemet lokale.

- Politizimi i theksuar i institucioneve.
- Mungesa e kompetencës dhe motivimit në mesin e të punësuarve në institucionet publike.
- Frika nga hakmarrja ndaj përfshirjes qytetare.

“Gjatë gjithë historisë njerëzit kanë hezitur të shprehin mendimin e tyre personal. Kjo, së bashku me autoritetet joefektive dhe të korruptuara prodhojnë një ndjenjë zhgënjimi, apatie dhe dëshpërimi si faza përfundimtare.”
Mashkull, 26, Tetovë

Faktorët që nxisin përfshirjen qytetare

Përgjegjësia e sistemit institucional është një motivues kryesor që ky grup të përfshihet më shumë në aktivitete që mund të sjellin ndryshime në komunitet, për të cilin shprehen një e katërta e të anketuarve. Faktorë të tjerë lidhen me marrjen e përfitimeve personale ose familjare (të thëna nga 15%), përfaqësimin e interesave të tyre (të thëna nga 19%) dhe transparencën dhe përgjegjësinë e autoriteteve (të thëna nga 13%). Tre faktorët e parë janë të përbashkët për të gjithë profilet demografike dhe popullsinë e përgjithshme.

Ndërsa gjysma e të anketuarve nuk besojnë se mund të kenë ndikim si qytetar, 29% besojnë se mund të kenë një ndikim domethënës në komunën e tyre dhe 6% besojnë se mund të ndikojnë në Parlament.

Gatishmëria dhe aftësia për të marrë pjesë në aktivitete qytetare

Në pyetjen nëse do të ishin të gatshëm të merrnin pjesë në aktivitete qytetare, 43% e të anketuarve thanë se do t'i përgjigjeshin një pyetësori, 48% do të takoheshin me kolegë, miq ose familje për të diskutuar një çështje shqetësuese dhe 45% do të lexonin broshura ose fletushka. Përqindja e të anketuarve që nuk janë të gatshëm të marrin pjesë është më e lartë: 77% nuk do të merrnin pjesë në një mbledhje të partisë politike; 77% nuk do të merrnin pjesë në një debat publik dhe 80% nuk do të merrnin pjesë në një takim në internet.

Ne cilën nga aktivitetet qytetare dëshironi të merrni pjesë?

43%

Të përgjigjeni në pyetësorë



45%

Të lexoni broshurë ose fletushkë



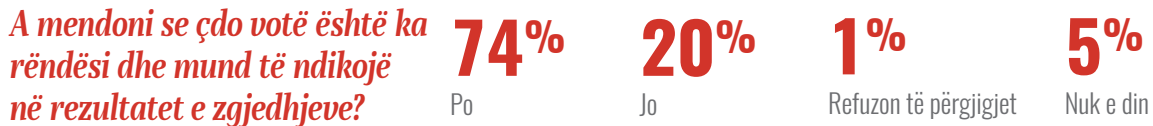
48%

Të takoni kolege/gë, miq për të diskutuar



PROCESI ZGJEDHOR

Grupi demografik urban i lidh zgjedhjet me fraza të tilla si: “demagogji”, “premtime të rreme”, “telenovela” dhe “çmenduri e plotë”.



Ngjashëm me popullsinë rurale, pothuajse tre të katërtat e pjesëmarrësve në sondazh që jetojnë në zonat urbane mendojnë se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve (74%), ndërsa një e pesta (20%) nuk ndajnë të njëjtin mendim.

Shtatë në dhjetë të anketuar që jetojnë në zona urbane (68%) thonë se votimi në vetvete nuk është i mjaftueshëm për të motivuar qytetarët të ndryshojnë ose të ndikojnë në politikë, që është 10% më shumë krahasuar me popullsinë rurale (58%). Dy në dhjetë (22%) besojnë se votimi është i mjaftueshëm, ndërsa një në dhjetë nuk kanë njohuri për këtë çështje.

Motivimi për të votuar

Sa rregullisht ju votoni?



Hulumtimi tregon se 77% votojnë pothuajse rregullisht ose shpesh, 11% ndonjëherë, 6% zakonisht nuk votojnë dhe 4% nuk votojnë kurrë.

Përveç kësaj, 38% shprehen se ata gjithmonë votojnë për të njëjtën parti politike, ndërsa 44% votojnë për parti të ndryshme. Kjo tregon se ata ka të ngjarë të shkëpusin besnikërinë ndaj një partie të caktuar politike nëse shfaqen mundësi të tjera politike.

Faktorët që ndikojnë në vendimin e tyre për të votuar

Ngjashëm me popullsinë rurale, tre faktorët kryesorë që ndikojnë në popullatën urbane të dalin dhe të votojnë janë: perceptimi se votimi është një e drejtë dhe detyrë qytetare (57%), perspektiva më të mira për të ardhmen (45%), dhe frika se dikush do të keqpërdorë votën e tyre (30%).

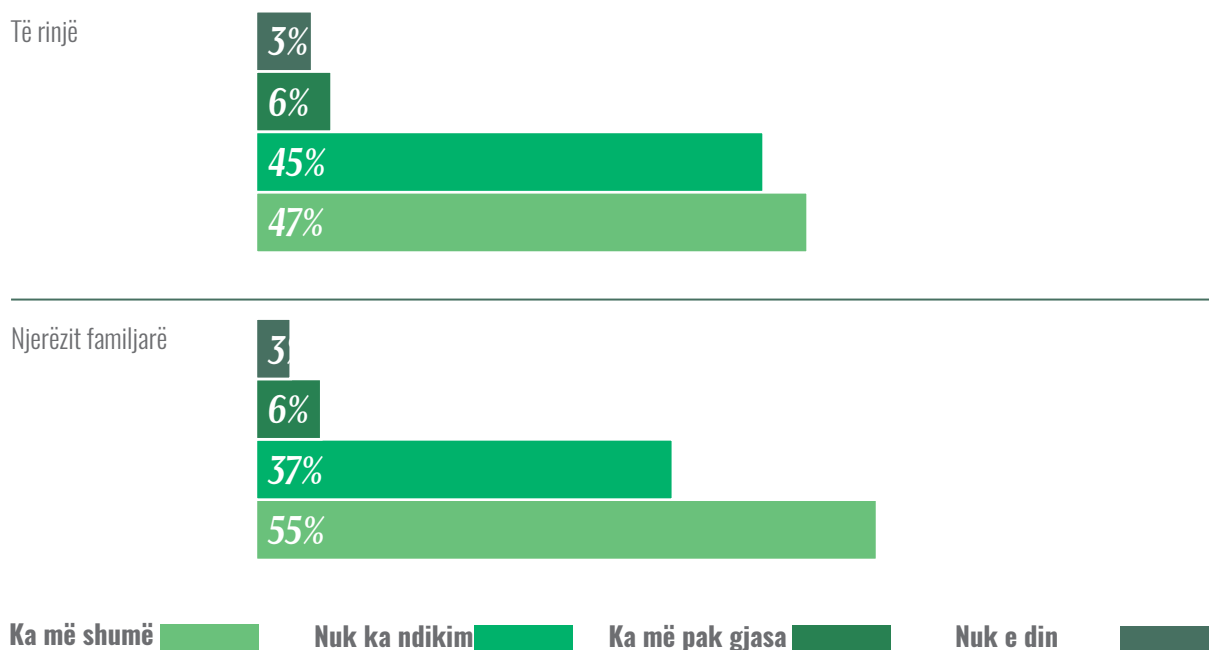


Më shumë se gjysma e të anketuarve (57%) tregojnë se vendimi i tyre për të votuar është i njëjtë ose më shpesh i njëjtë me atë të familjeve të tyre (7% më pak se popullsia rurale), ndërsa 41% votojnë ndryshe nga familjet e tyre.

Gjashtë në dhjetë të anketuar nuk ndikohen nga miqtë e tyre mbi vendimin për të votuar.

Siç është vërejtur nga grupet e tjera të profilit, ky grup do të dëshironte të shihte njerëz më të njohur dhe lokalë, si dhe të rinj si kandidatë në listat e partive për zgjedhje ose si zyrtarë të zgjedhur (p.sh. në këshillat bashkiakë).

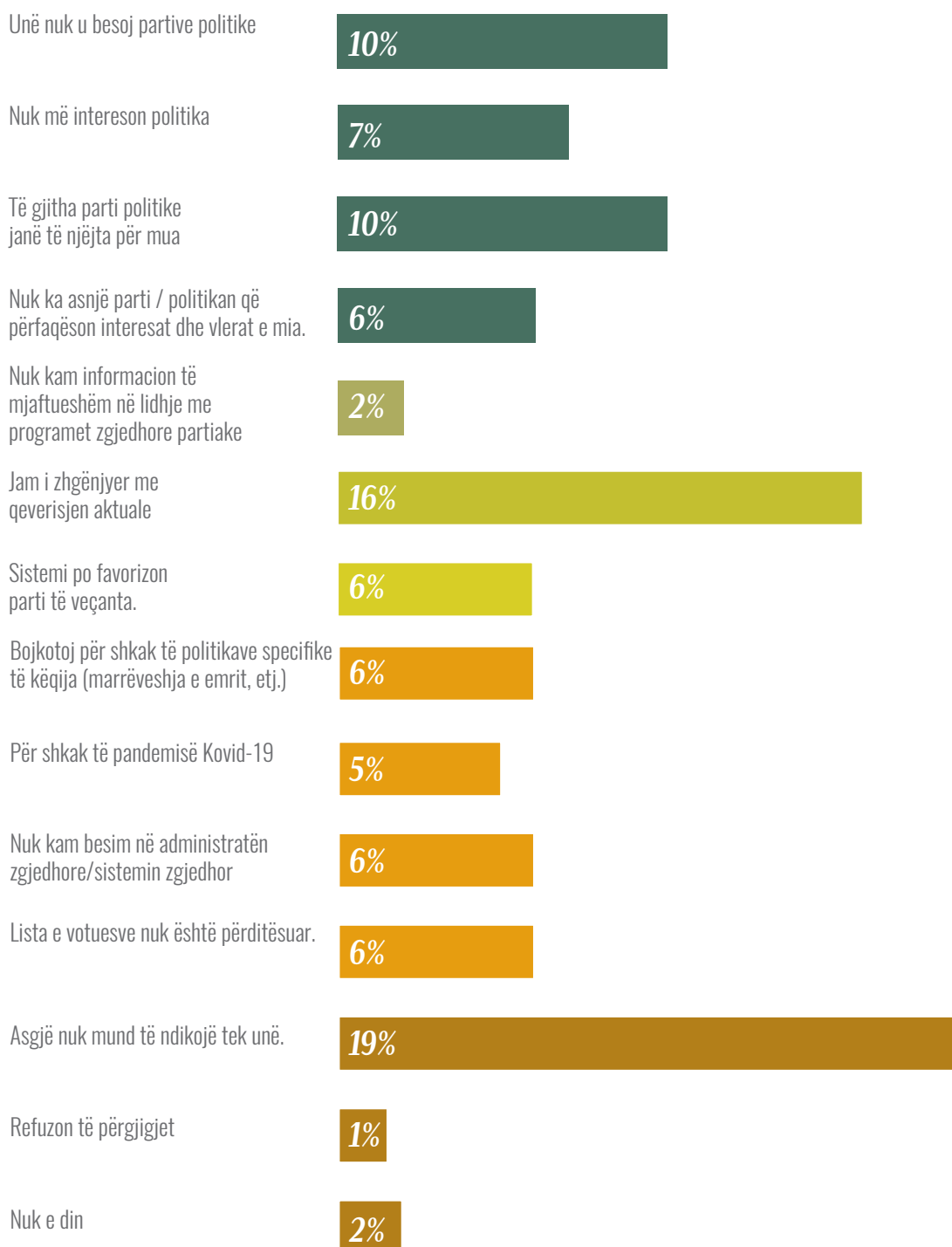
Nëse ka përfaqësues të grupeve të mëposhtme në listat e kandidatëve sa ka gjasa që ju të votoni për atë parti politike?



Demotivimi për të votuar

Pakënaqësia me qeverinë aktuale dhe partitë politike demotivon të anketuarit në këtë grup për të dalë dhe për të votuar.

Çfarë mund të ndikojë në vendimin tuaj për të mos votuar?



Për më tepër, pjesëmarrësit në grupet e fokusit vunë re se gjithnjë e më shumë qytetarë vendosin të mos votojnë për shkak të pakënaqësisë me partitë politike në vend. Edhe pse mbizotëron mendimi se votimi është një detyrë qytetare, shumë pjesëmarrës besojnë se abstenimi nga votimi për shkak të pakënaqësisë nuk është një sjellje e papërgjegjshme, por më tepër një shprehje e revoltës dhe dërgimit të një mesazhi të qartë për të gjitha partitë politike.

Edhe pse në përqindje më të vogël (52%), të anketuarit ndajnë perceptimin e popullsisë rurale (64%) se interesat e popullsisë rurale nuk adresohen në mënyrë të barabartë nga partitë politike në lidhje me përfshirjen e tyre në programet e partive, në listat e kandidatëve, etj).

A mendoni se partitë politike i trajtojnë në mënyrë të barabartë interesat e popullsisë rurale dhe asaj urbane?

20%

Po

31%

Jo

1%

Refuzon të përgjigjet

18%

Më shpesh po

21%

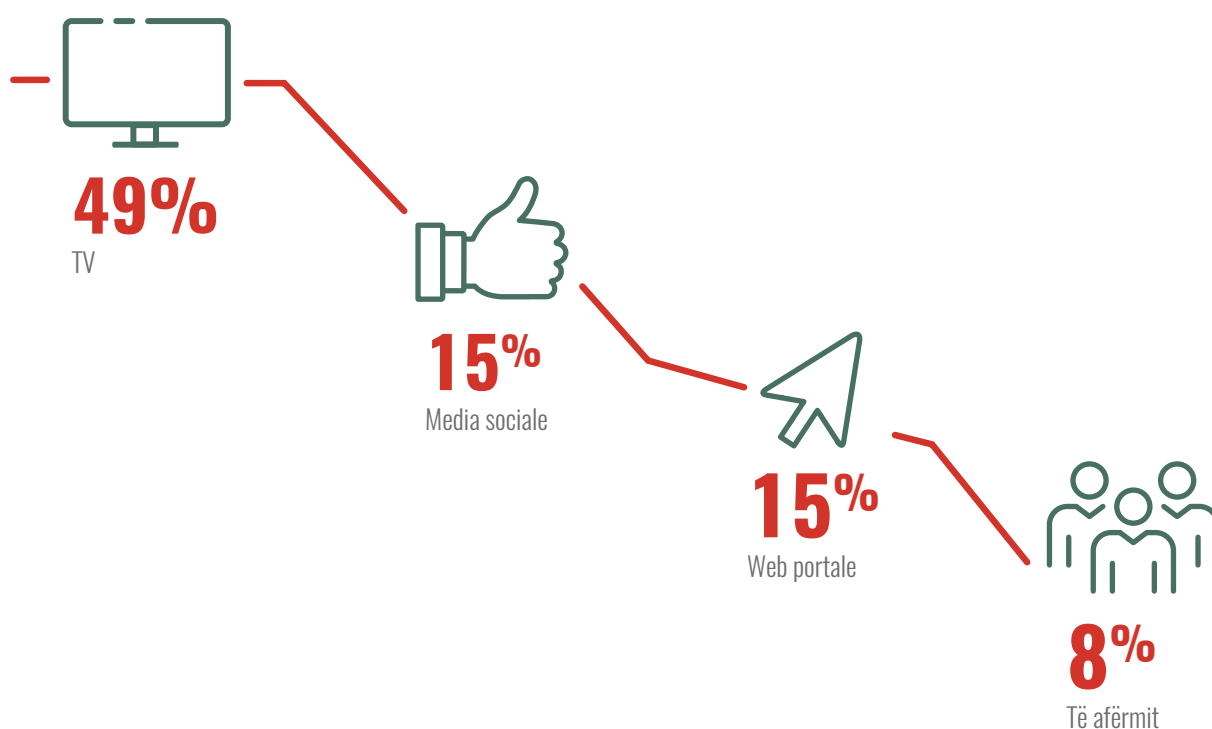
Më shpesh jo

9%

Nuk e din

KOMUNIKIMI ME KANDIDATËT DHE PARTITË

Burimet kryesore të informacionit në lidhje me zgjedhjet janë televizioni (49%), media sociale (15%), portale në internet (15%), miqtë dhe anëtarët e familjes (8%).



Më pak njerëz që jetojnë në zonat urbane përdorin televizionin si një burim informacioni në lidhje me zgjedhjet krahasuar me popullsinë rurale (56%), ndërsa më shumë prej tyre përdorin media sociale krahasuar me popullsinë rurale (12%).

Lajmet (46%) dhe debatet televizive (33%) janë mënyrat më të dobishme për të siguruar informacione në lidhje me zgjedhjet për pjesëmarrësit në sondazh.

Në lidhje me llojin e komunikimit me kandidatët (si para dhe në periudhën ndërmjet zgjedhjeve), ky grup preferon informacionin e vazhdueshëm në lidhje me arritjet politike dhe rezultatet e kandidatëve sesa informacionin e transmetuar në mediat tradicionale ose komunikimin personal (nga dera në derë ose në grupe më të vogla).

Vetëm 4% e të anketuarve preferojnë të marrin informacione zgjedhore përmes programeve politike **para zgjedhjeve.**

Pritjet e këtij grupi demografik nga partitë politike janë që:

- ♦ Të mbajnë premtimet e bëra në programet partiake parazgjedhore.
- ♦ Të përmirësojnë komunikimin me qytetarët në mënyrë që të kuptojnë shqetësimet e qytetarëve, dhe jo vetëm të reklamojnë vetveten dhe të promovojnë partinë.
- ♦ Të punojnë për vendin, jo për interesat personale dhe partiake.
- ♦ Të çlirojnë gjyqësorin nga ndikimet politike për të siguruar një bazë të mirë për demokraci dhe qeverisje të mirë.

BARRIERAT

Nga pikëpamja e arsimimit, statusit shoqëror dhe ofertës së opsioneve, pritet që popullsia urbane të ketë një pjesë më aktive në zhvillimet qytetare dhe politike në vend. Megjithatë, hulumtimi tregon se interesat dhe motivimi i tyre për të marrë pjesë nuk ndryshon nga ato të popullsisë së përgjithshme dhe rurale.

Pothuajse gjysma e popullsisë nuk është e interesuar në zhvillimin socio-politik të vendit, përballet me të njëjtat pengesa si grupet e tjera dhe hezitojnë të angazhohen me institucionet.

- ♦ Skepticizmi në lidhje me fuqinë e tyre për të ndikuar në politikat në vend.
- ♦ Mungesa e informacionit mbi kanalet e pjesëmarrjes.
- ♦ Mungesa e aftësive qytetare dhe politike .
- ♦ Frika nga presioni dhe pasojat.
- ♦ Përvoja e dobët e mëparshme me institucionet e sistemit minon motivimin e tyre për pjesëmarrje shoqërore dhe qytetare që rezulton zhgënjimin e qytetarëve aktivë me rezultatet e arritura
- ♦ Politizimi i përhapur i shoqërisë.

REKOMANDIME

Për të rritur pjesëmarrjen qytetare dhe politike të popullsisë urbane në vend:

Të rritet ndërgjegjësimi për rëndësinë e pjesëmarrjes në jetën socio-politike

- ♦ Të vendoset fokus mbi përshkrimin e përfitimeve të angazhimit qytetar.
- ♦ Të lidhet aktivizmi me çështjet që shqetësojnë si ekologjia, urbanizimi, etj .
- ♦ Identifikohen personat që shërbejnë si model dhe ndikuesit dhe të promovohen aktivitetet dhe ndikimi i tyre.

Të promovohen kanale dhe procedura për të inkurajuar pjesëmarrjen në jetën qytetare

Të nxiten ndryshimet dhe përmirësimet brenda bashkësive si rezultat i pjesëmarrjes aktive në jetën socio-politike.

Të sigurohen mekanizma që do të mbështesin dialogun midis qytetarëve dhe qeverisë për të rritur pjesëmarrjen qytetare.

- ♦ Të përmirësohet reagimi i institucioneve shtetërore dhe partive politike ndaj nevojave të qytetarëve.

Të rritet besimin në fuqinë e tyre për të patur një ndikim në bashkësinë ose shoqërinë.

- ♦ Të promovohen shembuj pozitivë dhe ndikimi i tyre në komunitet. Të paraqiten shembuj që vërtetojnë se aktivizmi ka rëndësi dhe ka fuqinë për të rregulluar shoqërinë.
- ♦ Të promovohen projekte dhe iniciativa të vogla në komunitet që trajtojnë çështje të ndryshme interesi.
- ♦ Të iniciohen dhe promovohen fushata që synojnë mbrojtjen e mjedisit, ndotjen e ajrit, transportin, etj.
- ♦ Të përdoren formate ku do mund të paraqiten qëndrimet, stilet e jetesës dhe ndërveprimi i popullatës urbane duke përfshirë gratë, të rinjtë, votuesit për herë të parë, të papunët, të punësuarit. Të përdoren televizioni, dëshmi në mediat sociale, histori të palëve të treta, intervista, gjurmim të projekteve, skenare para dhe pas, etj.
- ♦ Të fuqizohen duke zhvilluar aftësi dhe njohuri për një angazhim të sigurt qytetar.
- ♦ Të përdoret një shumëllojshmëri e mjeteve në internet (të preferuara nga popullata urbane) dhe mjeteve personale për të edukuar dhe ndihmuar zhvillimin e aftësive të tilla si uebinare, forume, blogje, video të drejtëpërdrejta, artikuj edukues në internet, trajnim falas, etj.

Të kontribuohet në ndërtimin e një kulture politike që inkurajon pjesëmarrjen në të gjitha nivelet e shoqërisë, pa frikë nga pasojat, kërcënimet dhe dhuna.

Të promovohet diversiteti dhe përfshirja e kandidatëve sipas moshës, gjinisë, përkatësisë etnike, etj.

Të krijohen aleanca:

Me mediat (digjitale dhe tradicionale)

- ♦ Të rritet ndërgjegjësimi në lidhje me përfitimet e pjesëmarrjes aktive qytetare.
- ♦ Të raportohet mbi rezultatet e iniciativave qytetare.
- ♦ Të promovohen kanale dhe mënyra për pjesëmarrjen qytetare.
- ♦ Të përfshihen qytetarët në debate dhe biseda për të promovuar interesin e tyre për pjesëmarrje.
- ♦ Të promovohen narrativat e përqendruara në shembuj pozitivë dhe të suksesshëm të pjesëmarrjes qytetare.

Me OJQ-të

Krahasuar me grupet e tjera demografike, popullata urbane është më e privilegjuar për sa i përket qasjes në një shumëllojshmëri të OJQ-ve.

- ♦ Të përdoren OJQ-të si një qendër për të nxitur pjesëmarrjen. Të theksohet roli efektiv i OJQ-ve, dukshmëria e tyre, si dhe fushat e tyre të interesit.
- ♦ Të krijohen hapësira dhe mundësi mbështetëse për qytetarët që të bashkohen dhe të veprojnë në lidhje me çështjet për të cilat kanë interes (mjedisi jetësor, shëndeti, urbanizimi, kultura, arti, etj.)
- ♦ Të sigurohen udhëzime dhe burime që do të inkurajojnë qytetarët të marrin pjesë me besim në jetën qytetare.
- ♦ Të përdoren ato si një mekanizëm që do të mbështesë dialogun midis qytetarëve dhe institucioneve.

Të përdoren ndikues / personave të famshëm

- ♦ Të vendosen lidhje me mikro-ndikues të rëndësishëm për grupe të ndryshme demografike për të promovuar pjesëmarrjen qytetare.
- ♦ Të përdoren ndikuesit për të mbledhur një grup kritik rreth çështjeve të ndryshme me interes.
- ♦ Të përdoren ndikuesit si drejtues në projekte më të vogla të komunitetit.

Të përdoren kanalet përkatëse të komunikimit dhe të zbatohen qasjet jo-konvencionale dhe tradicionale

Të përdoret televizioni për të arritur deti tek shumica e popullsisë urbane.

Opsionet më të rekomanduara janë lajme, debate, biseda, studio të hapura, etj.

Të përdoren mediat sociale për të arritur deri tek të rinjtë, duke përfshirë pjesën e arsimuar dhe të punësuar të popullsisë.

Mediat sociale janë kanali kryesor i informacionit (28% burim i informacionit socio-politik) me potencial të madh për angazhim dhe pjesëmarrje të pjesës më të re të popullsisë (42% e të rinjve nën 25 vjeç përdorin mediat sociale si burim informacioni).

Teknikat për t'u marrë parasysh:

- ♦ Të nxitet komunikim i dyanshëm i hapur.
- ♦ Të promovohen tema përkatëse.
- ♦ Të ofrohet hapësirë ku do të dësgjohen qytetarët.
- ♦ Të lidhevendose lidhje me ndikues / persona të famshëm.
- ♦ Të promovohet ndërveprimi i drejtpërdrejtë me kandidatët.
- ♦ Të ndahen mendime për çështje të ndryshme me interes.
- ♦ Të njoftohen me progresin e çështjeve të ndryshme shqetësuese.

Të organizohen takime të drejtpërdrejta ose ngjarje të tjera në komunitet.

Formati i këtyre takimeve duhet të jetë joformal, siç janë takime në kafene, debate, projekte të përbashkëta të komunitetit.

Të pilotohen kanale të tjera jo-tradicionale

- ♦ Të organizohen ngjarje dhe aktivitete argëtuese për të nxitur interes dhe pjesëmarrje më të madhe, duke përfshirë ngjarje sportive, koncerte, pikniqe, etj.
- ♦ Të mirren parasysh metodat efektive të kontaktit për shpërndarjen e informacionit, p.sh në autobusë, qendra tregtare, dyqane lokale, parqe dhe mjedise të tjera.



POPULLSIA

RURALE

Gjetjet kyqe nga hulumtimi sasior dhe cilësor

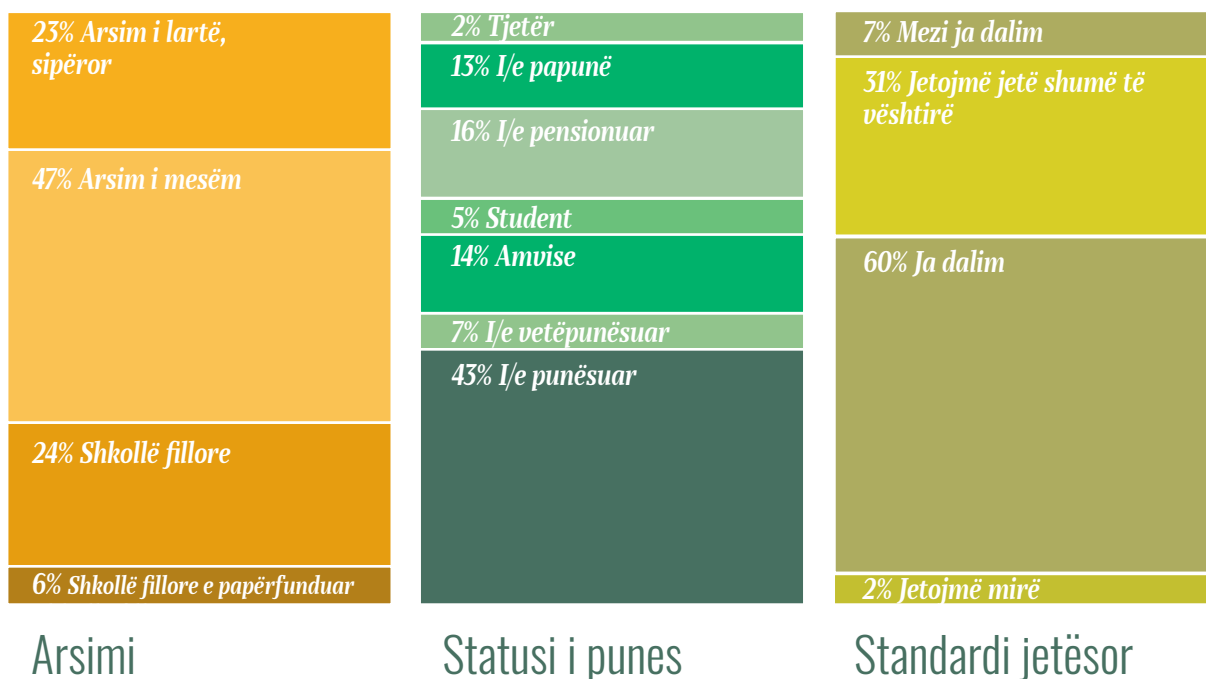
“ Unë do t’u kërkoja politikanëve të na dëgjonin. Të vinin në fshatin tonë, të pyetnin për mendimin tonë, të takohen me ne të paktën 3 herë në vit, në mënyrë që të mundemi t’i shprehim idetë tona, të dëgjohe mi dhe të respektohe mi. ”

Femër, 28, Tearcë

Profili demografik

Gjithsej 518 të anketuar që jetojnë në vendbanimet rurale morën pjesë në sondazhin sasior ballë për ballë. Për të fituar një pasqyrë të thelluar të prejardhjes, perceptimeve dhe mendimeve të grupit, sondazhi sasior u plotësua nga një fokus grup.

Ligji për organizimin territorial të vetëqeverisjes lokale përcakton vendbanimin rural si një lloj vendbanimi me një qëllim funksional në të cilin mbizotëron një veprimtari, ka vecori dhe funksione bujqësore (Gazeta Zyrtare Nr. 55/2004).



TEMAT E INTERESIT

Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

Sa jeni i/e interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?

16%

Shumë

38%

Deri diku

29%

Jo shumë

17%

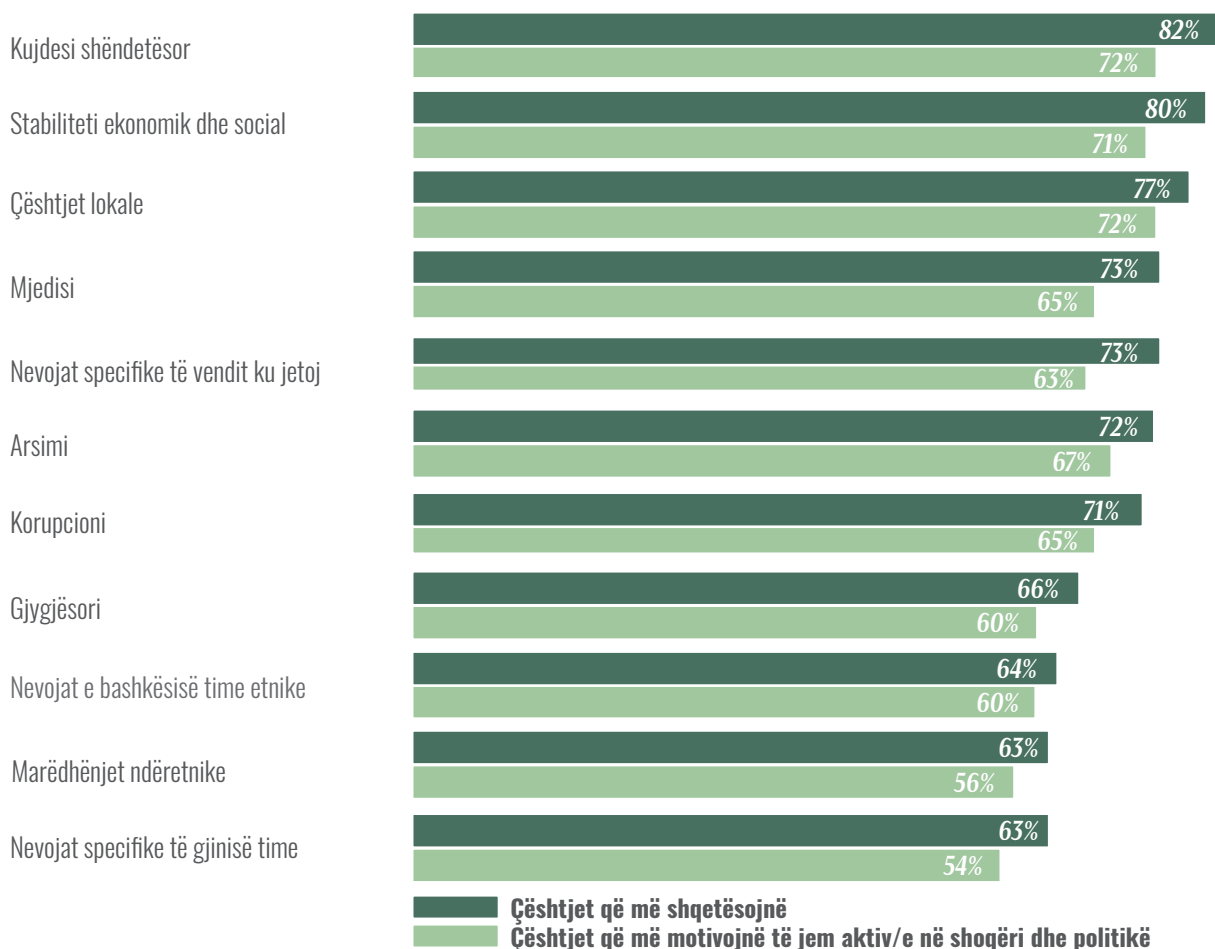
Aspak

Studimi tregon se pak më shumë se gjysma e të anketuarve (54%) janë shumë ose disi të interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend, ndërsa 46% nuk janë të interesuar. Ngjashëm me trendet në popullatën e përgjithshme, interesi më i lartë brenda këtij grupi demografik vërehet tek burrat dhe të anketuarit me arsim të lartë, ndërsa fermerët dhe amviset janë më pak të interesuar për zhvillimet socio-politike. Pesëdhjetë e dy përqind (52%) e të anketuarve diskutojnë zhvillimet socio-politike ndonjëherë ose shpesh, ndërsa 48% rrallë ose kurrë nuk e bëjnë këtë. Gratë dhe të rinjtë nga ky grup diskutojnë këto çështje më rrallë.

Shqetësimet

Sa mendoni se ju shqetësojnë informacionet / çështjet / temat në vijim?

Sa do të thoni që çështjet / temat e mëposhtme ju motivojnë të jeni aktiv/e në shoqëri dhe në politikë?



Kujdesi shëndetësor, stabiliteti ekonomik dhe social dhe shqetësimet lokale renditen më së larti në listën e shqetësimeve të këtij grupi, siç u shprehën më shumë se tre të katërtat e të anketuarve. Këta konsiderohen faktorët kryesorë për aktivizimin e tyre shoqëror dhe politik.

Ky grup shqetësohet më së paku për nevojat specifike të grupit të tyre etnik, korrupsionin dhe marrëdhëniet ndëretnike.

Shqetësimet e këtij grupi demografik kanë të bëjnë gjithashtu me papunësinë, nepotizmin dhe anëtarësimin në parti politike si një parakusht për punësim, standardin e ulët të jetesës, migrimin (veçanërisht të rinjtë), infrastrukturën e dobët, problemet e ujërave të zeza, ndërprerjet e shpeshta të energjisë, mungesa e kopshteve, parqeve / terreneve të lojërave dhe ambientet rekreative për fëmijë, kafshët e pastreha, transporti i dobët publik, kushtet e këqija të jetesës për personat me aftësi të kufizuara dhe mungesa e lirisë së fjalës / frika për të shprehur mendimin e tyre personal.

Për t'u theksuar është se njerëzit që jetojnë në vendbanimet rurale janë ende duke luftuar me qasjen në shërbimet sociale të tilla si kujdesi shëndetësor, uji i pastër, energjia elektrike, sistemi i kanalizimeve dhe rrugët.

“ Prisja se vetëqeverisja aktuale lokale do të bënte një ndryshim, për shembull, për të na siguruar qasje në kanalizim. Gjithashtu, rruga nuk është e asfaltuar, ecim në baltë. Por nuk ka asnjë ndryshim, vetëm punësime partiake. ”
Femer, 70, Kisela Jabuka

BURIMET E INFORMACIONIT

Përdoruesit e televizionit si një burim kryesor i informacionit për zhvillimet aktuale socio-politike janë personat mbi moshën 55 vjeç, me arsim fillor dhe të ardhura mujore të familjes nën 12,000 denarë.

Televizioni është burimi kryesor i informacionit për njerëzit që jetojnë në vendbanimet rurale, siç u shprehën 51% e të anketuarve, e ndjekur nga rrjetet sociale (26%) dhe portalet e internetit (7%).



TV 51%

PJESËMARRJA QYTETARE

Interesi për përfshirjen qytetare është më i theksuar tek burrat, maqedonasit etnikë dhe të anketuarit me arsim të lartë.

Hulumtimi tregon se 61% e këtij grupi demografik nuk beson në ndryshime pozitive nga angazhimi individual ose angazhimi në OJQ, ndërsa 20% nuk kanë interes për politikë, gjë që shpjegon motivimin e ulët për pjesëmarrje qytetare.

Shtatë nga dhjetë njerëz që jetojnë në vendbanimet rurale nuk kanë qenë kurrë të përfshirë në një ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ndikojë në komunitet ose rrethin e tyre, as nuk janë të interesuar për përfshirje më aktive qytetare.

A keni qenë i/e përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshime në komunitet ose në vendin ku jetoni?



A jeni i/e interesuar për përfshirje më të madhe qytetare?



Në vijim është paraqitur një përmbledhje e faktorëve të tjerë që kontribuojnë në nivelin e ulët të pjesëmarrjes qytetare:

- Njerëzit kanë frikë se do të humbin punën/të ardhurat nëse shprehin haptazi pakënaqësinë.
- Institucionet perceptohen si jo të përgjegjshme ndaj kërkesave të qytetarëve.
- Institucionet besohet të jenë nën ndikim të fortë politik.
- Perceptimi i gjyqësorit si një sistem jofunksional që nuk mbron qytetarët dhe ligjin si i pazbatueshëm në mënyrë të barabartë për të gjithë.

“ Shoh që shumica e të rinjve heshtin. Ata mendojnë - Unë do të ri urtë, përndryshe do të më pushojnë nga puna. Njerëzit kanë frikë se mos ndëshkohen.”

Femer, 23, Tearce

“ Njerëzit nuk besojnë se mund të ndryshojnë diçka. Është e qartë se sistemi është bërë që politikanët të vjedhin dhe të mos ndëshkohen kurrë. Partitë politike nuk i duan njerëzit që mendojnë ndryshe nga qëndrimet e partive; ato nuk mbështesin ose inkurajojnë proaktivitetin ose vetë-iniciativën. Vetëm dëgjueshmërinë.”

Mashkull, 44, Miletino

Faktorët që nxisin përfshirjen

Përgjegjësia e sistemit institucional, që e thanë 32% e të anketuarve, është motivuesi kryesor që ky grup të përfshihet më shumë në aktivitete që mund të sjellin ndryshime në komunitet. Faktorë të tjerë motivues kanë të bëjnë me përfaqësimin e interesave të tyre (14%) dhe perspektivat për marrjen e përfitimeve personale ose familjare (12%).

Ndërsa pak më shumë se gjysma e të anketuarve (56%) nuk besojnë se mund të kenë ndikim si qytetar, 26% besojnë se mund të kenë një ndikim domethënës në komunën e tyre dhe më pak se 5% besojnë se mund të ndikojnë tek Kryeministri (4%), Parlamenti (3%), ministrat (3%) dhe Kryetari i shtetit (1%).

Gatishmëria dhe aftësia për të marrë pjesë në aktivitete qytetare

Në pyetjen nëse do të ishin të gatshëm të merrnin pjesë në aktivitete qytetare, 45% e të anketuarve përmendën pjesëmarrjen në sondazhe, 42% preferojnë takimet me kolegë / miq për të i diskutuar çështjet publike të cilat i shqetësojnë personalisht apo familjarisht dhe 41% shprehën preferencën për broshura ose fletëpalosjet si mjete informacioni.

Përqindja e veprimeve që ata do të shmangnin është më e theksuar: 78% nuk do të merrnin pjesë në një tubim të partisë politike, 78% nuk do të merrnin pjesë në një debat publik dhe 74% nuk do të merrnin pjesë në takime në internet.

Ne cilën nga aktivitetet qytetare dëshironi të merrni pjesë?

45%

Të përgjigjeni në pyetsorë



41%

Të lexoni broshurë ose fletushkë



42%

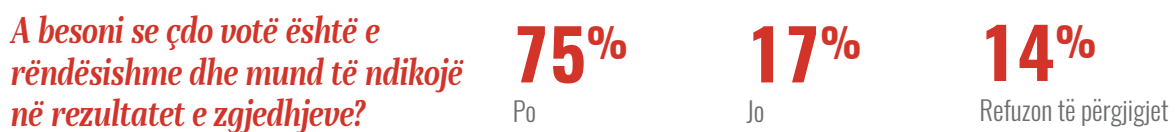
Të takoni kolegë, miq për të diskutuar



PROCESI ZGJEDHOR

Pjesëmarrësit e grupeve të fokusit i perceptojnë zgjedhjet si “të panevojshme”, “humbje për buxhetin e shtetit” dhe “tepër të shpeshta”.

Studimi cilësor tregon se ky grup demografik dyshon për legjitimitetin e të gjitha zgjedhjeve në vend, duke besuar se gjithçka ka qenë e paracaktuar dhe se “faktori ndërkombëtar” është mbizotërues në përcaktimin e rezultatit të zgjedhjeve.



Pothuajse tre të katërtat e të anketuarve janë të mendimit se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve (75%), ndërsa 17% nuk besojnë kështu.

Gjashtë nga dhjetë të anketuar u shprehën se votimi në vetvete nuk është i mjaftueshëm për të ndikuar në ndryshimin e politikave; tre nga dhjetë besojnë se votimi mund të ndikojë në ndryshimin e politikave, ndërsa një nga dhjetë thanë se nuk ka njohuri për këtë çështje.

Motivimi për të votuar

75% çdoherë ose shpesh

14% ndonjëherë

5% zakonisht jo

3% asnjëherë

Hulumtimi tregon se 75% e të anketuarve votojnë pothuajse gjithmonë ose shpesh, 14% ndonjëherë, 5% zakonisht abstenojnë, dhe 3% rregullisht abstenojnë nga votimi.

Dyzet e një përqind (41%) e të anketuarve votojnë rregullisht për të njëjtën parti, dhe një përqindje e barabartë votojnë për parti të ndryshme politike. Kjo tregon se ata do të votonin për një parti tjetër nëse politikat e partisë që ata mbështesin rezultojnë të pasuksesshme.

“ Unë gjithmonë them - nëse ky person ose parti nuk ka qenë i mirë deri më tani, ata duhet të dënohen.”
Mashkull, 44, Miletino

Faktorët që ndikojnë në vendimin e tyre për të votuar

Tre faktorët kryesorë që ndikojnë në vendimin e të anketuarit për të votuar janë: perceptimi se votimi është një e drejtë dhe detyrë qytetare (56%), perspektivat për një të ardhme më të mirë (39%) dhe frika se vota e tyre do të vidhet (27%).

56%

E drejta dhe detyra qytetare



39%

Ardhmëri më e mirë



27%

Frika se dikush do te votojë në vend të tyre



Ndërsa përqindja e vështirësive të raportuara gjatë votimit është e vogël, shumica e rasteve në këtë kategori kanë të bëjnë me mos posedimin e dokumenteve të vlefshme personale (7%).

Pothuajse dy të tretat e të anketuarve (64%) deklaruan se vendimi i tyre për të votuar rregullisht ose më së shpeshti përputhet me atë të familjeve të tyre, ndërsa një e treta (33%) thanë se ai ishte ndryshe.

Gjashtë nga dhjetë e të anketuarve nuk ndikohen nga miqtë e tyre mbi vendimin për të votuar.

Sidoqoftë, ky grup demografik tregon presionin nga miqtë e tyre për të votuar për një parti të caktuar politike në mënyrë që të përmirësojnë perspektivat e tyre të punësimit.

“ Unë dilja dhe votoja sepse miqtë e mi ma kërkonin këtë. E bëja për t'u bërë nder. Jam e lumtur që mund të ndihmoj, ata po luftojnë për të gjetur një punë ose në REK Bitola ose në arsim. ”
Femer, 37, Krklino

Njerëzit që jetojnë në zonat rurale do të dëshironin të shihnin më shumë njerëz nga bashkësia e tyre lokale dhe njerëz të njohur si kandidatë në listat e partive për zgjedhje ose si zyrtarë të zgjedhur, p.sh. në këshillat komunalë.

Nëse ka përfaqësues të grupeve të mëposhtme në listat e kandidatëve, sa është e mundshme që ju të votoni për atë parti politike?

Vendet rurale



Gra



Të rinjë



Përfaqësuesit e komunitetit lokal



Njerëzit familjarë



Ka më shumë



Nuk ka ndikim



Ka më pak gjasa



Nuk e din



Demotivimi për të votuar

Pakënaqësia me qeverisjen dhe partitë politike është faktori kryesor që ndikon në vendimin e pjesëmarrësve të sondazhit për të abstenuar nga votimi.

Çfarë mund të ndikojë në vendimin tuaj për të mos votuar?



Pak më shumë se gjysma e përgjigjeve (57%) kanë të bëjnë me pakënaqësinë me qeverisjen dhe partitë politike në përgjithësi (zhgënjimi, perceptimi se të gjitha partitë janë të njëjta, se nuk ka asnjë parti apo politikan që përfaqëson interesat dhe vlerat e tyre, dhe mosbesimi).

Shumica dërrmuese e njerëzve që jetojnë në vendbanimet rurale (64%) besojnë se interesat e popullatës rurale nuk konsiderohen njësoj nga partitë politike si ato të popullatës urbane.

<i>A mendoni se interesat e popullsisë rurale konsiderohen në mënyrë të barabartë nga partitë politike?</i>	15%	13%	21%
	Po	Më shpesh po	Më shpesh jo
	43%	2%	6%
	Jo	Refuzon të përgjigjet	Nuk e din

Besimi është se ekziston një diskriminim i fortë i zonave rurale në vend përmes programeve zgjedhore të partive politike. Si banorë në zonat rurale, ata ndihen të refuzuar dhe të papranuar në nivelin lokal dhe qendror.

“Në zonat rurale askush nuk është i interesuar të bëjë diçka për ne, për qytetarët. Ne jetojmë në një shoqëri të ndarë, sikur nuk jemi atje ose sikur të jemi në ndonjë pjesë tjetër të vendit. Ndjehemi të diskriminuar dhe të refuzuar. Jemi vetëm një tepricë e qytetit.”

Femer, 37, Krklino

KOMUNIKIM ME KANDIDATËT DHE PARTITË

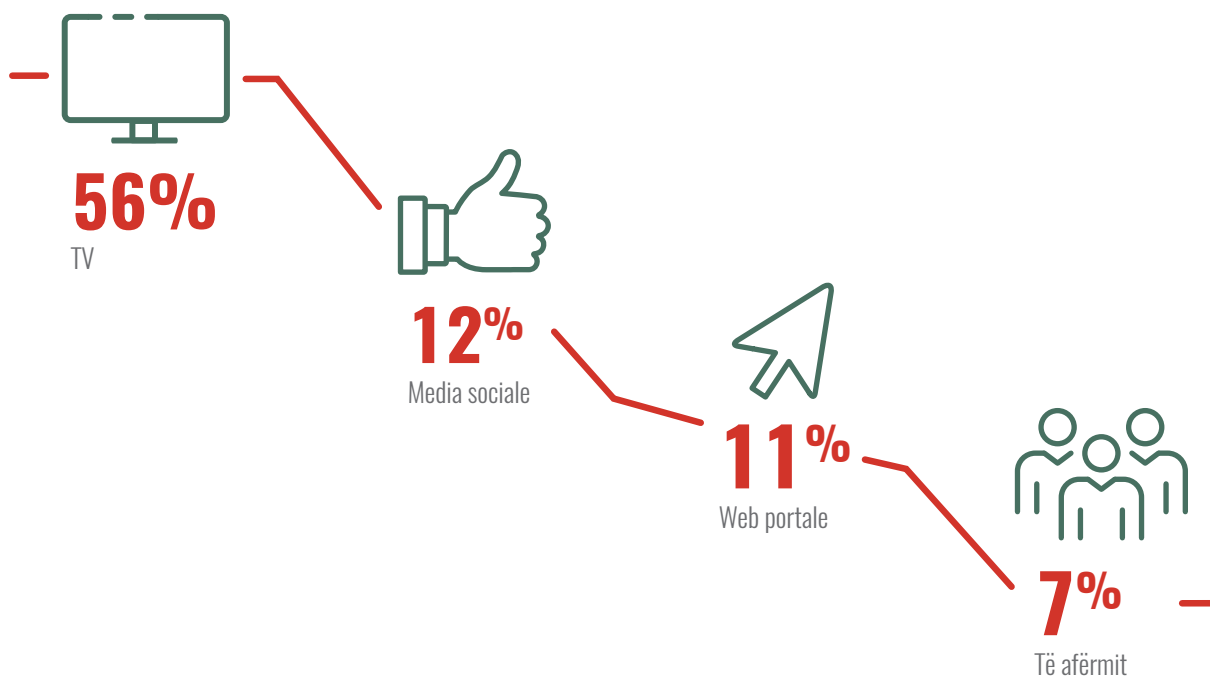
Televizioni (56%), media sociale (12%), portale në internet (11%), miqtë dhe anëtarët e familjes (7%) janë burimet kryesore të informacionit zgjedhor.

Edicionet e lajmeve (50%) dhe debatet (32%) janë metodat më të praktikuara të marrjes së informacionit zgjedhor për këtë grup.

Sa i përket llojit të komunikimit me kandidatët, ky grup preferon komunikimin personal dhe derë më derë (18%) komunikimin në grupe më të vogla (17%), dhe vendimin e bazon në përvojën e mëparshme politike të kandidatëve.

Mund të vërehet një preferencë për marrjen e informacionit në lidhje me zgjedhjet përmes komunikimit direkt ose përmes programeve televizive, ndërsa vetëm 6% e të anketuarve favorizojnë programet politike dhe 2% tubimet politike.

Ku i merrni informacionet për zgjedhjet?



Unë do t'i kërkoja që ata të na dëgjonin. Të vinin në fshatin tonë, të pyetnin për mendimin tonë, të takohen me ne të paktën 3 herë në vit, në mënyrë që të mundemi t'i shprehim idetë tona.

Femer, 23, Tearce

Gjetjet e fokus grupeve tregojnë pakënaqësi të fortë me të gjitha partitë politike në vend. Të anketuarit ndjejnë keqardhje të fortë për premtimet e porealizuara të bëra nga palët dhe punësimin ose shërbimet institucionale të kushtëzuara anëtarësimin në parti. Këto përmenden si arsyeja kryesore për nivelin e ulët të interesit në programet parazgjedhore të partive politike.

“ Ata i tejkalojnë gënjeshttrat dhe premtimet e tyre, njerëzit janë të zhgënjyer dhe të pakënaqur. Ne shohim vetëm gënjeshttra, ato premtojnë dhe pastaj nuk realizojnë. ”
Mashkull, 46, Volkovo

Për më tepër, ky grup demografik tregon se partitë vizitojnë zonat rurale dhe kontaktojnë qytetarët vetëm në periudhën parazgjedhore. Një shqetësim i përhapur në mesin e të anketuarve është tendenca e partive për t'u kujdesur për nevojat dhe interesat e tyre në vend të atyre të qytetarëve dhe për të mbledhur më shumë vota për zgjedhjet e ardhshme.

Grupi i anketuar në vendbanimet rurale ka këto pritje nga partitë politike:

- ♦ Të promovojnë dhe mbështesin komunikimin e shpeshtë dhe shkëmbimin e mendimeve me qytetarët.
- ♦ Të jenë të hapura për qytetarët dhe të interesuara për zgjidhjen e problemeve të përbashkëta në komunë.
- ♦ Të kujdesen për bujqësinë, të pajisin fermerët me sistemin e ujitjes për tokën e tyre;
- ♦ Të propozojnë një strategji për përmirësimin e standardeve të jetesës në zonat rurale, ringjalljen e tregtisë dhe ndalimin e migrimit.
- ♦ Të konsultohen me të rinjtë nga komuna, të ofrojnë perspektiva për të ardhmen e tyre në mënyrë që t'i mbajnë ata në fshatra.
- ♦ Të adresojnë problemet me qentë endacakë.

BARRIERAT

Duke përbërë një pjesë të konsiderueshme të popullsisë së përgjithshme në vend (42%, Banka Botërore), pjesëmarrja qytetare dhe politike e popullsisë rurale është shumë e rëndësishme. Shkëputja e tyre nga jeta qytetare dhe politike mund të rrisë ndjenjën e tyre se janë të marginalizuar dhe të papërfaqësuar.

Krahasuar me popullatën e përgjithshme, nuk ka asnjë ndryshim në nivelin e interesit për zhvillimin socio-politik të vendit, si dhe në nivelin e përfshirjes së tyre. Dallimet në nivelin e interesit dhe pjesëmarrjes varen kryesisht nga faktorë të tillë si mosha, gjinia dhe niveli arsimor dhe jo aq nga vendndodhja. Kjo do t'i nënshtrohet analizave dhe rekomandimeve të mëtejshme në raport (gratë rurale, rinia rurale).

Sidoqoftë, disa veçori vazhdojnë sa i përket qëndrimeve dhe besimeve të këtij grupi demografik.

Megjithëse ata ndajnë të njëjtat shqetësime (kujdesi shëndetësor, prosperiteti socio-ekonomik dhe mjedisi), ky grup shqetësohet më shumë për ndikimin e perceptuar të politikës në prosperitetin ekonomik personal (punësimi, nepotizmi, etj.), cilësinë e jetës dhe migrimin e të rinjve.

Pengesat më të rëndësishme specifike për këtë grup janë:

- ♦ **Nënpërfaqësimi:** ndjenja e fortë se shqetësimet e tyre nuk adresohen nga përfaqësuesit e tyre, të përforcuara nga ndjenja e marginalizimit që reflektohet negativisht në pjesëmarrjen e tyre aktive.
- ♦ **Interes i ulët për pjesëmarrje** për shkak të mosbesimit në interesin e mirëfilltë të politikanëve për Bashkësitë rurale.
- ♦ **Skepticizmi në lidhje me fuqinë e tyre për të ndikuar në** politikën dhe politikën në vend
- ♦ **Mungesa e kanaleve** për pjesëmarrje dhe ndarjen e ideve.
- ♦ **Problemi me dokumentet e identifikimit në lidhje me votimin.**
- ♦ **Frika nga hakmarrja** për shkak të aktivizmit shoqëror dhe shprehjes së kritikës.

REKOMANDIME

Në përgjigje të sfidave të identifikuar, rekomandohen një sërë ndërhyrjesh që mund të kontribuojnë në mënyrë efektive në përmirësimin e pjesëmarrjes qytetare dhe politike të popullsisë rurale në vend:

Zbatimi i fushatës së regjistrimit të votuesve dhe / ose karvanit për të ndjekur, vërtetuar dhe adresuar problemet me dokumentet.

Të forcohet besimi i tyre se mund të kenë ndikim në komunitet ose shoqëri.

- ♦ Të promovohen shembuj pozitivë lokalë që njihen dhe respektohen nga komuniteti dhe të theksohet ndikimi i tyre. Të paraqiten shembuj që vërtetojnë se aktivizmi ka rëndësi dhe ka fuqinë për të rregulluar shoqërinë.
- ♦ Të promovohen dhe të mbështeten projekte dhe iniciativa më të vogla të komunitetit që adresojnë çështje të ndryshme shqetësuese.
- ♦ Të merren parasysh formate të ndryshme të pjesëmarrjes, siç janë takimet joformale me përfaqësues dhe aktivistë lokalë me ndikim, rrëfimet e palëve të treta, projektet e komunitetit të mbështetura nga një parti politike ose një organizatë tjetër.

Të përmirësohet perceptimi negativ i nën-përfaqësimit nga zyrtarët e zgjedhur

- ♦ Të përfshihen dhe të mbahen lartë në agjendën publike çështjet e rëndësishme për popullatën rurale.
- ♦ Të ndiqen shqetësimet e komunitetit rural në periudhën midis zgjedhjeve.
- ♦ Të nxiten politikanët dhe aktivistët të dalin në mbrojtje të nevojave të popullatës rurale.
- ♦ Të përdoren mjete të ndryshme për të promovuar komunikim të dyanshëm si vizitat e rregullta mujore në komunitet, paraqitje e shqetësimeve të popullatës rurale në media, si dhe evidentimin e rregullt të progresit të arritur; promovimi i çështjeve dhe shqetësimeve të të rinjve në mediat sociale.

Të promovohen kanalet dhe metodat lokale për të inkurajuar popullsinë rurale të marrë pjesë në jetën qytetare.

- ♦ Format e mundshme: takimet e rregullta, sondazhet ose forma të tjera për shprehjen e mendimeve për një çështje specifike, etj.

Të krijohen aleanca:

Me organizatat lokale të shoqërisë civile për të:

- ♦ Identifikuar çështjet në nivelin mikro që janë të rëndësishme për Bashkësitë lokale.
- ♦ Mbështetur projekte të vogla të iniciuara nga organizatat lokale.
- ♦ Vendosur kontakte të ngushta me Bashkësitë rurale.
- ♦ Forcuar kapacitetet, pozicionin dhe rrjetëzimin e organizatave lokale brenda komunitetit rural për të rritur besueshmërinë e tyre dhe fuqinë ndikuese.

Me mediat (digjitale dhe tradicionale)

- ♦ Të promovohen çështje të rëndësishme për popullsinë rurale, veçanërisht ato që përqendrohen në përmirësimin e cilësisë së jetës rurale.
- ♦ Të ndiqet progresi i projekteve të rëndësishme për popullatën rurale.
- ♦ Të promovohen histori pozitive dhe të suksesshme të aktivistëve rural.
- ♦ Të promovohet diversiteti i kandidatëve (grua, të rinj, rural) gjatë fushatave zgjedhore.
- ♦ Të promovohen kanale dhe rrugë të reja për pjesëmarrjen qytetare të komunitetit rural.

Të zgjidhen kanalet përkatëse të komunikimit dhe të aplikohen si qasje jo-konvencionale dhe

Të përdoret televizionin për të arritur deri tek popullata rurale.

- ♦ Të promovohen përfaqësues dhe tema të rëndësishme për popullatën rurale përmes debateve, programeve debative ose debateve ndërvepruese të përqendruara në përmirësimin e cilësisë së jetës, migrimin e të rinjve, etj.
- ♦ Të përdoren forma që mundësojnë kontekstualizimin dhe shfrytëzimin e informacionit, p.sh. të përdoret televizioni për të arritur deri tek të moshuarit, gratë dhe njerëzit me të ardhure dhe arsim të ulët.

Të organizohen takime ballë për ballë ose ngjarje të tjera të komunitetit.

Të shfrytëzohet potenciali i formateve të njohura, siç janë diskutimet joformale, dhe jo ngjarje të mëdha.

- ♦ Të përdoren forma të ndryshme për ndërveprim të drejtpërdrejtë siç janë tubimet e vogla ose takimet joformale në lagje.
- ♦ Të propozohen projekte ose aktivitete të komunitetit që do të bashkojnë njerëz ose grupe specifike në komunitet.

Të përdoren mediat sociale për të kontaktuar me popullatën më të re rurale.

Mediat sociale janë kanali kryesor i informacionit me një potencial të madh për të angazhuar pjesën më të re të popullsisë: Mund të ndihmojë në promovimin e jetës rinore rurale, të promovojë shembuj pozitivë të rinisë rurale dhe të ofrojë mundësi për shprehjen e mendimit (sondazhe, debate, nxitje komentesh, etj.)

Të pilotohen kanale të tjera jo-tradicionale

- ♦ Të organizohen aktivitete argëtuese dhe ngjarje dhe të paraqiten përmbajtje të reja për të aktivizuar grupet specifike të synuara.
- ♦ Të eksplorojnë mënyra për të arritur deri te popullata rurale duke shpërndarë informacionin në mjetet e transportit publik, në stacionet e autobusëve, dyqanet dhe objektet e tjera lokale.



RINIA

Gjetjet kyqe nga hulumtimi sasior dhe cilësor

Hyrje

Rinia është një nga grupet më të rëndësishme në procesin zgjedhor sepse themeli i demokracisë së nesërme është ndërtuar mbi zakonet e pjesëmarrjes demokratike të të rinjve, përfshirë votuesit për herë të parë.

Ky hulumtim shqyrton pjesëmarrjen qytetare dhe politike të të rinjve për të kuptuar më mirë pengesat dhe faktorët motivues që ndikojnë në pjesëmarrjen e tyre. Ajo eksploron tre grupe të rinjsh: 1) votuesit për herë të parë, 2) rinia në përgjithësi, dhe 3) rinia rurale dhe synon të identifikojë pengesat e përbashkëta, faktorët motivues dhe karakteristikat specifike të secilit grup në lidhje me nivelin e tyre të njohurive, vetëdijen politike, qëndrimet dhe motivimin. Gjetjet e këtij hulumtimi ndihmojnë në nxjerrjen e disa rekomandimeve të zbatueshme për të rritur pjesëmarrjen e të rinjve, veçanërisht në proceset zgjedhore dhe politike.

Rëndësia e pjesëmarrjes së të rinjve në jetën qytetare dhe politike

Kur të rinjtë shpesh nuk dëgjohen nga jeta qytetare dhe politike, ata përjashtohen nga procesi i vendimmarrjes, i cili mund të çojë në zhgënjim, mosbesim dhe shpesh të mëtejshme nga mjedisi i përgjithshëm politik dhe publik. Pjesëmarrja politike është një parakusht i domosdoshëm për një shoqëri demokratike.

“ Të rinjtë shpesh nuk dëgjohen nga autoritetet dhe vendimmarrësit. Ata kanë shanse më të mira për të arritur diçka nëse janë një grup i madh, prandaj, ata duhet të inkurajohen dhe të fuqizohen për të bashkuar / unifikuar zërat e tyre. ”

Femer, 27, Tetovë

Rinia - përkufizimi dhe madhësia

Rinia shpesh përcaktohet si “kalimi nga një fëmijëri e varur në një moshë madhore të pavarur” kur të rinjtë janë në tranzicion midis një bote të zhvillimit mjaft të sigurt në një botë me zgjedhje dhe rrezik.⁷ Kjo është arsyeja pse, si kategori, rinia është më fluide dhe evazive ndaj parashikimit statistikor sesa grupmoshat e tjera fikse.

Nuk ka një përkufizim të pranuar botërisht për termin rinia. “Rinia” në Maqedoninë e Veriut përcaktohet si një kategori socio-etike e popullsisë së moshës 15-29 vjeç⁸.

Ky hulumtim synon të rinjtë e moshës 18 deri 29 vjeç. Nga numri i përgjithshëm i votuesve, ky grup përfaqëson rreth 19% ose 338,000 votues⁹.

7 “Defining youth in contemporary national legal and policy frameworks across Europe” Youth partnership, e disponueshme në: <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47261653/Analytical+paper+Youth+Age+Bojana+Perovic+4.4%.1%6.pdf/eb59c5e2-45d8-4e70-b672-f8de0a5ca08c>, accessed on October 20, 2020.

8 Ligji për pjesëmarrjen e të rinjve dhe politikën rinore të Republikës së Maqedonisë së Veriut, fq.2

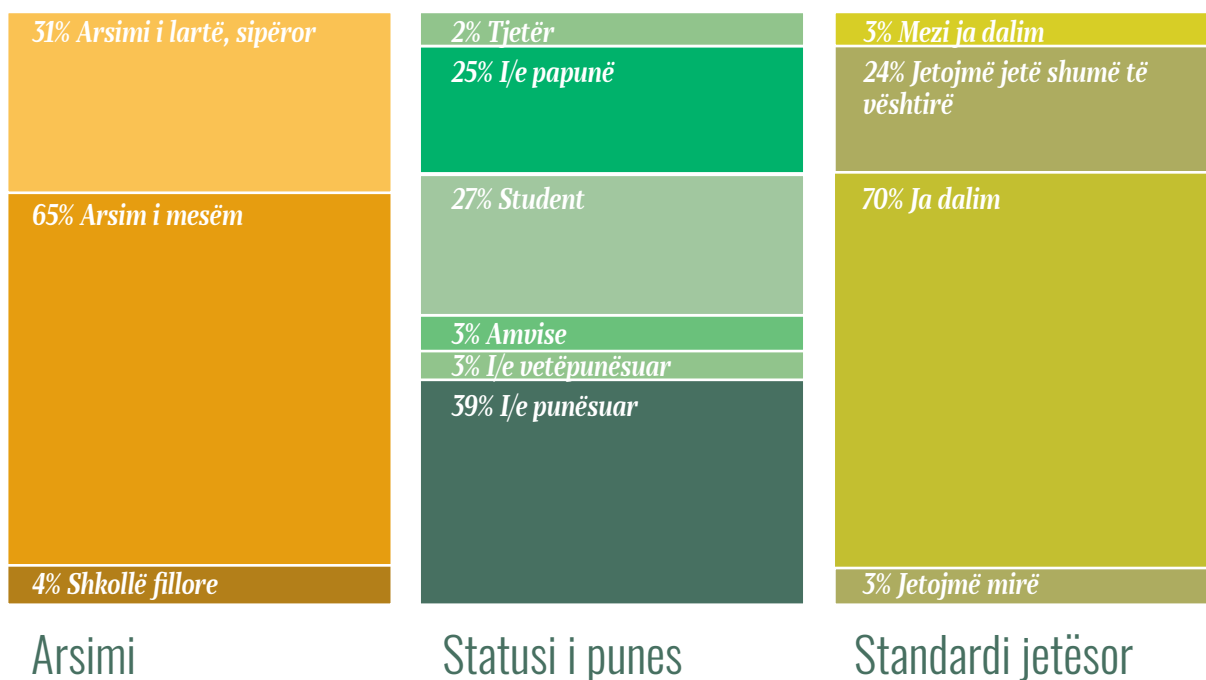
9 Zyra Shtetërore e Statistikave, Vlerësime 2019, “Popullsia e Republikës së Maqedonisë së Veriut, sipas moshës dhe gjinisë”, <https://www.stat.gov.mk/>

Profili demografik

Gjithsej 208 të anketuarve të rinj morën pjesë në një sondazh sasior ballë për ballë.

Për të fituar një pasqyrë të thelluar të prejardhjes, perceptimeve dhe mendimeve të grupit, sondazhi sasior u plotësua nga një fokus grup.

Struktura demografike e të anketuarve të rinj në sondazhin sasior ballë për ballë tregon një shpërndarje të ngjashme sipas vendbanimit, gjinisë dhe standardit të jetesës me shpërndarjen e popullatës së përgjithshme.



TEMAT E INTERESIT

Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

Sa jeni i/e interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?



Hulumtimi tregon se 60% e të anketuarve në sondazh nuk janë “aspak” ose “jo shumë të interesuar” për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë, ndërsa 39% janë “shumë” ose “disi” të interesuar.

Gjetjet e grupeve të fokusit tregojnë se disa të rinj kanë tendencë të shmangin lajmet politike, ndërsa të tjerët janë të prirur të ndjekin burime rastësore të informacionit në rrjetet sociale të zgjedhura prej tyre.

Pothuajse dy të tretat e të anketuarve në sondazh (65%) rrallë ose kurrë nuk diskutojnë zhvillimet politike me njerëz të tjerë.

Nuk ka dallime të konsiderueshme në lidhje me interesin për zhvillimet aktuale socio-politike midis gjinisë, përkatësisë etnike, arsimit dhe të ardhurave të familjeve për këtë grup.

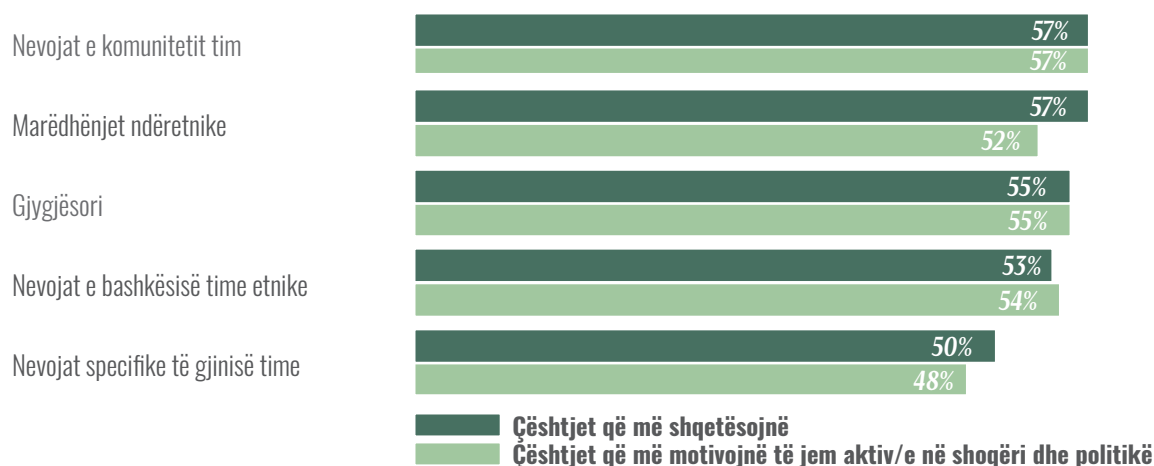
Nga ana tjetër, ky hulumtim tregon se të rinjtë që më parë merreshin me aktivitete qytetare ose shfaqnin interes për tu angazhuar, gjithashtu janë më të interesuar për zhvillimet socio-politike dhe më shpesh të përgatitur për të marrë pjesë në diskutime për këto çështje.

Shqetësimet

Sa mendoni se ju shqetësojnë informacionet / çështjet / temat në vijim?

Sa do të thonit që çështjet / temat e mëposhtme ju motivojnë të jeni aktiv/e në shoqëri dhe në politikë?





Kujdesi shëndetësor, arsimit dhe stabiliteti ekonomik dhe shoqëror janë tre çështjet kryesore që shqetësojnë të anketuarit e rinj, sipas më shumë se 70% e të anketuarve. Për më tepër, këta janë motivuesit kryesorë për aktivizmin shoqëror dhe politik tek të rinjtë.

Të anketuarit e rinj në sondazh janë më pak të shqetësuar për nevojat specifike të grupit të tyre gjinor, grupit etnik dhe gjyqësorit.

Përveç kësaj, pjesëmarrësit në grupin e fokusit të të rinjve janë kryesisht të interesuar të mësojnë rreth arsimit dhe fillimit të vitit të ri akademik gjatë pandemisë, ngjarjeve lokale sportive, argëtimit dhe ngjarjeve kulturore, si dhe projekteve të organizatave rinore dhe programeve të shkëmbimit të studentëve.

BURIMET E INFORMACIONIT

Pothuajse gjysma e të rinjve (47%) treguan se media sociale (Facebook dhe Instagram) janë burimet kryesore të informacionit.

Dy nga dhjetë të rinj janë zakonisht të informuar për zhvillimet aktuale socio-politike përmes televizionit.

Pothuajse gjysma e të rinjve (47%) treguan se media sociale (Facebook dhe Instagram) janë burimet kryesore të informacionit.

f 47%

Krahasuar me rininë rurale, përqindja është e ngjashme (25%), por brezi i ri (votuesit për herë të parë) janë më pak të përfshirë në ngjarje ose aktivitete në komunitet (10%) duke treguar se kur hyjnë në moshën e rritur, të rinjtë po bëhen më të interesuar të jenë të përfshirë në jetën qytetare.

“ Unë jam kryesisht i interesuar për sportin. Sa i përket temave politike, ndjek lajmet e fundit dhe burimet e mia të mediave sociale. Nëse marr informacion - është në rregull, nëse nuk e marr - nuk e kërkoj në mënyrë aktive ... ”
 Mashkull, 21, Kumanovë

PJESËMARRJA QYTETARE

Shtatëdhjetë e pesë përqind (75%) e të rinjve në përgjithësi nuk kanë qenë kurrë të përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikim në komunitet ose njedisin e tyre lokale dhe 73% nuk kanë interes të angazhohen më shumë në jetën shoqërore.

Krahasuar me rrinë rurale, përqindja është e ngjashme (25%), por brezi i ri (votuesit për herë të parë) janë më pak të përfshirë në ngjarje ose aktivitete në komunitet (10%) duke treguar se kur hyjnë në moshën e rritur, të rinjtë po bëhen më të interesuar të jenë të përfshirë në jetën qytetare.

A keni qenë i/e përfshir në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshime në komunitet ose në vendin ku jetoni?



A jeni i/e interesuar për përfshirje më të madhe qytetare?



Djemtë e rrinjë dhe të rinjtë me arsim të lartë kanë tendencë të përfshihen dhe të tregojnë interes për t'u angazhuar më tepër në jetën shoqërore.

Interesante, gjysma e të rinjve që ishin përfshirë më parë në aktivitete qytetare tregojnë interes për përfshirje më aktive qytetare. Vetëm 14% e të rinjve që kurrë nuk kanë qenë të përfshirë në ndonjë aktivitet qytetar më parë janë të interesuar për përfshirje më aktive qytetare.

Hulumtimi tregon se më shumë se gjysma e të anketuarve në sondazh thonë se nuk besojnë në ndryshime pozitive (si me angazhim individual ashtu edhe me angazhim të OJQ-ve), ndërsa

pothuajse një e treta thekson mungesën e interesit në politikë si arsye kryesore të abstenimit nga aktivitetet qytetare.

Për më tepër, të rinjtë në diskutimin në fokus grup shprehin faktorët e mëposhtëm që kontribuojnë në përfshirjen e pamjaftueshme qytetare dhe nivelin e ulët të pjesëmarrjes qytetare:

- ♦ Rini indiferente dhe pasive.
- ♦ Të rinjtë përqendrohen në interesat dhe përfitimet personale, dhe jo në ato kolektive.
- ♦ Partitë politike ua atribuojnë aktivitetet qytetare partive kundërshtarë dhe shumica e aktiviteteve qytetare etiketohen si të njëanshme / të motivuara politikisht.
- ♦ Perceptimi se iniciativat qytetare janë humbje kohe dhe mundim, pasi që shumica e tyre janë të pasuksesshme.
- ♦ Mungesa e shembujve / modeleve pozitive dhe mungesa e figurave publike me ndikim që tregojnë mbështetje për iniciativat qytetare.

“ Fatkeqësisht, në një shoqëri shumë të politizuar, frika për të ngritur zërin për bindjet e tua është e lartë. Përpyekja e fundit e studentëve për t'u tubura për të protestuar u politizua menjëherë. Të gjithë të pranishmit atje u etiketuan si opozitë. ”
Mashkull, 21, Kumanovë

Faktorët që nxisin përfshirjen

Përgjegjësia e sistemit institucional është një motivues kryesor që pjesëmarrësit e sondazhit të përfshihen më shumë në aktivitete që mund të sjellin ndryshime në komunitet, siç thuhet nga një e treta e të anketuarve. Faktorë të tjerë të rëndësishëm motivues kanë të bëjnë me përfaqësimin e tyre (e thënë nga 23%), dhe transparencën dhe llogaridhënien e autoriteteve (e thënë nga 9%).

Përveç kësaj, të rinjtë theksojnë nevojën për shembuj pozitivë që tregojnë se përfshirja qytetare mund të ketë një ndikim, ndërsa në të njëjtën kohë bëjnë thirrje për unitet dhe solidaritet në aktivitetet qytetare.

“ Të rinjtë nuk kanë zë në institucione. Ata mund të arrijnë diçka vetëm nëse janë një grup i madh. Ata duhet të inkurajohen të bashkohen. ”
Femer, 27, Tetovë

Më shumë se gjysma e pjesëmarrësve në sondazh nuk besojnë se mund të kenë një ndikim pozitiv si qytetarë (55%), ndërsa më shumë se një e katërta (27%) besojnë se mund të kenë një ndikim domethënës në komunat e tyre. Me pak se 5% besojnë se mund të ndikojnë te Kryeministri, Parlamenti, ministrat dhe Kryetari i shtetit.

Gatishmëria dhe aftësia për të marrë pjesë në aktivitete qytetare

Në lidhje me pjesëmarrjen në jetën publike, të rinjtë preferojnë sondazhin e opinionit (38%), takimet me kolegët / miqtë të i diskutuar çështjet publike të cilat i shqetësojnë personalisht apo familjarisht (35%) dhe broshurat ose fletëpalosjet (34%).

Ne cilën nga aktivitetet qytetare dëshironi të merrni pjesë?

38%

Të përgjigjeni në pyetorë



34%

Të lexoni broshurë ose fletushkë



35%

Të takoni kolege/gë, miq për të diskutuar



PROCESI ZGJEDHOR

Pjesëmarrësit e grupeve të fokusit kanë tendencë t'i perceptojnë zgjedhjet në vend si “të shpeshta”, “jo legjitime”, “të vendosura nga SHBA”, “demokraci të rreme”, “presione të forta politike” dhe “frikë nga humbja e vendit të punës”.

A besoni se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve?

67%

Po

26%

Jo

1%

Refuzon të përgjigjet

6%

Nuk e din

Më shumë se dy të tretat e të anketuarve besojnë se çdo votë vlen dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve (67%), ndërsa 26% nuk besojnë në rëndësinë e çdo vote.

Gjysma e të anketuarve tregojnë se votimi në vetvete nuk është i mjaftueshëm për të angazhuar qytetarët për të bërë ndryshime në politika, tre nga dhjetë besojnë se votimi është i mjaftueshëm, ndërsa një në dhjetë pretendon se nuk ka njohuri për këtë çështje.

Motivimi për të votuar

Sa rregullisht ju votoni?

Hulumtimi tregon se 44% e të anketuarve tregojnë se votojnë pothuajse rregullisht, 16% shpesh, 17% ndonjëherë, 10% zakonisht nuk votojnë dhe 7% nuk votojnë kurrë.

44% rregullisht

16% shpesh

17% ndonjëherë

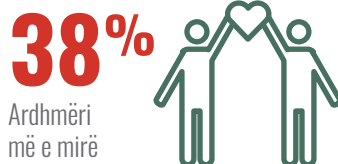
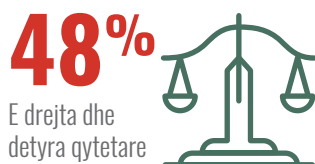
10% zakonisht jo

7% asnjëherë

Për më tepër, 43% e të anketuarve deklarojnë se votojnë rregullisht për të njëjtën parti dhe 26% votojnë për parti të ndryshme politike.

Faktorët që ndikojnë në vendimin e tyre për të votuar

Hulumtimi tregon se tre faktorët kryesorë që ndikojnë në vendimin e të rinjve për të votuar janë: besimi se votimi është një e drejtë dhe detyrë qytetare (48%), perspektiva më të mira (38%) dhe frika se dikush do të vidhte votën e tyre (18%).



Grupi thekson më tej rëndësinë e votimit në drejtim të sigurimit të përgjegjësisë dhe përmbushjes së premtimeve të bëra nga zyrtarët e zgjedhur.

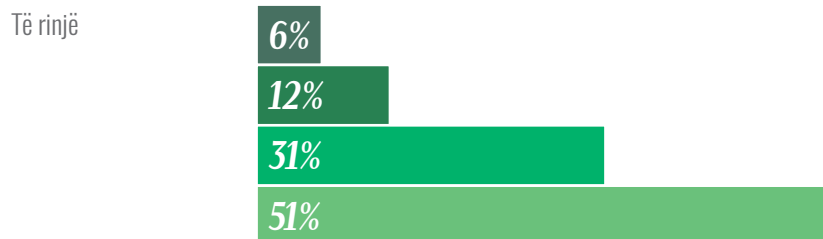
“ Nëse nuk votoni sot, nuk keni të drejtë të ankoheni nesër ose të kërkonit përgjegjësi. ”
Mashkull, 18, Gostivar

Pothuajse gjysma e të anketuarve (48%) tregojnë se vendimi i tyre për të votuar është i njëjtë ose më shpesh i njëjtë me atë të familjeve të tyre, ndërsa pothuajse e njëjta përqindje (47%) deklarojnë se vendimi i tyre nuk është i njëjtë ose më shpesh jo i njëjtë me atë të familjeve të tyre.

Në lidhje me ndikimin e miqve të tyre në votim, dy të tretat e të rinjve theksojnë se vendimi i tyre për të votuar nuk është i njëjtë ose më shpesh jo i njëjtë me atë të miqve të tyre.

Të rinjtë preferojnë përfaqësuesit e të rinjve, njerëzit vendas dhe të njohur në listat e kandidatëve.

Nëse në listat e kandidatëve ka përfaqësues të grupeve në vijim, sa gjasa ka që ju të votoni për atë parti politike?



Përfaqësuesit e komunitetit lokal

8%

14%

42%

37%

Gra

6%

14%

45%

34%

Ka më shumë

Nuk ka ndikim

Ka më pak gjasa

Nuk e din

Demotivimi për të votuar

Pakënaqësia me partitë politike, mungesa e interesit për politikë dhe mungesa e besimit në sistemin zgjedhor/administratën zgjedhore janë faktorët kryesorë që ndikojnë në vendimin e votuesve për herë të parë të abstenojnë nga votimi.

Çfarë mund të ndikojë në vendimin tuaj për të mos votuar?

Jam i zhgënjyer me qeverisjen aktuale

18%

Nuk më intereson politika

18%

Të gjitha parti politike janë të njëjta për mua

16%

I don't trust the political parties

14%

Nuk kam besim në administratën zgjedhore/sistemin zgjedhor

11%

Nuk ka asnjë parti / politikan që përfaqëson interesat dhe vlerat e mia.

8%

Sistemi po favorizon parti të veçanta.

8%



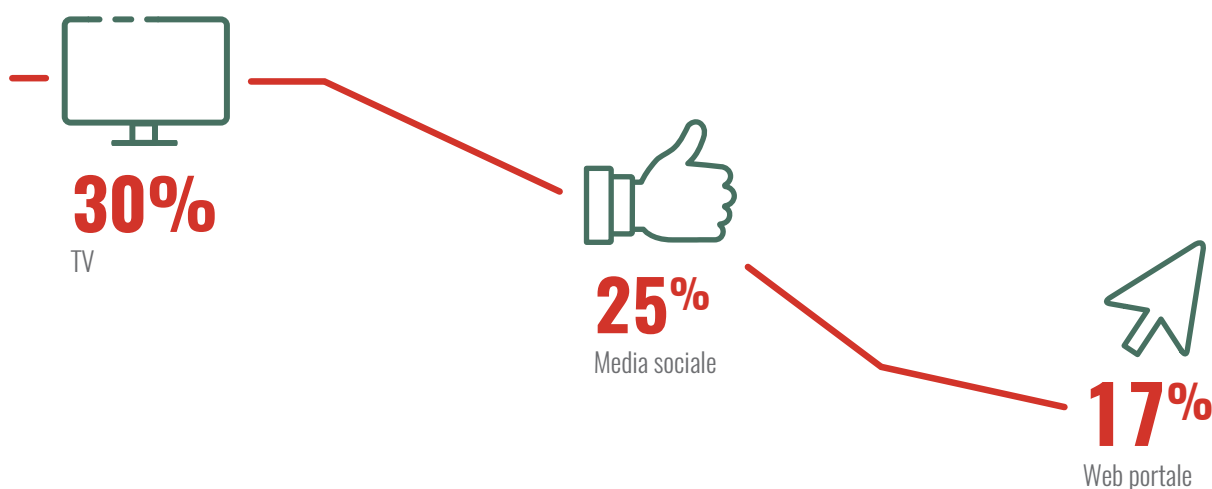
Gjetjet e grupeve të fokusit tregojnë se disa të rinj tentojnë të bojkotojnë zgjedhjet si një mjet për t'i dhënë një partie politike një mësim, duke ndezur alarmin për pakënaqësinë e qytetarëve me sjelljen e të gjitha partive politike.

“ Vetëm me një bojkot masiv të zgjedhjeve, do t'u dërgohet mesazhë partive politike, për pakënaqësinë dhe revoltën për punën e tyre. ”
Femër, 26, Strumicë

KOMUNIKIM ME KANDIDATËT DHE PARTITË

Burimet kryesore të informacionit zgjedhor janë TV (30%), mediat sociale (25%) dhe portalet në internet (17%).

Informacioni në lidhje me zgjedhjet i marrin kryesisht nga programet e lajmeve (43%) dhe debateve (24%). Pothuajse një nga pesë të rinj (21%) thanë se ata nuk informohen fare për zgjedhjet.



Mediat sociale dhe media tradicionale janë llojet më të preferuara të komunikimit me kandidatët dhe përfaqësuesit e zgjedhur midis zgjedhjeve dhe të rinjtë kryesisht mbështeten në historikun politik të kandidatëve në marrjen e një vendimi të informuar.

“ Unë personalisht lexoj programet zgjedhore për të parë se çfarë kanë shpikur këtë herë, por nuk besoj në asgjë që është shkruar. Përvoja jonë tregon se ata nuk ndjekin atë që e shkruajnë në programe. ”
Femer, 26, Strumica

Për më tepër, të rinjtë kërkojnë që partitë politike të përqendrohen në:

- ♦ Përmirësimin e standardit të jetesës.
- ♦ Rritjen e mundësive të punësimit të të rinjve.
- ♦ Mbajtjen e të rinjve në vend.
- ♦ Sundimin e ligjit, pavarësinë e gjyqësorit dhe ligjet e barabarta për të gjithë qytetarët.
- ♦ Reduktimin e korrupsionit.
- ♦ Mbrojtjen e historisë dhe vlerave kombëtare.

BARRIERAT

Është shumë e rëndësishme dhe e vështirë të sigurohet që brezat e ardhshëm të marrin pjesë në demokraci. Kërkon angazhim nga qeveritë, partitë politike, kandidatët, organizatat joqeveritare dhe qytetarët dhe grupet demokratike. Në të vërtetë, aktorë të shumtë të interesit luajnë një rol kritik në krijimin e kushteve për një pjesëmarrje të shtuar dhe më të drejtë qytetare dhe politike të të rinjve.

Studimi identifikon pengesat në vijim për pjesëmarrje më aktive qytetare dhe politike:

Skepticizmi në lidhje me fuqinë e tyre për të ndikuar: Të rinjtë nuk besojnë se mund të ndikojnë në politikat në vend.

Nënpërfaqësimi: Të rinjtë nuk mendojnë se janë të përfaqësuar dhe / ose të përfshirë aq sa duhet në tejkalimin e problemeve dhe në proceset e vendimmarrjes.

Mungesa e njohurive dhe aftësive për të marrë pjesë me besim në jetën civile dhe politike

Mungesa e kanaleve për pjesëmarrje dhe shprehje të mendimeve

REKOMANDIME

Më poshtë janë një sërë rekomandimesh që synojnë të adresojnë gjetjet dhe përfundimet e sipërpërmendura. Këto rekomandime janë:

- ♦ Të përqëndruara tek të rinjtë.
- ♦ Specifike për kontekstin.
- ♦ Të përqëndruara në përdorimin e kanaleve të duhura.
- ♦ Të zbatueshme.

Rekomandimet janë ndarë në tre grupe si më poshtë:

Të rritet rëndësia dhe relevanca e procesit zgjedhor

Fjalor shoqëror, jo politik : Shqetësohem për shumë gjëra - arsimin, shëndetin, mjedisin

- ♦ Zgjedhjet dhe votimi të lidhet me çështjet që ndikojnë në jetën e të rinjve
- ♦ Promovimi i çështjeve që ndikojnë më shumë tek të rinjtë dhe ato për të cilat të rinjtë ka të ngjarë të jenë më të ditur dhe më të interesuar (p.sh. arsimi, shëndetësia, ekologjia)
- ♦ Zhvillimi i fushatave për një çështje të rëndësishme për të rinjtë: fushatat që kanë në shënjestër të rinjtë, që adresojnë një çështje të vetme me interes për të rinjtë, dhe çështjet përkatëse të politikave ose vendimet e ardhshme politike që mund të motivojnë rininë e cila ndryshe është e tjetërsuar nga politika institucionale.
- ♦ Të përfshihen në mënyrë të qartë çështjet e të rinjve në programet partiake

- ♦ Të nisen aktivitete të përbashkëta me organizata dhe ekspertë që merren me çështjet me interes, p.sh. organizatat civile mjedisore

Përqëndrim në ndikimin që ata mund të kenë: Dua të di se sa ndikim ka vota dhe përfshirja ime në jetën e komunitetit.

- ♦ Të promovohen aktivistë të ndryshëm të rinj, të prezantohen aktivitetet e tyre dhe ndikimi i tyre.
- ♦ Të promovohen projekte të vogla të komunitetit që trajtojnë çështje specifike, p.sh. donacione për bibliotekat, eko-aktivizëm, zakone të shëndetshme, etj.
- ♦ Të promovohen mënyra në të cilat të rinjtë mund të kenë ndikim.
- ♦ Të paraqiten shembuj që vërtetojnë se aktivizmi ka rëndësi dhe ka fuqinë për të rregulluar shoqërinë.
- ♦ Formatet për t'u marrë në konsideratë përfshijnë: dëshmi, miratim nga kolegët, rrëfime të palëve të treta, projekte të komunitetit në nivelin mikro të mbështetura nga partitë politike ose organizata të tjera

Siguroni kanale për shprehjen e mendimit: Dua që hapësira dhe mundësitë të dëgjohen

- ♦ Të krijohen mundësi për komunikim të drejtpërdrejtë dhe të rregullt me të rinjtë

Të ndjehen të dukshëm: Do të doja të dija që nevojat dhe shqetësimet e mia si i ri janë po aq të rëndësishme dhe të përfaqësuar në proceset zgjedhore dhe politike.

- ♦ Drejtuesit e lartë të qeverisë duhet të promovojnë dhe t'u kushtojnë vëmendje aktivistëve dhe politikanëve të rinj për të demonstruar interesin e tyre dhe për të mbështetur rolin e rëndësishëm të të rinjve në shoqëritë demokratike. Duke pasur parasysh pozicionin e tyre unik dhe vëmendjen e madhe mediatike që ata tërheqin, drejtuesit e lartë të qeverisë mund të bëjnë shumë për të vendosur dhe mbajtur çështjet e të rinjve në axhendën publike dhe gjithashtu të promovojnë politikanë dhe përfaqësues të rinj si dhe profesionistë të tjerë të rinj të suksesshëm.
- ♦ Mediat sociale dhe mjetet e tjera në internet duhet të përdoren për të lejuar të rinjtë të marrin pjesë në vendimmarrjen kombëtare dhe lokale. Kjo mund të përfshijë ndarjen e informacionit politik në një mënyrë të qasshme për të rinjtë, sigurimin e reagimeve të drejtpërdrejta të të rinjve për qeverinë mbi politika të caktuara (p.sh. përmes forumeve për reagime), mbajtjen e konsultimeve midis të rinjve dhe politikanëve përmes mediave sociale ose platformave të tjera në internet, duke përdorur anketat e strukturuar të qytetarëve, sondazhet e opinioneve, peticione online, konsulta politikash dhe dialogje dhe përfshirje e të rinjve në planifikimin e zhvillimit.

Formatet dhe kanalet për t'u marrë në konsideratë përfshijnë: media sociale, ditët e hapura, takime për kafe, projekte të përbashkëta si dhe debate dhe konferenca.

Të krijohen aleanca.

Me media (digjitale dhe tradicionale)

- ♦ Të promovohen narrativat e përqendruara në shembujt pozitivë dhe të suksesshëm të aktivizmit të rinisë (p.sh. Greta Thunberg).
- ♦ Të promovohet prania e politikanëve dhe aktivistëve të rinj në media dhe të rritet mbulimi i tyre mediatik.
- ♦ Të promovohen kanale dhe mënyra të reja për pjesëmarrjen qytetare të të rinjve.
- ♦ Të përfshihen më shumë të rinj në debate, talk show, etj dhe t'u jepet atyre një mundësi të flasin për çështje që u interesojnë.

Me organizatat rinore

- ♦ Të krijohen hapësira dhe mundësi mbështetëse për të rinjtë që të bashkohen dhe të veprojnë për çështje për të cilat kanë interes.
- ♦ T'u jepen udhëzime dhe burime që do të inkurajojnë të rinjtë të marrin pjesë me besim në jetën qytetare.
- ♦ Të sigurohen mekanizma që do të mbështesin dialogun midis të rinjve dhe qeverisë.
- ♦ Të tregohet qëndrim më proaktiv në afrimin me të rinjtë për të ndihmuar rritjen e dukshmërisë dhe ndërgjegjësimit të publikut.

Me ndikues dhe persona të famshëm

- ♦ Të vendoset partneritet me mikro-ndikues të rëndësishëm në fusha të ndryshme për jetën e të rinjve për të promovuar pjesëmarrjen qytetare.

Të zgjidhen kanalet e duhura të komunikimit.

Mediat sociale luajnë një rol dominues në zakonet mediatike të të rinjve pasi ato janë zakonisht burimi i tyre kryesor i informacionit dhe kanali i pjesëmarrjes

- ♦ Të përdoren profilet e mediave sociale kushtuar komunikimit me të rinjtë, të menaxhuara nga të rinjtë brenda organizatës / institucionit / partisë.
- ♦ Të përdoret një përzierje e të gjitha kanaleve të komunikimit të drejtpërdrejtë të disponueshme (mesazhe direkte, komente, reagime, robot chat, etj.)
- ♦ Të promovohen tema dhe çështje shoqërore që lidhen me të rinjtë.
- ♦ Të sigurohet hapësirë për të rinjtë për të shprehur mendimet e tyre.
- ♦ Të vendoset partneritet me ndikues / persona të famshëm.
- ♦ Të përdoren formate më dinamike: lëvizje, video, transmetime të drejtpërdrejta, histori, etj.

Të përdoren media tradicionale dhe televizioni për t'i edukuar ata në lidhje me procesin e zgjedhjeve ose për të paraqitur kandidatë. Lajmet dhe debatet janë formatet më të njohura.

Të përdoren takime të drejtpërdrejta, joformale për të ndërtuar marrëdhënie me votuesit e rinj duke i bërë ata të ndjehen të vlerësuar dhe të dëgjuar

Formatet për t'u marrë në konsideratë përfshijnë: takime joformale në kafene, debate, projektet e komunitetit që shërbejnë të rinjtë, leksione mbi tema me interes, etj

Të organizohen veprimtari artistike, kulturore ose sportive për të vendosur një ekuilibër midis arsimit dhe argëtimit.



VOTUESIT PËR HERË TË PARË

Gjetjet kyqe nga hulumtimi sasior dhe cilësor

“ Unë mund të dal dhe të votoj, megjithëse nuk mendoj se vota ime do të ndryshojë gjë. Zëri i të rinjve në vend nuk dëgjohet. Disa njerëz drejtojnë shoqërinë dhe të rinjtë nuk perceptohen si të rëndësishëm. ”
Femër, 18, Shkup

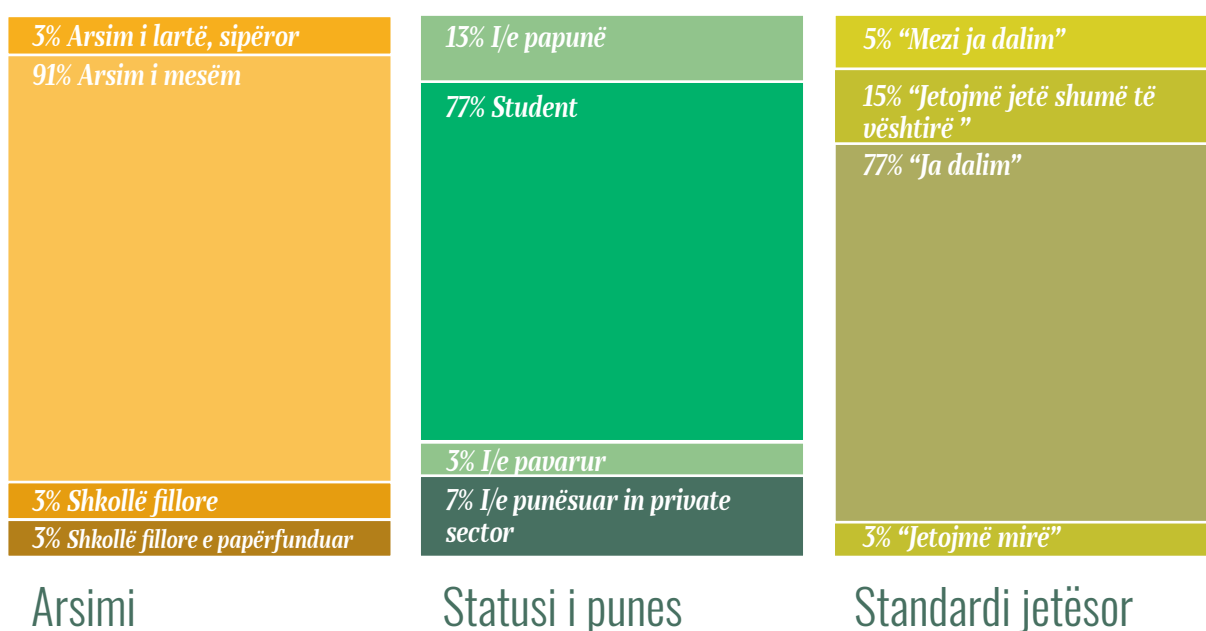
Votuesit për herë të parë - përkufizimi dhe madhësia

“Votuesit për herë të parë” përfaqësojnë një grup të rinjsh deri në 20 vjeç që nuk kanë votuar kurrë më parë për zgjedhjet.

Ata janë një grup veçanërisht i rëndësishëm në procesin zgjedhor për shkak të rolit të tyre formues në demokracinë e së nesërme, që ndërtohet mbi zakonet e pjesëmarrjes demokratike të të rinjve, përfshirë votuesit për herë të parë.

Nga një perspektivë politike, mobilizimi me sukses i votuesve të rinj ka përfitime afatgjata. Studimet tregojnë se personat e rinj që marrin pjesë në zgjedhje ka më shumë të ngjarë të vazhdojnë të votojnë më vonë gjatë jetës.¹⁰ Kur të rinjtë zhvillojnë zakone, aftësi dhe angazhime të shëndetshme qytetare, vendimmarrja bëhet më përfaqësuese, Bashkësitë përfitojnë dhe demokracia përparon.

Pjesëmarrja qytetare e brezave të rinj të qytetarëve është thelbësore për demokracinë, përfshirë demokracinë në tranzicion që luftojnë me përfshirjen e popullatës së re në aktivitete qytetare.



¹⁰ Franklin, Mark N. Cambridge University Press, f. 1-12, Voter Turnout and the Dynamics of Electoral Competition in Established Democracies since 1945

Profili demografik

Gjithsej 39 votuesve për herë të parë morën pjesë në sondazhin sasior ballë për ballë. Për të fituar një pasqyrë të thelluar të prejardhjes, perceptimeve dhe mendimeve të grupit, sondazhi sasior u plotësua nga një fokus grup.

Struktura demografike e të anketuarve tregon një shpërndarje të ngjashme sipas rajonit, vendbanimit, gjinisë, përkatësisë etnike dhe standardit të jetesës për popullatën e përgjithshme.

TEMAT E INTERESIT

Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

Sa jeni i/e interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?

3%

Shumë

18%

Deri diku

33%

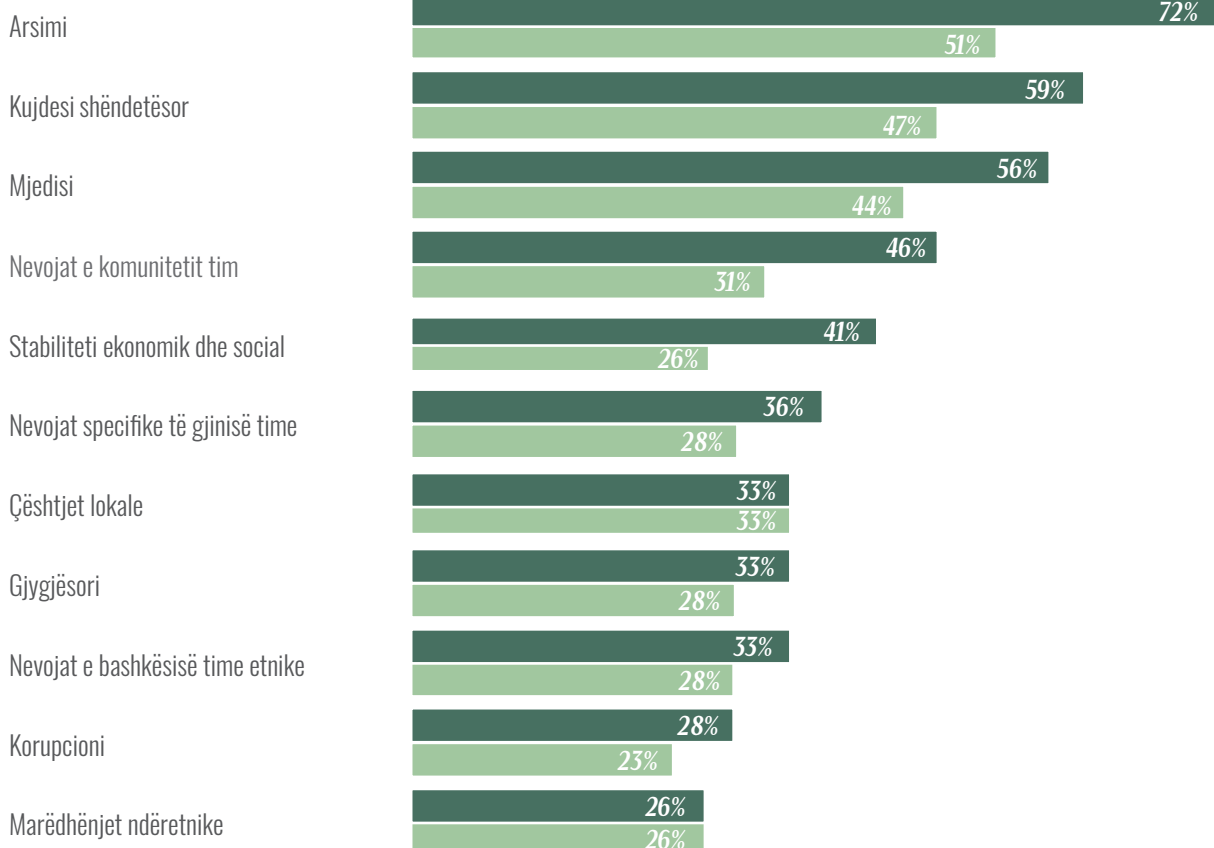
Jo shumë

46%

Aspak

Hulumtimi tregon se pothuajse 80% e votuesve për herë të parë nuk janë aspak të interesuar ose nuk janë shumë të interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend ose në botë. Nëntë nga dhjetë të anketuar (87%) rrallë ose kurrë nuk diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë.

Shqetësime



Arsimi, kujdesi shëndetësor dhe mjedisi janë tre shqetësimet kryesore që stimulojnë pjesëmarrjen shoqërore dhe politike të votuesve për herë të parë.

Ndërsa shtatë nga dhjetë të anketuar përmendën arsimin si fushën kryesore të shqetësimit, gjysma e të anketuarve shprehën interes të bëhen aktivë në shoqëri dhe politike për çështjet që lidhen me arsimin.

Përkundër përqindjes së lartë të të anketuarve që shqetësohen për këto çështje, ata priren të jenë më pak të motivuar për të qenë aktivë në shoqëri dhe në politike.

Ky grup shqetësohet më së paku për nevojat specifike të grupit të tyre etnik, korrupsionin dhe marrëdhëniet ndëretnike.

Gjetjet e fokus grupeve tregojnë se ky grup është kryesisht i interesuar për informacionin në lidhje me arsimin, sportin, muzikën dhe argëtimin, dhe krahasuar me popullatën e përgjithshme dhe grupet e tjera demografike, ata janë më pak të interesuar për zhvillimet socio-politike.

BURIMET E INFORMACIONIT

Mediat sociale (Facebook dhe Instagram) janë burimet kryesore të informacionit ndër votuesit për herë të parë (54%). Tre nga dhjetë të anketuar deklarojnë se nuk informohen për zhvillimet socio-politike.



f 54%

Nuk ka ndonjë ndryshim të rëndësishëm në lidhje me interesin dhe përdorimin e burimeve të ndryshme të informacionit për gjininë, etninë dhe vendbanimin për këtë grup.

Për më tepër, grupi tregoi kërkime sporadike për informacione specifike dhe konsumim të rastësishëm të informacionit.

“Nuk jam shumë i interesuar për politikë. Ndonjëherë lexoj postime në Facebook, por në përgjithësi, nuk konsumoj informacion të tillë.”
Mashkull, 18, Shtip

“ Nganjëherë njoftohem me çështje politike në vend, por nuk jam e interesuar vërtet për të. Marr informacion vetëm nga rrjetet sociale, të tilla si Facebook dhe Instagram. Nuk shikoj televizion fare ”
Femër, 19, Prilep

PJESËMARRJA QYTETARE

Shumica e të anketuarve kurrë nuk kanë qenë të përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ndikojë në komunitet ose mjedisin e tyre të afërta, as nuk janë të interesuar për pjesëmarrje më aktive.

Krahasuar me profilet e tjera demografike, votuesit për herë të parë kanë përfshirjen më të ulët qytetare ose interesin për pjesëmarrje më efektive në komunitet.

A keni marrë pjesë në ndonjë aktivitet që do të bëjë ndryshime ne komunitet?



A dëshironi të keni përfshirje më të madhe qytetare?



Gjetjet e hulumtimit tregojnë se mungesa e besimit në ndryshime pozitive (si nga angazhimi individual ashtu edhe nga angazhimi në OJQ) dhe mungesa e interesit për angazhimin qytetar janë arsyt kryesore për nivelin e ulët të vazhdueshëm të pjesëmarrjes qytetare në jetën socio-politike në vend.

Pjesëmarrësit e grupeve të fokusit shprehin faktorët e mëposhtëm që kontribuojnë në nivelet e ulëta të përfshirjes dhe pjesëmarrjes qytetare:

- ♦ Mungesa e vullnetit dhe vendosmërisë tek të rinjtë.
- ♦ Sistemi arsimor që nuk stimulon pjesëmarrjen qytetare të nxënësve/studentëve.
- ♦ Sistemi familjar që nuk i ushqen fëmijët të tregojnë sjellje proaktive.
- ♦ Mungesa e njohjes shoqërore, stimulimit dhe meritës për aktivizmin e të rinjve.

“ Problemi është i rrënjosur në vetë shoqërinë, duke filluar nga prindërit. Ata nuk u mësojnë fëmijëve të tyre se si t'i qasen shoqërisë. Veprimet e mira duhet të shpërblehen nga shoqëria ”
Femër, 19, Prilep

Faktorët që nxisin përfshirjen

Përgjegjësia e sistemit institucional është motivuesi kryesor që votuesit për herë të parë të përfshihen më shumë në aktivitete që mund të sjellin ndryshime në komunitet. Kjo është thënë nga çdo i katërti i anketuar në sondazhin sasior. Faktorë të tjerë motivues kanë të bëjnë me përfaqësimin e interesave të tyre (18%) dhe përfitimet personale ose familjare (15%).

Votuesit për herë të parë nxisin sektorin e OJQ-ve që të jetë më i dukshëm, më i përfshirë, më transparent dhe më aktiv. OJQ-të mund të mbështeten në kanale të ndryshme mediatike, kryesisht në mediat sociale, për të informuar të rinjtë për iniciativat dhe aktivitetet aktuale dhe për t'i nxitur që të angazhohen.

“ Mendoj se OJQ-të duhet të kenë prani më të dukshme në internet ose një rrjet më të gjerë të organizatave. Ky lloj nismash duhet të jetë më transparent. Facebook-u nuk mjafton. Ata duhet të përdorin më shumë portalet ose Instagramin. ”
Femër, 18, Shkup

Ndërsa dy të tretat e qytetarëve nuk besojnë se mund të kenë ndonjë ndikim shoqëror, 13% besojnë se mund të kenë ndikim domethënës në komunën e tyre, 8% në Parlament, 5% besojnë se mund të ndikojnë në vendimet e Kryeministrit dhe 3% tek ministrat.

Gatishmëria dhe aftësia për të marrë pjesë në aktivitete qytetare

Në lidhje me pjesëmarrjen në jetën publike, 41% shprehën preferencë për sondazhin e opinionit, 31% preferojnë broshurat dhe fletëpalosjet si një burim informacioni, 26% preferojnë takimet e drejtpërdrejta me kolegët dhe miqtë për të i diskutuar çështjet publike të cilat i shqetësojnë personalisht apo familjarisht, dhe 21% preferojnë takimet në internet ose diskutimet.

Ne cilën nga aktivitetet qytetare dëshironi të merrni pjesë?

41%

Të përgjigjeni në pyetsorë



31%

Të lexoni broshurë ose fletushkë



26%

Të takoni kolege/gë, miq për të diskutuar



PROCESI ZGJEDHOR

Një perceptim i gjerë negativ në lidhje me votimin është i përhapur në mesin e votuesve për herë të parë.

“Fiktive”, “kot”, “ngecje”, “pa zgjedhje reale”, “pjesëmarrje e ulët”, “fletëvotime të pavlefshme”, “presion politik dhe shantazh”, “frikë mes qytetarëve” janë përshkrimet më të zakonshme për zgjedhjet në vendi midis pjesëmarrësve në diskutimin në fokus grup.

A mendoni se çdo votë ka rëndësi dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve?

49%

Po

36%

Jo

15%

Nuk e din

Një pjesë e konsiderueshme e të anketuarve dyshojnë në rëndësinë e votës së qytetarëve dhe ndikimin e saj në rezultatet e zgjedhjeve. Hulumtimi tregon se pothuajse gjysma e të anketuarve besojnë se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve (49%), më shumë se një e treta nuk besojnë kështu (36%), ndërsa 15% thanë se nuk dinë.

Gjysma e votuesve për herë të parë thonë se votimi në vetvete nuk është i mjaftueshëm për të angazhuar qytetarët në politik bërjen, tre nga dhjetë besojnë se votimi është i mjaftueshëm, ndërsa dy nga dhjetë thanë se nuk kanë njohuri për këtë çështje.

Motivimi për të votuar

Kurioziteti për të përjetuar procesin e votimit për herë të parë është motivi dominues për këtë grup për të dalë dhe për të votuar.

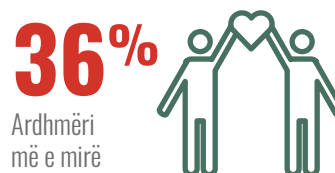
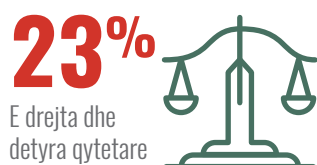
Sidoqoftë, entuziazmi për votim, vendimmarrje dhe pjesëmarrje aktive në politikë bërje nuk është i lartë. Të anketuarit treguan indiferencë, përfshirë besimin se vota e qytetarit nuk ka një ndikim të rëndësishëm dhe se rezultatet e zgjedhjeve nuk reflektojnë vullnetin e njerëzve. Të anketuarit tregojnë se të rinjtë në përgjithësi nuk janë të interesuar të votojnë dhe se entuziazmi fillestar bie me kalimin e kohës.

“ Unë mendoj se familja gjithashtu ka një ndikim të madh. Nëse prindërit tuaj nuk votojnë, kjo çështje më nuk është objekt diskutimi në shtëpi. Politika injorohet tërësisht, sepse shumë prindër nuk janë të kënaqur me të. Duket se ka një ndarje të madhe. Disa familje ndihmohen nga partia dhe të gjithë anëtarët e familjes janë të punësuar, ndërsa disa familje mbijetojnë me një pagë. ”

Mashkull, 17, Manastir

Për më tepër, hulumtimi tregon se tre faktorët kryesorë që ndikojnë në vendimin e votuesve për herë të parë janë: perspektivat për një të ardhme më të mirë (36%), frika se dikush do të vidhte votën e tyre, d.m.th.. do të votonte në vend të tyre (28%), dhe perceptimi se votimi është një e drejtë dhe detyrë qytetare (23%).

Familja është një faktor tjetër i rëndësishëm që ndikon në pjesëmarrjen e votuesve për herë të parë. Gjysma e të anketuarve tregojnë se vendimi i tyre për të votuar është i njëjtë ose shpesh i njëjtë me atë të familjeve të tyre.



Votuesit për herë të parë do të dëshironin të shihnin më shumë përfaqësues të të rinjve dhe njerëz që ata njohin në listat e kandidatëve ose këshillit.

Nëse ka përfaqësues të grupeve të mëposhtme në listat e kandidatëve, sa është e mundshme që ju të votoni për atë parti politike?

Të rinjë



Njerëzit familjarë



Ka më shumë

Nuk ka ndikim

Ka më pak gjasa

Nuk e din

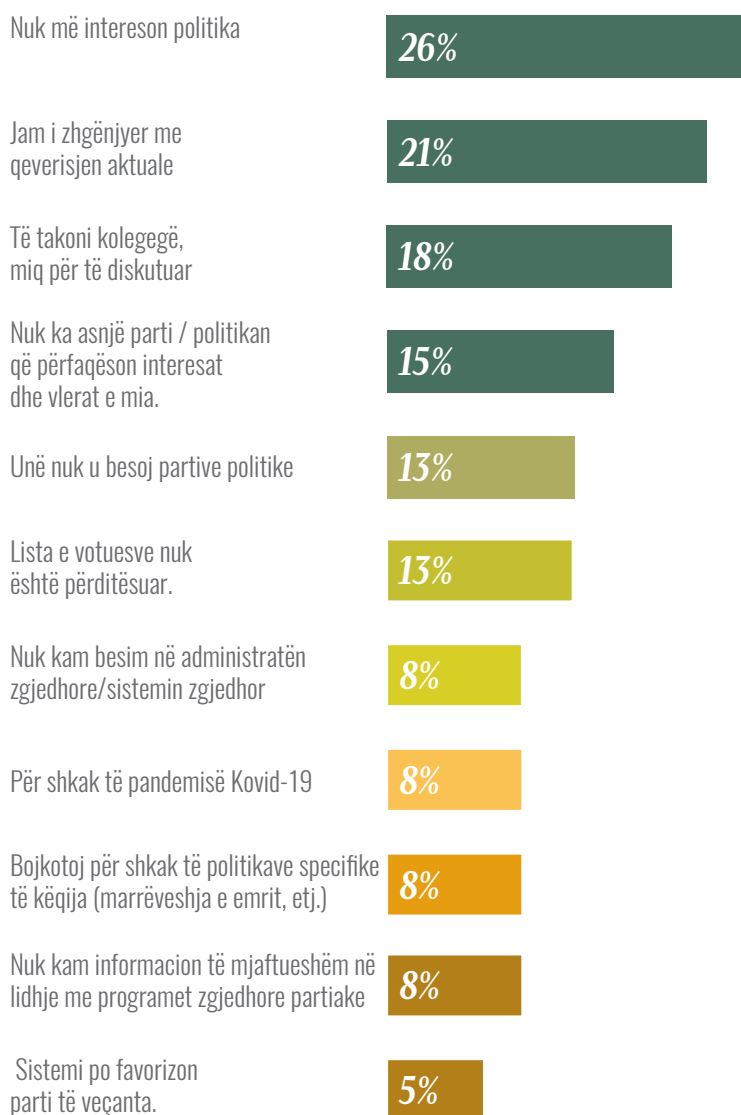
Fokus grupet i konfirmojnë këto gjetje.

“ Unë mendoj se nëse të rinjtë do të ishin në politikë, ata patjetër do të na kishin ne në shënjestër si votues dhe jo pensionistët. ”
Femër, 18, Kumanovë

Demotivimi për të votuar

Pakënaqësia me qeverisjen dhe partitë politike, mungesa e interesit për politikë dhe mungesa e besimit në listën e votuesve janë faktorët kryesorë që ndikojnë në vendimin e votuesve për herë të parë të abstenojnë nga votimi.

Çfarë mund të ndikojë në vendimin tuaj për të mos votuar?



**“ Nuk ka asnjëri që dua ta votoj në zgjedhjet.
Nuk më pëlqen asnjë nga kandidatët. ”**
Femër, 19, Prilep

“ Të rinjtë nuk kanë interes për politikë. Nuk ka parti për të cilën do të votonim. Ne nuk kemi në plan të qëndrojmë dhe të jetojmë në këtë vend. Nuk shohim të ardhmen këtu.”

Femër, 18, Shkup

“ Këto zgjedhje ishin për të qeshur. Fushatat e partive ishin komike. Ata shkojnë në një ekstrem përtej reales.”

Femër, 19, Prilep

Niveli i ulët i informacionit dhe interesit në lidhje me procesin zgjedhor është mbizotërues midis votuesve për herë të parë.

Tre nga dhjetë votues për herë të parë dinë të kontrollojnë të dhënat e tyre në listën zgjedhore, ndërsa shtatë nga dhjetë nuk e kanë këtë informacion.

KOMUNIKIM ME KANDIDATËT DHE PARTITË

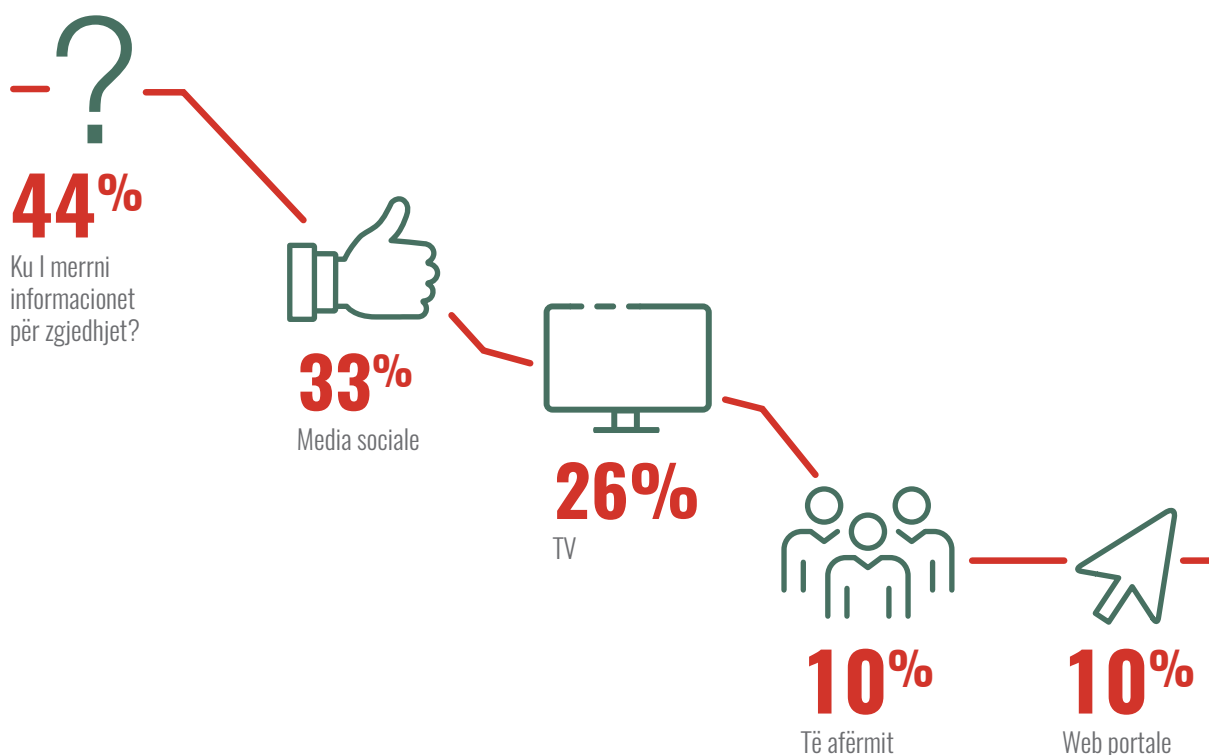
Mediat sociale (33%), TV (26%), portalet në internet (10%), miqtë dhe anëtarët e familjes (10%) janë burimet mbizotëruese të informacionit zgjedhor.

Edicionet e lajmeve, reklamat dhe debatet janë mënyrat më të cituara të konsumit të informacionit zgjedhor midis të anketuarve në sondazh. Një pjesë e konsiderueshme e tyre (44%) tregojnë se nuk i ndjekin zgjedhjet.

Gjetjet e fokus grupeve tregojnë se votuesit për herë të parë janë të interesuar për fushatat e edukimit të votuesve të kryera përmes mediave sociale, e cila përdoret gjerësisht nga kjo kategori njerëzish.

Mediat sociale dhe komunikimi personal janë llojet e preferuara të komunikimit me kandidatët dhe përfaqësuesit e zgjedhur midis zgjedhjeve dhe votuesit për herë të parë kryesisht mbështeten në historikun politik të kandidatëve në marrjen e një vendimi të informuar.

Ku i merrni informacionet për zgjedhjet?



BARRIERAT

Për shkak të mungesës së përvojës së tyre të mëparshme në jetën qytetare dhe politike, votuesit për herë të parë kanë tendencë të shfaqin interes dhe vullnet më të ulët për të marrë pjesë në zgjedhje dhe aktivizëm krahasuar me rininë në përgjithësi. Pengesat e identifikuara në mesin e kategorisë së të rinjve në përgjithësi (mungesa e njohurive, dyshimet në ndikimin e tyre, nënpërfaqësimi, disponueshmërie e kanaleve të komunikimit) janë më të theksuara në mesin e votuesve për herë të parë, prandaj rekomandimet për krijimin e stimujve për të rinjtë janë gjithashtu të zbatueshme për votuesit për herë të parë.

Faktorë specifik për këtë grup

- ♦ Njohuri dhe ndërgjegjësim i dobët në lidhje me procesin e përgjithshëm të votimit dhe fazat specifike të zgjedhjeve (kontrolli i listës zgjedhore, regjistrimi, etj.).

Nevoja për fuqizimin dhe ndërtimin e aftësive dhe njohurive për të naviguar në jetën qytetare në mënyrë më të sigurt

REKOMANDIME

Përveç rekomandimeve që i referohen të rinjve në përgjithësi, rekomandimet e mëtejshme përfshijnë:

Informim dhe edukim për zgjedhjet në lidhje me qasjen në procesin zgjedhor

- Të zhvillohet një fushatë e dedikuar edukative duke siguruar të gjithë informacionin e nevojshëm për votuesit për herë të parë mbi regjistrimin e votuesve, kontrollin e listës zgjedhore, procedurat e votimit, etj.
- Të përdoren mjete të përshtatura dhe kanale komunikimi për të përcjellë dhe për të shpërndarë mesazhet në mënyrë efektive: Video tutorial, infografikë ose prezantime të tjera vizuale mund të jenë një zgjedhje e mirë që i përshtaten preferencave të këtij grupi. Komunikimi duhet të jetë kryesisht online, duke përdorur kanale dixhitale për shënjestrim të saktë.
- Të përfshihen përfaqësuesit dhe ekspertët e të rinjve në të gjitha fazat e fushatave të informimit dhe edukimit të votuesve, për të përfshirë qëndrimet e të rinjve në hartimin, vlerësimin dhe validimin e aktiviteteve.

Të fillohet herët

Votuesit e ardhshëm të përfshihen herët në procesin demokratik, para se të arrijnë moshën e votimit duke paraparë pararegjistrimin për të lehtësuar votimin ose për të stimuluar votuesit për herë të parë përmes mesazheve SMS, postës elektronike ose kanaleve të tjera të komunikimit specifike për këtë grup.

Të rritet rëndësia e procesit zgjedhor duke u përqendruar në çështjet me interes për ta - arsimit, shëndetësisë dhe ekologjia, roli i tyre në proces, shembuj pozitivë të ndikimit të pjesëmarrjes qytetare dhe sigurimi i kanaleve ku ata mund të shprehin mendimet e tyre ose të trajtojnë tema përkatëse. Detajet e aktiviteteve që adresojnë këto mundësi përfshihen në rekomandimin për grupin e përgjithshëm të të rinjve.

Të krijohen aleanca

Përveç aleancave me mediat, krijimi i aleancave me organizatat rinore dhe ndikuesit janë të rëndësishëm për të siguruar mobilizimin e votuesve për herë të parë. Partneriteti me mikro-ndikues të rëndësishëm për fusha të ndryshme të jetës së të rinjve ka të ngjarë të rrisë interesin e tyre për procesin dhe të ndikojë në gatishmërinë e tyre për t'u angazhuar.

Të përdoren kanalet e duhura të komunikimit

Brezi aktual i votuesve për herë të parë janë vendasit e parë digjitalë që thirren në votim, kështu që zakonet e tyre të medias krijohen kryesisht nga media digjitale, në veçanti nga platformat e mediave sociale. Ato janë burimi kryesor i informacionit për ta dhe mund të jenë efektive në nxitjen e pjesëmarrjes së personalizuar bazuar në ndjenjat dhe bisedat e tyre dhe krijimin e kanaleve të dyanshme të komunikimit.

Takimet e drejtpërdrejta informale mund të jenë gjithashtu një mjet efektiv për krijimin e lidhjeve me votuesit për herë të parë, veçanërisht nëse përqendrohen në tema përkatëse.

Komunikimi efektiv me të rinjtë mund të arrihet gjithashtu duke prezantuar aktivitete dhe përmbajtje artistike, kulturore ose sportive.



TË RINJTË NGA ZONAT RURALE

Gjetjet kyqe nga hulumtimi sasior dhe cilësor

“ Zëri i të rinjve në vend nuk dëgjohej. Ju mund të keni një diplomë universitare, por nëse nuk jeni anëtar i një partie politike, nuk jeni asgjë. ”
Mashkull, 21, Kosturino

Të rinjtë nga zonat rurale - përkufizimi dhe madhësia

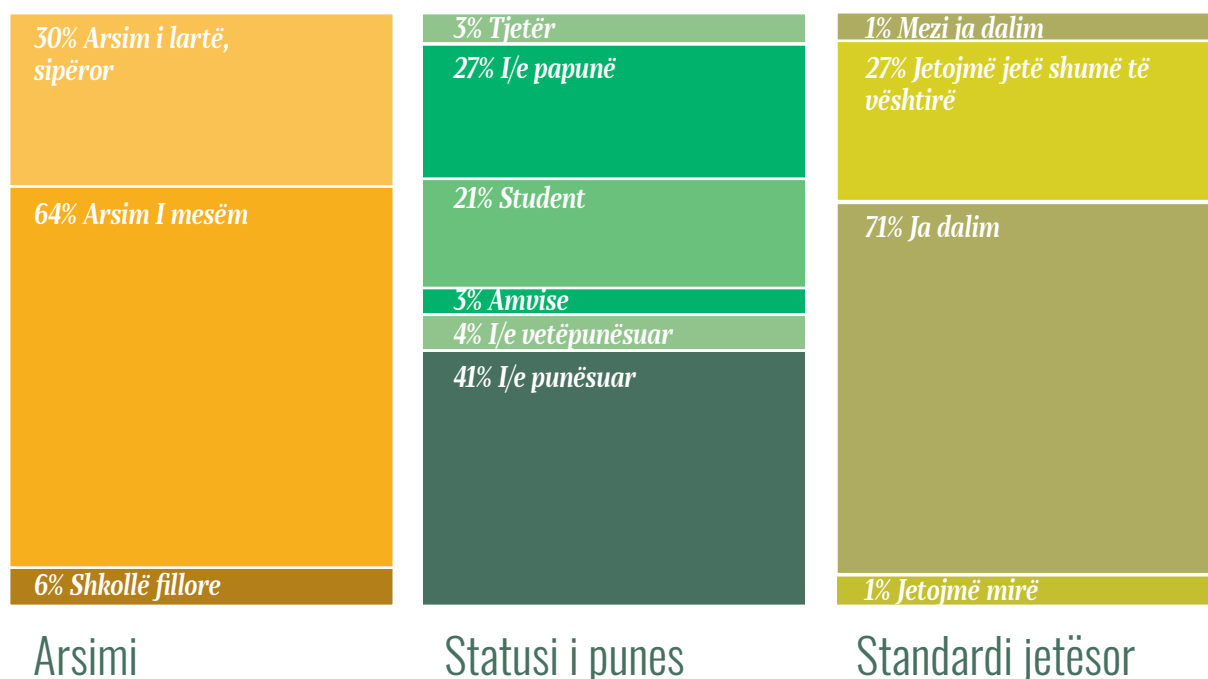
Për qëllimet e këtij studimi, rinia rurale përcaktohet si të rinj të moshës 18 deri në 29 vjeç që jetojnë në vendbanime rurale.

Ligji për organizimin oerritorial të vetëqeverisjes lokale përcakton vendbanimin rural si një lloj vendbanimi me një qëllim funksional në të cilin mbizotëron një veprimtari, ka veçori dhe funksione bujqësore (Gazeta zyrtare, Nr. 55/2004).

Profili demografik

Gjithsej 136 të rinj që jetojnë në vendbanimet rurale morën pjesë në studimin sasior ballë për ballë.

Për të fituar një pasqyrë të thelluar të prejardhjes, perceptimeve dhe mendimeve të grupit, sondazhi sasior u plotësua nga një fokus grup.



TEMAT E INTERESIT

Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

Sa jeni i/e interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?



Krahasuar me grupet e tjera rinore (rinia e përgjithshme dhe votuesit për herë të parë), të rinjtë nga zonat rurale priren të jenë më të interesuar për zhvillimet socio-politike dhe janë më të angazhuar në jetën qytetare. Hulumtimi tregon se pothuajse gjysma (45%) e të anketuarve janë “shumë” ose “disi të interesuar” për çështjet e zhvillimit socio-politik, ndërsa 54% janë “aspak” ose “jo shumë” të interesuar. Të anketuarit me arsim të lartë priren të kenë një interes më të theksuar në çështjet e zhvillimit socio-politik (76% janë “shumë” ose “disi të interesuar”). Katër nga dhjetë të anketuar ndonjëherë ose shpesh diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë, ndërsa gjashtë nga dhjetë rrallë ose kurrë nuk e bëjnë këtë.

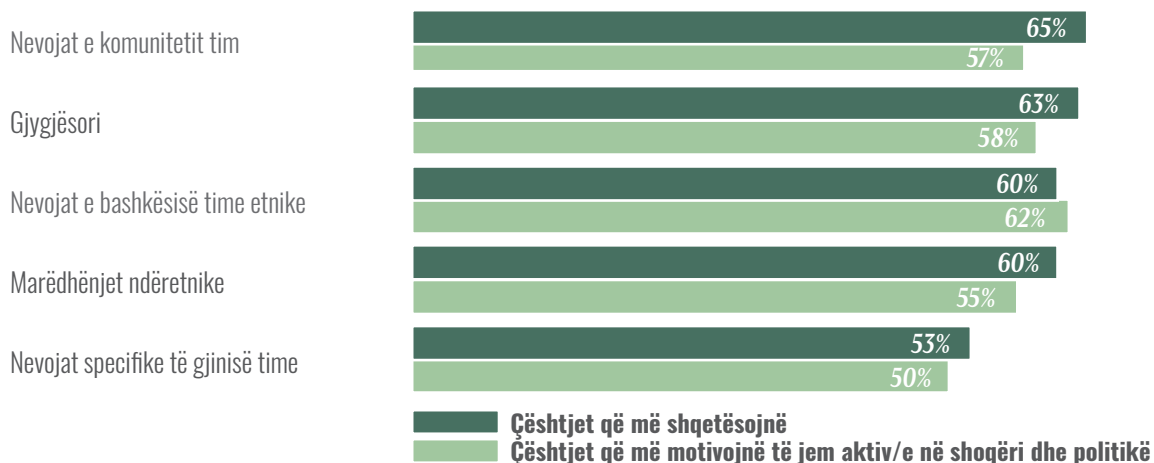
Sipas pjesëmarrësve në grupin e fokusit, pandemia me KOVID-19 renditet më e larta midis çështjeve socio-politike që lidhen me cilësinë e jetës. Çështje të tjera shqetësuese përfshijnë situatën aktuale ekonomike në vend, papunësinë dhe stabilitetin shoqëror.

Shqetësimet

Sa mendoni se ju shqetësojnë informacionet / çështjet / temat në vijim?

Sa do të thonit që çështjet / temat në vijim ju motivojnë të jeni aktiv/e në shoqëri dhe në politikë?





Më shumë se 70% e pjesëmarrësve të sondazhit treguan se stabiliteti ekonomik dhe social, çështjet lokale dhe kujdesi shëndetësor (ka shumë të ngjarë për shkak të pandemisë KOVID-19) renditen në majë të listës së shqetësimeve specifike për këtë grup dhe janë faktorët kryesorë për aktivizimin e tyre shoqëror dhe politik.

Krahasuar me grupet e tjera të përfshira në hulumtim, ky grup shqetësohet më pak për nevojat specifike gjinore, të grupit etnik ose marrëdhënieve ndëretnike në përgjithësi.

Ky grup demografik shpreh pakënaqësi për cilësinë e jetës së të rinjve në zonat rurale. U shprehën shqetësime në lidhje me mungesën e ngjarjeve kulturore, argëtuese dhe përmbajtjes tërheqëse për shkak të të cilave të rinjtë priren të kalojnë kohën e tyre të lirë në kafenetë lokale dhe objektet e lojërave të fatit.

Migrimi gjithashtu rënditet lartë midis çështjeve shqetësuese (përfshirë pjesët urbane të vendit), me të rinjtë që lënë zonat rurale dhe zhvendosen në vende më të mëdha dhe / ose jashtë vendit. Të anketuarit gjithashtu tregojnë mosinteresim për bujqësinë, një profesion i cili ngadalë po vdes.

Për më tepër, grupi përballlet me vështirësi me transportin publik në qytetet fqinje, të cilat detyrojnë të rinjtë të udhëtojnë në grupe së bashku dhe të përdorin shërbime taksit në vend.

BURIMET E INFORMACIONIT

Të rinjtë në vendbanimet rurale janë të interesuar për informacion në lidhje me sportet, argëtimet, shkencën dhe kulturën.

Ngjashëm me të rinjtë në përgjithësi dhe votuesit për herë të parë, mediat sociale (Facebook dhe Instagram) janë burimet kryesore të informacionit për të rinjtë rural, siç kanë raportuar 53% e pjesëmarrësve në sondazh. Përkundër popullaritetit të mediave sociale si një burim informacioni, të rinjtë rural janë skeptikë në lidhje me saktësinë e informacionit të paraqitur për shkak të përhapjes së lajmeve të rreme dhe mungesës së kontrollit mbi mediat në internet.

Dy nga dhjetë të anketuar marrin informacion në lidhje me zhvillimet aktuale socio-politike përmes televizionit, ndërsa një nga dhjetë merr informacion në internet.

Media sociale (Facebook and Instagram) are the predominant sources of information for Të rinjtë nga zonat rurale, as indicated by 53% of the survey participants.

f 53%

Nuk ka ndonjë ndryshim domethënës në lidhje me përdorimin e burimeve të ndryshme të informacionit sipas gjinisë, përkatësisë etnike dhe profilit të arsimit në këtë grup.

Për më tepër, ky grup demografik është skeptik në lidhje me objektivitetin, pavarësinë dhe paanësinë politike të mediave në vend, gjë që çon në besim shumë të ulët në media.

“ Unë mendoj se media është e prirur drejt njërës ose tjetrës parti politike. Sikur të gjithë raportojnë atë që është në favor të tyre, të gjithë flasin për ngjarjet nga këndvështrimi i tyre, japin versionin e tyre të së vërtetës. ”
Mashkull, 18, Mogilla

PJESËMARRJA QYTETARE

Shtatëdhjetë e tre përqind (73%) e të rinjve rural kurrë nuk kanë qenë të përfshirë në një ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ndikojë në komunitet ose rrethin e afërt, as nuk janë të interesuar të angazhohen më tepër në jetën qytetare. Është interesante se, ky grup demografik tregon motivimin më të lartë për angazhimin qytetar në Bashkësitë në krahasim me votuesit për herë të parë dhe të rinjtë në përgjithësi.

A keni qenë i/e përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshime në komunitet ose në vendin ku jetoni?



A jeni i interesuar për një përfshirje më aktive qytetare?



Të anketuarit nga studimi me arsim të lartë kanë tendencë të kenë një interes të theksuar për përfshirjen qytetare.

Pesëdhjetë e tetë përqind (58%) e pjesëmarrësve në sondazh nuk besojnë se mund të shkaktojnë ndonjë ndryshim pozitiv, si përmes angazhimit individual ashtu edhe përmes angazhimit në OJQ, ndërsa 25% nuk kanë interes për angazhim qytetar, gjë që shpjegon motivimin e ulët për pjesëmarrjen qytetare.

Gjetjet e fokus grupeve tregojnë se të rinjtë nga zonat rurale kanë tendencë të kenë qasje individualiste dhe të bëhen politikisht aktivë për përfitime personale (p.sh. të punësohen). Kur ky nuk është rasti, ata kanë tendencë të largohen nga zona rurale. Në lidhje me pjesëmarrjen në partitë politike, rinia rurale e sheh stabilitetin ekonomik (partia si një agjenci punësimi) si prioritetin më të lartë. Sidoqoftë, anëtarësia e tyre në parti politike nuk ka tendencë të jetë shumë efektive në hartimin e politikave dhe adresimin e çështjeve shqetësuese lokale.

Faktorët që kontribuojnë në përfshirjen minimale qytetare dhe nivelet e ulëta të pjesëmarrjes qytetare mund të përmbliidhen si më poshtë:

- Të rinjve u mungon uniteti dhe veprimi kolektiv për të arritur qëllimet për shkak të ndarjes së fortë përgjatë vijave politike.
- Të rinjtë përqendrohen në interesat dhe përfitimet personale, veçanërisht punësimin.
- Sistemi familjar nuk i stimulon fëmijët të tregojnë sjellje proaktive.

“ Zëri i të rinjve nuk dëgjohej. Ju mund të keni diplomë universitare, por nëse nuk jeni anëtar i një partie politike, nuk jeni asgjë. ”
Mashkull, 21, Kosturino

“ Mendoj se problemi është se ne të gjithë jemi të bindur se duhet të jemi anëtarë të partisë në mënyrë që të arrijmë të ndryshojmë diçka. ”
Femër, 18, Mogilla

Faktorët që nxisin përfshirjen

Përgjegjësia e sistemit institucional është një motivues kryesor që ky grup të përfshihet më shumë në aktivitete që mund të sjellin ndryshime në komunitet, i cili citohet nga katër në dhjetë të anketuar. Faktorë të tjerë të rëndësishëm motivues lidhen me interesat e tyre të përfaqësimit (e shprehur nga 19%) dhe perspektivat për përfitime personale ose familjare (e shprehur nga 10%).

Ndërsa pothuajse gjysma e të anketuarve (48%) nuk besojnë se mund të kenë ndikim si qytetarë, 29% besojnë se mund të ushtrojnë një ndikim domethënës në komunën e tyre dhe 7% besojnë se mund të ndikojnë tek ministrat (qeveria qendrore).

Gatishmëria dhe aftësia për të marrë pjesë në aktivitete qytetare

Në pyetjen nëse do të ishin të gatshëm të merrnin pjesë në aktivitete qytetare, 44% e të rinjve rural thanë se preferonin t'i përgjigjeshin një pyetëso, 38% do të takonin kolegë dhe / ose miq për të diskutuar çështjet publike të cilat i shqetësojnë personalisht apo familjarisht dhe 37% do të preferonin të kërkonin informacion përmes broshurave ose fletushkave. Përqindja e të rinjve rural që nuk preferojnë të jenë më aktivë është më e lartë: 82% nuk do të merrnin pjesë në një tubim të partisë politike, 72% nuk do të merrnin pjesë në një debat publik dhe / ose një takim në internet / zoom, 65% nuk do të merrnin pjesë në aktivitetet qytetare, dhe 61% nuk do të lexonin një broshurë ose fletushkë në internet.

Ne cilën nga aktivitetet qytetare dëshironi të merrni pjesë?

44%

Të përgjigjeni
në pyetësorë



37%

Të lexoni broshurë
ose fletushkë



38%

Të takoni kolege/gë,
miq për të diskutuar



PROCESI ZGJEDHOR

Të rinjtë nga zonat rurale i lidhin zgjedhjet me fraza të tilla si: “katastrofë”, “humbje e panevojshme parash”, “shpenzim i panevojshëm i buxhetit të shtetit”, “i parregullt”, “rezultate të kurdisura”. Krahasuar me votuesit për herë të parë dhe të rinjtë në përgjithësi, të rinjtë rural besojnë më shumë në rëndësinë e votës së qytetarëve dhe ndikimin e saj në rezultatet e zgjedhjeve.

A besoni se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve?

74%

Po

21%

Jo

4%

Refuzon të përgjigjet

1%

Nuk e din

Pothuajse tre të katërtat e pjesëmarrësve në sondazh mendojnë se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve (74%), ndërsa vetëm 21% nuk e besojnë këtë.

Më shumë se gjysma e të anketuarve (57%) tregojnë se votimi në vetvete nuk është i mjaftueshëm për të përfshirë qytetarët në aktivitete që mund të ndikojnë në politikën, tre në dhjetë besojnë se votimi është i mjaftueshëm, ndërsa një në dhjetë nuk kanë njohuri për këtë çështje.

Motivimi për të votuar

Sa rregullisht ju votoni?

65% rregullisht ose shpesh

19% ndonjëherë

8% z akonisht jo

4% asnjëherë

Ngjashëm me rininë në përgjithësi dhe votuesit për herë të parë, të përfshirë gjithashtu në këtë hulumtim, rinia rurale motivohet më shumë me veprime sesa me fjalë. Ky lloj arsytimi qëndron në thelb të motivimit të tyre për të votuar, si dhe për të qenë politikisht aktiv dhe të angazhuar në jetën qytetare.

Studimi tregon se 65% votojnë pothuajse rregullisht ose shpesh, 19% ndonjëherë, 8% zakonisht nuk votojnë dhe 4% nuk votojnë kurrë.

Për më tepër, 48% e të anketuarve votojnë rregullisht për të njëjtën parti, ndërsa 31% votojnë për parti të ndryshme politike. Kjo tregon që mbështetja e tyre për një parti të caktuar politike mund të ndryshojë nëse paraqiten opsione të tjera politike.

Faktorët që ndikojnë në vendimin e tyre për të votuar

Ngjashëm me popullatën e përgjithshme, tre faktorët kryesorë që ndikojnë në vendimin e të rinjve për të votuar janë: perceptimi se votimi është një e drejtë dhe detyrë qytetare (55%), perspektivat për një të ardhme më të mirë (37%) dhe frika se dikush do të vidhte votën e tyre (21%).

55%

E drejta dhe detyra qytetare



37%

Ardhmëri më e mirë



21%

Frika se dikush do ta vjedhë votën e tyre



Për më tepër, ky grup thekson presionin politik për të votuar sepse në fshatrat e vegjël “të gjithë dinë gjithçka për të gjithë”.

Të rinjtë në zonat rurale do të dëshironin të shihnin më shumë përfaqësues të të rinjve, njerëz lokal, të njohur dhe rural si kandidatë në listat e partive në zgjedhje (ose si zyrtarë të zgjedhur, për shembull në këshillat komunalë). Më shumë se gjysma e të anketuarve (53%) tregojnë se vendimi i tyre për të votuar është i njëjtë ose shpesh i njëjtë me atë të familjeve të tyre, ndërsa 43% thonë se ai ndryshon nga vendimi i familjeve të tyre.

Gjashtë nga dhjetë të anketuar nuk ndikohen nga miqtë e tyre në vendimin për të votuar.

“ Nëse nuk votoni, keni frikë se dikush mund të thotë se nuk keni votuar. Ne nuk e dimë nëse njerëzit votojnë për një parti të caktuar politike apo nëse e bëjnë të pavlefshme fletën e tyre të votimit, por e dimë se në gjithçka ka ndikim politik. Unë mendoj se njerëzit janë shumë të frikësuar për të qëndruar në shtëpi. ”

Mashkull, 24, Kallasllari

Nëse në listat e kandidatëve ose këshillit ka përfaqësues të grupeve në vijim, sa gjasa ka që ju të votoni për atë parti politike?

Të rinjë



Njerëzit familjarë



Përfaqësuesit e komunitetit lokal



Vendet rurale



Ka më shumë



Nuk ka ndikim



Ka më pak gjasa



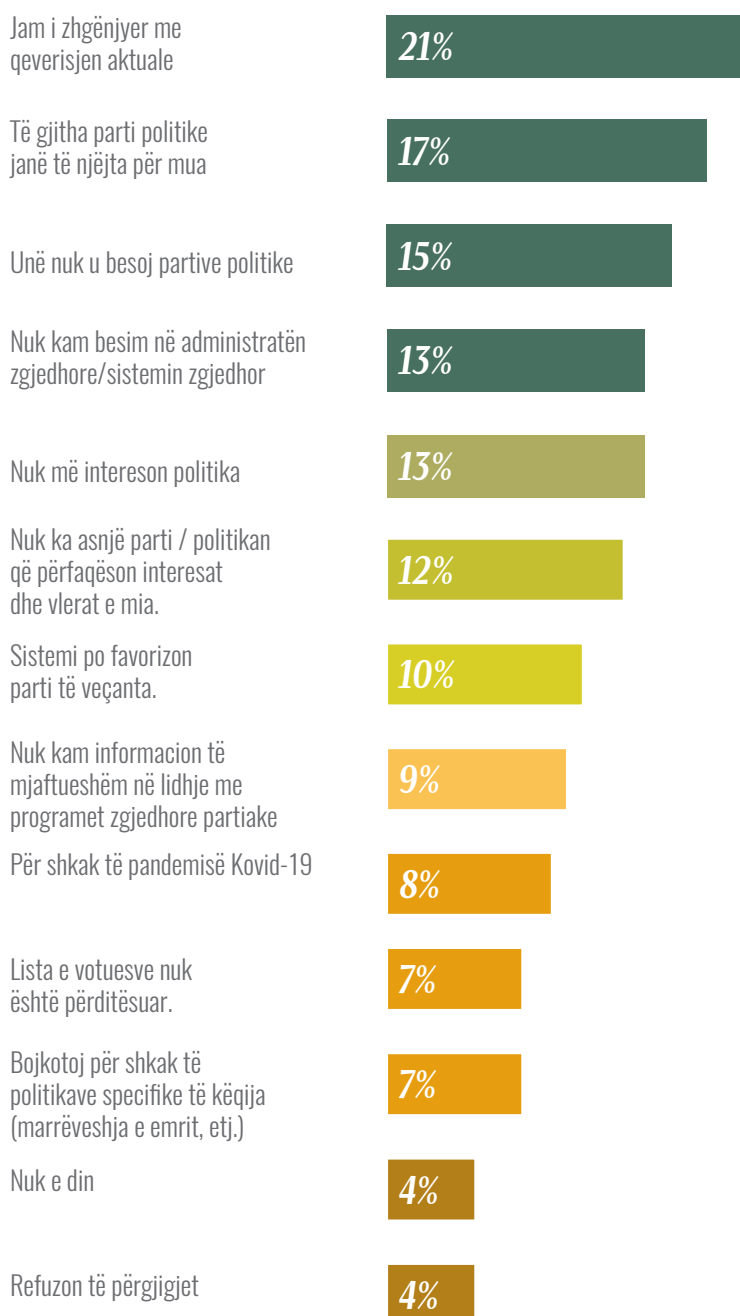
Nuk e din



Demotivimi për të votuar

Pakënaqësia me qeverisjen dhe partitë politike është faktori kryesor që ndikon që rinia rurale të abstenojë nga votimi.

Çfarë mund të ndikojë në vendimin tuaj për të mos votuar?



“ Unë mendoj se ka dy lloje njerëzish që nuk votojnë. Të parët janë ata që janë të zhgënjyer me partitë politike, dhe të dytët janë njerëz që nuk varen nga partitë politike, prandaj rezultatet e zgjedhjeve nuk kanë një efekt të rëndësishëm në cilësinë e jetës së tyre. ”

Femër, 26, Përshovcë

Shumica e pjesëmarrësve në sondazh besojnë se interesat e popullsisë rurale nuk adresohen në mënyrë të barabartë nga partitë politike në krahasim me popullatën urbane.



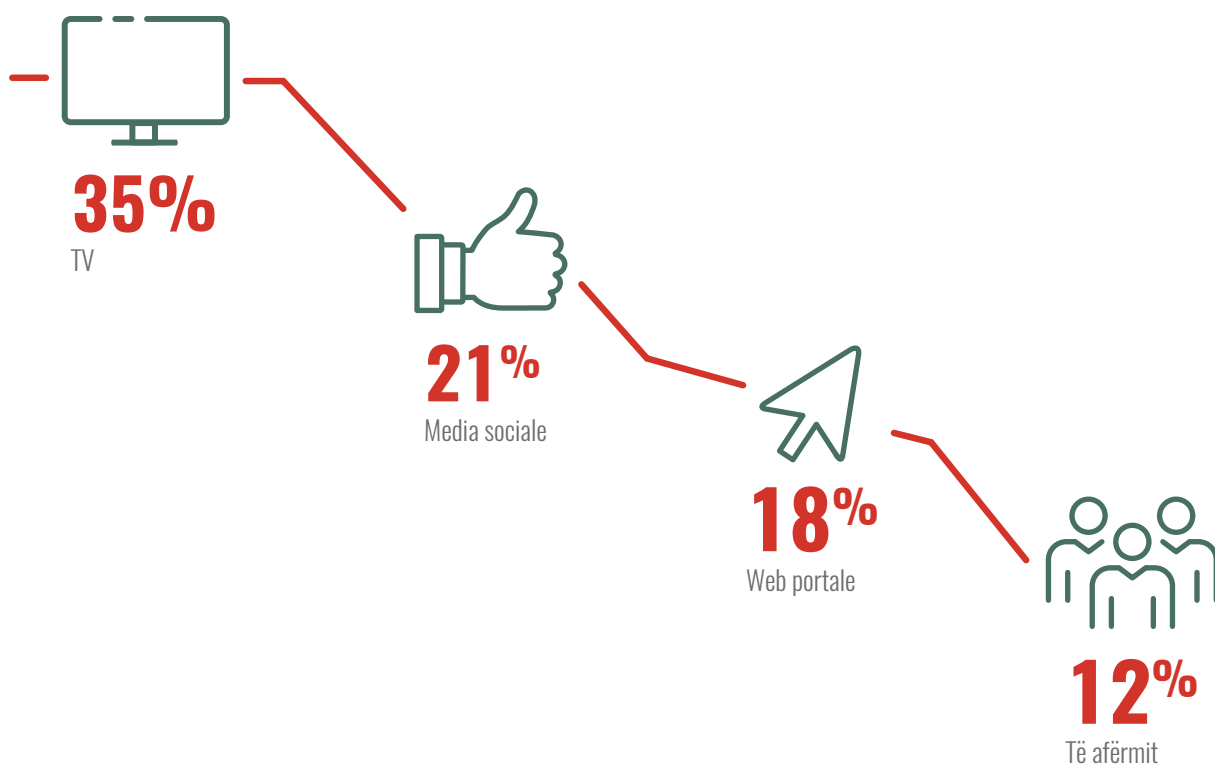
“ Mendoj se zonat rurale janë lënë pas dore. Ndodh të shohësh punime në rrugë dy ditë para zgjedhjeve, ata fillojnë të punojnë vetëm atëherë. Mund ta kuptoni strategjinë e tyre shumë lehtë. ”

Mashkull, 24, Kalaslari

KOMUNIKIM ME KANDIDATËT DHE PARTITË

Burimet kryesore të informacionit në lidhje me zgjedhjet janë TV (35%), media sociale (21%), portale në internet (18%), miqtë dhe anëtarët e familjes (12%).

Lajmet (42%) dhe debatet TV (30%) janë mënyrat më të praktikuara të mbledhjes të informacionit për zgjedhjet nga pjesëmarrësit në sondazh.



Në lidhje me komunikimin me kandidatët, ky grup preferon komunikimin personal ose derë më derë (18%) dhe komunikimin në grupe më të vogla (17%). Tendenca është të mbështetemi në përvojën e mëparshme të politikanëve kur marrin një vendim të informuar. Në lidhje me **marrjen e informacionit rreth kandidatëve në periudhën e zgjedhjeve**, të rinjtë rural mbështeten në përvojën e kandidatëve dhe në mediat sociale.

Duhet theksuar se vetëm një në dhjetë të anketuar preferojnë të marrin informacion përmes programeve politike si para ashtu edhe në mes të zgjedhjeve. Kjo do të thotë që të rinjtë rural preferojnë të informohen për arritjet dhe rezultatet e mëparshme të kandidatit dhe jo aq nga paraqitjet në programe politike në periudhën e zgjedhjeve.

Sidoqoftë, pjesëmarrësit e sondazhit tregojnë se partitë politike vizitojnë fshatrat e tyre **vetëm gjatë periudhës parazgjedhore**. Me hidhërim, ata deklarojnë se këto vizita kanë vetëm një qëllim - promovimin e partisë dhe fitimin e votave.

“ Ne kemi vetëm një rrugë që e përdorim në mënyrë që të arrijmë në një rrugë tjetër rajonale dhe premtimi më i madh para çdo zgjedhje është se rruga do të ndërtohet. Kanë kaluar shumë vite, por rruga nuk u asfaltua derisa fshati vendosi të bojkotojë zgjedhjet. Pasi e bëmë këtë, ata më në fund asfaltuan rrugën.”
Mashkull, 24, Kallasllari

Ky grup demografik ka këto pritje nga partitë politike:

- ♦ Zhvillimi ekonomik dhe stabiliteti
- ♦ Krijimi i mundësive për punësimin e të rinjve
- ♦ Përmirësimi i sistemit arsimor
- ♦ Përmirësimi i kushteve themelore të popullsisë rurale siç janë kanalizimi dhe furnizimi me ujë

BARRIERAT

Krahasuar me rininë në përgjithësi, të rinjtë rural janë më të gatshëm të marrin pjesë aktivisht në jetën qytetare dhe politike. Si grup, ata janë më të interesuar për zhvillimet socio-politike dhe kanë një kuptim të mirë të procesit zgjedhor dhe rëndësisë së tij.

Disa nga pengesat e identifikuara nga të rinjtë në përgjithësi - dyshimet për ndikimin e tyre, nënperfaqësimi i të rinjve, disponueshmëria e kanaleve për të shprehur nevojat dhe shqetësimet e tyre - janë më të theksuara nga ky grup. Ngjashëm me grupin e përgjithshëm të të rinjve, votuesit e të rinjve rural duhet të jenë të motivuar për t'u përfshirë në aktivitete qytetare dhe politike.

Karakteristikat specifike të këtij grupi:

- ♦ **Ndjenjë më e fortë e nënperfaqësimit:** Rinia rurale mendon se përfaqësuesit e tyre nuk merren me shqetësimet e tyre dhe asnjë zyrtar i zgjedhur nga ky grup demografik nuk mban post.
- ♦ **Mosbesim në fuqinë e tyre për të ndikuar në çështjet dhe politikat të cilat i shqetësojnë.**
- ♦ **Mungesë e komunikimit** me zyrtarë, kandidatë dhe organizata të shoqërisë qytetare.
- ♦ **Besimi në politizimin e përgjithshëm të shoqërisë** dhe mos përqendrim në politikat dhe çështjet që i shqetësojnë qytetarët.

REKOMANDIME

Rekomandimet për rininë e përgjithshme janë gjithashtu të rëndësishme dhe të zbatueshme për këtë grup.

Një nga rekomandimet më të rëndësishme për të angazhuar votuesit e rinjë rural është që të shfrytëzojnë vullnetin e tyre të madh për të marrë pjesë në aktivitete qytetare dhe politike duke krijuar dhe promovuar kushte dhe kanale që do të lehtësojnë një pjesëmarrje të tillë.

Rekomandimet specifike për komunikim dhe bashkëveprim me të rinjtë rurale janë:

Përqendrimi në çështjet që shqetësojnë rininë rurale

Çështjet lokale që mund të kontribuojnë në një cilësi më të mirë të jetës si transporti, argëtimi dhe punësimi, duke qenë shqetësimet kryesore të shprehura nga pjesëmarrësit në studim.

Të përmirësohet perceptimi i tyre negativ se janë të nën-përfaqësuar nga zyrtarët e zgjedhur

- ♦ Të përfshihen, diskutohen dhe të adresohen në mënyrë të vazhdueshme çështjet që shqetësojnë rininë rurale në agjendën publike të përfaqësuesve përkatës politikë si gjatë zgjedhjeve ashtu edhe ndërmjet tyre.
- ♦ Të inkurajohen politikanë dhe aktivistë të lidhur me partitë kryesore politike për të promovuar nevojat e rinisë rurale.

Të forcohet besimi i tyre se mund të kenë ndikim në komunitet dhe shoqëri

- ♦ Të promovohen shembuj pozitivë të aktivistëve të rinj rural të njohur dhe të respektuar në komunitet dhe theksohet ndikimi i arritjeve të tyre. Të paraqiten shembuj që vërtetojnë se aktivizmi ka rëndësi dhe ka fuqinë për të rregulluar shoqërinë.
- ♦ Të promovohen projekte dhe iniciativa të vogla në komunitet që trajtojnë çështje të ndryshme interesi për të rinjtë rural.
- ♦ Të shpërndahen shembuj pozitivë duke përdorur formate të ndryshme të tilla si dëshmi, histori të palëve të treta dhe projekte të komunitetit në një mikro-nivel me mbështetje nga një parti politike ose një organizatë tjetër.

Të vendosen kanale për komunikim të rregullt dhe të ngushtë me rininë rurale

- ♦ Të shfrytëzohet potenciali i kontaktit personal / të drejtpërdrejtë për të motivuar dhe ndikuar në përfshirjen e rinisë rurale dhe pjesëmarrjen në aktivitete qytetare dhe procesin zgjedhor.
- ♦ Formatet dhe kanalet që duhet të konsiderohen janë: takime joformale, projekte të komunitetit, kontrolle të rregullta, organizim të ngjarjeve të vogla argëtuese ose vizita në ngjarje në qytete të tjera, etj.

Të forcohen kapacitetet e të rinjve rurale për të marrë pjesë në jetën qytetare dhe politike

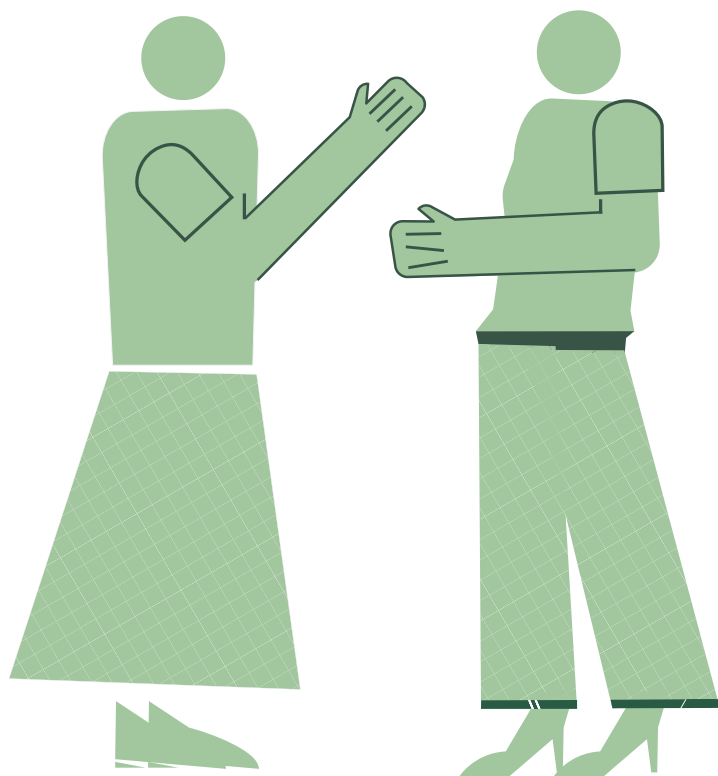
Organizoni programe falas për të folurit publik, debat dhe menaxhim të projektit për të zhvilluar besimin për të marrë pjesë në jetën qytetare dhe politike.

Të krijohen aleanca

Përveç krijimit të aleancave me mediat, krijimi i aleancave me organizatat lokale të të rinjve dhe ndikuesit janë gjithashtu të rëndësishme për të mobilizuar rininë rurale. Partneriteti me mikro-ndikuesit lokalë aktivë në fusha të ndryshme të jetës së të rinjve do të rrisë interesin dhe gatishmërinë e tyre për t'u angazhuar.

Të përdoren kanalet përkatëse të komunikimit

- ♦ Të vendoset komunikim i drejtpërdrejtë me të rinjtë rural. Të organizohen takime të drejtpërdrejta, joformale të përqëndruara në tema përkatëse.
- ♦ Të përdoren mediat sociale si kanali kryesor i informacionit pasi ato kanë potencialin më të madh për angazhim dhe pjesëmarrje: të promovohen tema të jetës të rinisë rurale, të promovohen shembuj pozitivë të rinisë rurale, të sigurohen mundësi për të shprehur mendimin e tyre (sondazhe, debate, komente, etj.)
- ♦ Të përdoret TV gjatë procesit zgjedhor, veçanërisht lajmet, debatet dhe prezantimi i kandidatëve.
- ♦ Të organizohen aktivitete dhe ngjarje argëtuese. Ngjarje të tilla mund të nxisin interes dhe pjesëmarrje për shkak të mungesës së argëtimit të organizuar në zonat rurale në përgjithësi



GRATË

Gjetjet kyqe nga hulumtimi sasior dhe cilësor

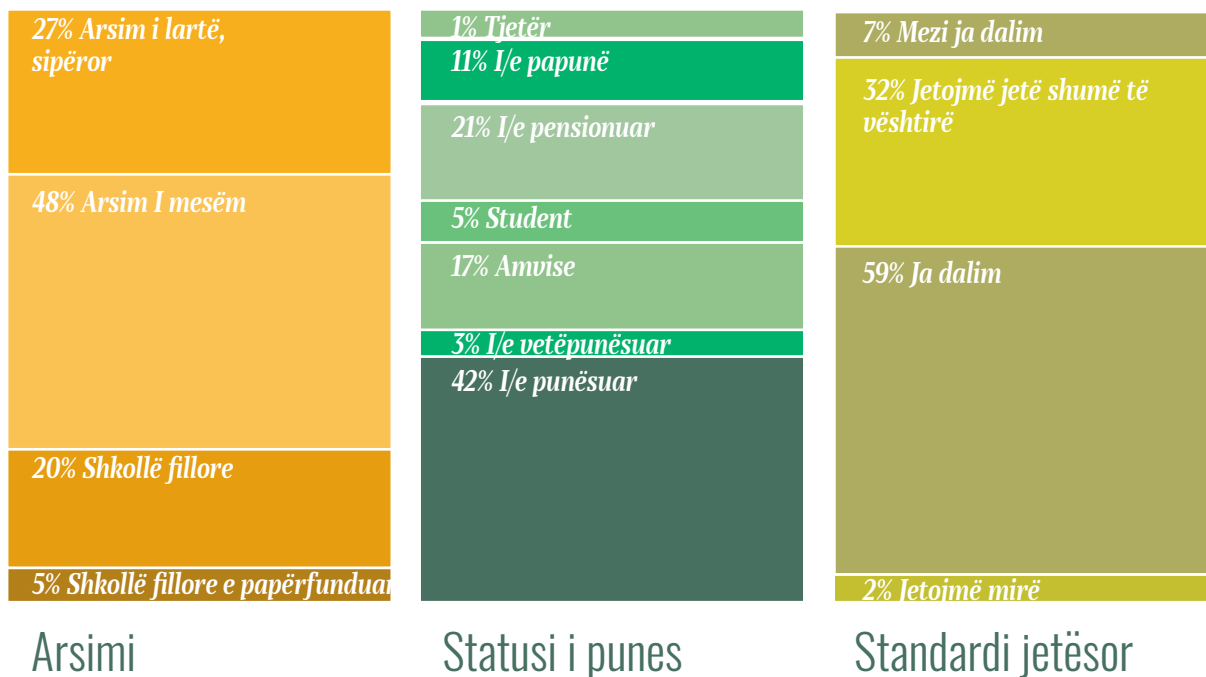
Gratë në përgjithësi - përkufizimi dhe madhësia

Sipas të dhënave nga Enti shtetëror i statistikave për qershorin e vitit 2020, në Maqedoninë e Veriut ka gjithsej 839,730 gra mbi moshën 18 vjeç.

Gratë kanë qenë subjekt i diskriminimit dhe trajtimit të pabarabartë gjatë gjithë historisë. Normat dhe vlerat patriarkale që kanë dominuar shoqëritë me shekuj vazhdojnë deri më sot dhe gjurma historike e pabarazisë nuk mund të trajtohet vetëm me veprime ligjore. Mbetjet e saj ndikojnë në mënyrën se si gratë përfshihen në aktivitete qytetare dhe në atë se si ato lidhen me politikën, përfshirë procesin zgjedhor. Konteksti socio-kulturor në Maqedoninë e Veriut në përgjithësi i dekurajon gratë nga pjesëmarrja aktive në jetën politike, qoftë si votuese, apo edhe si aktiviste civile. Edhe pse kjo është një çështje e përmasave globale, shkalla në të cilën gratë përballen me pengesa shoqërore dhe institucionale ndryshon nga një vend në tjetrin.

Profili demografik

Anketa sasiore ballë për ballë u administrua në një mostër përfaqësuese të 603 grave të anketuara në katër kategori: rajoni, urbane-rurale, etnia dhe arsimi. Kërkimi sasior u plotësua nga një grup fokusi, duke shtuar kontributin cilësor në analizën e përgjithshme.



TEMAT E INTERESIT

Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

Sa jeni e interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?

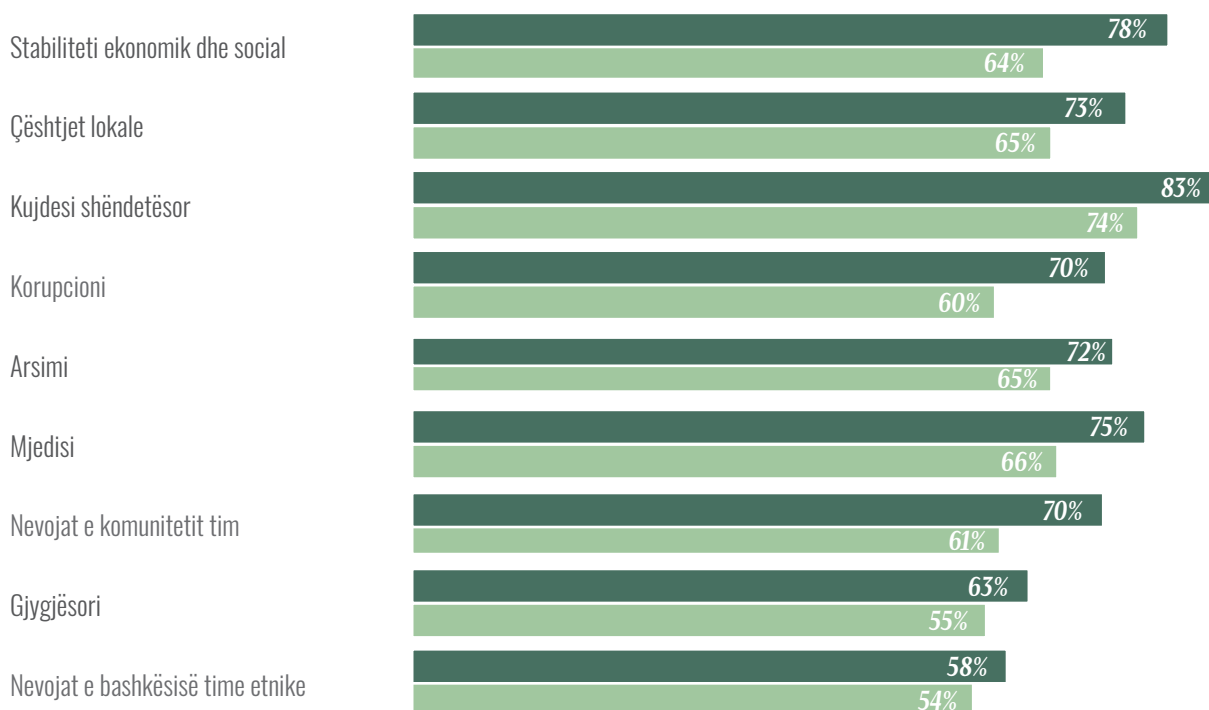


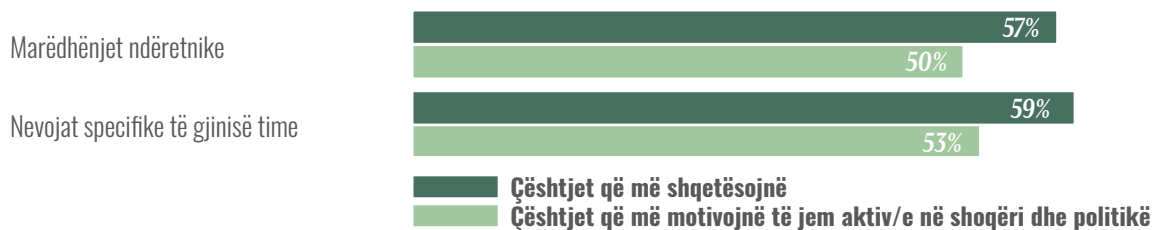
Hulumtimi tregon se 52% e të anketuarave janë “aspak” ose “jo shumë të interesuara” në zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë, ndërsa 47% janë “shumë” ose “disi të interesuar”. Pak më shumë se gjysma (51%) rrallë ose kurrë nuk i diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë. Analiza e mëtejshme tregon se 13% më pak gra sesa burra tregojnë interes për zhvillimet socio-politike dhe gatishmëri për t’i diskutuar këto çështje me njerëz të tjerë.

Shqetësimet

Sa mendoni se ju shqetësojnë informacionet/ çështjet/ temat e mëposhtme?

Sa do të thoshit se çështjet/temat e mëposhtme ju motivojnë të jeni aaktiv/e në shoqëri dhe në politikë?





Kujdesi shëndetësor (83%), stabiliteti ekonomik dhe social (78%) dhe mjedisi (75%) janë tre shqetësimet kryesore të të anketuarave dhe konsiderohen si motivuesit kryesorë për aktivizimin e tyre në shoqëri (angazhim qytetar) dhe politik, pasuar nga shqetësimet për arsimin dhe qeverisjen lokale.

Gratë e anketuara janë më pak të shqetësuara për nevoja specifike në lidhje me grupin e tyre etnik, marrëdhëniet ndëretnike, dhe është interesante - edhe për nevojat specifike të gjinisë së tyre.

Si hulumtimi cilësor, ashtu edhe ai sasior, tregojnë se prioritetet kryesore të grave janë të natyrës sociale dhe infrastrukturore që lidhen me kujdesin për fëmijët, kopshtet, shkollat dhe lagjet e sigurta. Gratë janë kryesisht të interesuara për çështje të prekshme dhe specifike që mund të përmirësojnë jetën e tyre dhe të anëtarëve të familjes dhe janë më pak të interesuara për çështje abstrakte dhe politike.

BURIMET E INFORMACIONIT

Gratë pjesëmarrëse në fokus grupe (me gra rurale dhe urbane) janë kryesisht të interesuara për informacione në lidhje me COVID-19 dhe efektet e tij në arsim, proceset arsimore, kopshtet, papunësinë, problemet e të rinjve, si dhe situatën aktuale politike dhe formimin e qeverisë së re.

“ Jam e interesuar për informacionin në lidhje me gjithçka që ndikon jetën time të përditshme, nga arsimi te shëndetësia dhe ekonomia. Për shembull, është shumë e rëndësishme nëse shkollat do të rinisin në shtator [me praninë fizike të fëmijëve] ”
Femër, 39, Shkup

Njëzet e shtatë përqind (27%) e të anketuarave theksojnë se ato mësojnë për zhvillimet socio-politike përmes rrjeteve sociale, 7% përmes portaleve të internetit, 4% përmes familjes dhe miqve të tyre, ndërsa 9% nuk janë fare të informuar.

Ngjashëm me trendet në popullatën e përgjithshme, mediat sociale përdoren më shpesh nga gratë më të reja të moshës deri 24 vjeç (54%), studentet (46%) dhe ato me arsim të lartë (39%).

Gjetjet e grupeve të fokusit tregojnë një nivel të ulët të besimit në media midis grave pjesëmarrëse, kryesisht për shkak të lajmeve të rreme dhe paragjykimëve të perceptuara të mediave. Prandaj, ekziston një tendencë e ndjekjes së informacionit nga disa media të ndryshme për ta krahasuar dhe për të formuar mendimin e tyre.

“ Unë nuk kam një media specifike të e cila kam besim sepse për mendimin tim të gjitha lajmet janë të censuruara dhe 90% e informacionit është i rremë dhe i pakuptimtë. ”

Femër, 35, Shkup

Më shumë se gjysma e grave të anketuara (52%) treguan se televizioni është burimi i tyre mbizotërues i informacionit, një përqindje pak më e lartë krahasuar me burrat (45%).

TV 52%

PJESËMARRJA QYTETARE

Tetë nga dhjetë të anketuara nuk janë të interesuara të rrisin aktivitetin e tyre qytetar

A keni qenë e përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshime në komunitet ose në vendin ku jetoni?



A jeni e interesuar që të keni një përfshirje më aktive qytetare?



Midis grave ka më pak të anketuara që janë të angazhuara në jetën qytetare (26%) sesa midis burrave (40%).

Gjithashtu, më shumë burra (30%) krahasuar me gratë (17%) janë të interesuar për përfshirje më aktive qytetare.

Gratë e anketuara treguan faktorët e mëposhtëm që kontribuojnë në nivelin e ulët të pjesëmarrjes qytetare:

- ♦ Mungesa e transparencës, përgjegjësisë dhe dhe së institucioneve.
- ♦ Mungesa e profesionalizmit, kompetencës dhe motivimit midis punonjësve publikë.

- ♦ Motivimi i pamjaftueshëm për të vazhduar në ndjekjen e iniciativave dhe perceptimin e tyre si “beteja tashmë të humbura”.
- ♦ Vazhdimësia e stereotipeve dhe paragjykimëve ndaj grave.
- ♦ Ndërgjegjësimi i ulët për veten dhe të drejtat e njeriut mes grave.
- ♦ Ngarkesa e tepërt e punës me përgjegjësitë familjare dhe kujdesin për fëmijët dhe të moshuarit.

Faktorët e lartpërmendur tregojnë se pjesëmarrja qytetare e grave ndikohet nga sfidat në mënyra komplekse. Përveç sfidave me të cilat përballen të dy gjinitë, nga gratë tradicionalisht pritet të ofrojnë shërbime të kujdesit në familje, të cilat nga ana tjetër zvogëlojnë kohën e tyre të lirë dhe mundësitë për t'u marrë me aktivitete qytetare.

“Mendoj se nuk kemi besim tek institucionet sepse ato luajnë ping-pong me ne. Sa herë që ankohe mi, ato thonë se kjo çështje nuk është në fushën e tyre. Kështu që i drejtohe mi një institucioni tjetër, ku përsëri thonë se nuk janë kompetent për të zgjidhur çështjen. Kjo vazhdon derisa të lodhem i dhe të tërhiqem i dhe të dorëzohem i.”

Femër, 45, Shtip

Faktorët që nxisin përfshirjen

Përgjegjësia e sistemit është motivimi kryesor për gratë e anketuara për të marrë pjesë në aktivitete që mund të sjellin ndryshime në komunitet, siç vihet re nga 26% e të anketuarve. Faktorë të tjerë të rëndësishëm kanë të bëjnë me planet për marrjen e përfitimeve personale ose familjare (15%) dhe me përfaqësimin e interesave të tyre (11%).

Më shumë se gjysma e të anketuarave (57%) besojnë se nuk mund të kenë ndikim si qytetare, ndërsa, ngjashëm me grupet e tjera demografike, 26% besojnë se mund të kenë një ndikim domethënës në komunën e tyre.

Më shumë gra (57%) sesa burra (48%) besojnë se ato nuk mund të kenë ndikim si qytetare. Kjo nuk është për t'u habitur duke pasur parasysh që gratë janë më pak aktive sesa burrat dhe kanë vetëdije më të ulët për të drejtat e tyre qytetare. Më pak se 5% besojnë se mund të ndikojnë tek Kryeministri, Parlamenti, ministrat dhe Kryetari i shtetit.

Ndarja e mëtejshme e të dhënave të sondazhit sugjeron që mosbesimi në ndikimin e vet është më i theksuar tek gratë në kategoritë e mëposhtme:

- ♦ Gratë - shqiptare ose të bashkësive të tjera jo-shumicë
- ♦ Gratë me arsim të ulët
- ♦ Gratë - amvise
- ♦ Gratë në zonat rurale

Gatishmëria dhe aftësia për të marrë pjesë në aktivitete qytetare

Sa i përket çështjes së pjesëmarrjes në aktivitete qytetare, 39% nga të anketuarat shprehën një preferencë për broshura ose fletëpalosjet si mjete informacioni, 37% preferonin takimet me kolegë/e/shokë/qe për të diskutuar çështjet publike të cilat i shqetësojnë personalisht apo familjarisht, dhe 36% shprehën një preferencë për pjesëmarrje në sondazhe. Një përqindje dukshëm më e vogël e të anketuarave është e gatshme të marrë pjesë në aktivitete qytetare, veçanërisht në tubime partiake (12%), takimet në internet (13%) dhe debate publike (14%).

Në cilën nga aktivitetet qytetare dëshironi të merrni pjesë?

36%

Të përgjigjeni
në pyetsorë



39%

Të lexoni broshurë
ose fletushkë



37%

Të takoni kolege/gë,
miq për të diskutuar



Në përgjithësi, gratë priren të marrin pjesë më pak në aktivitetet qytetare të mësipërme krahasuar me burrat.

Hulumtimi tregon se 56% e të anketuarave nuk besojnë se mund të bëhet një ndryshim pozitiv nga angazhimi individual (34%) ose angazhimi në OJQ-re (22%), ndërsa 31% kanë mungesë interesi në politikë, me sa duket për shkak të motivimit të ulët që rezulton nga ngarkesa e tepërt me punët e shtëpisë dhe të kujdesit.

Gratë kanë tendencë të tregojnë mungesë interesi në politikë (31%) më shumë se burrat (19%).

Pjesëmarrëset femra në diskutimet e grupeve të fokusit thanë se kjo është një “botë e burrave” ku zërat e grave nuk merren parasysh seriozisht. Ata besojnë se iniciativat e grave janë më pak efektive në krahasim me iniciativat e burrave ose të përziera. Të anketuarit nënvizojnë se suksesi i iniciativave të udhëhequr nga gratë varet nga një sërë faktorësh duke përfshirë bashkëpunimin me njerëz të tjerë, punën në ekip, mbështetjen e ndërsjellë, këmbënguljen dhe vullnetin të gjitha këto faktorë e kompensojnë mungesën e mbështetjes institucionale, si dhe i shmangin pengesat e vazhdueshme sistematike (institucionale apo në shoqëri) që dëmtojnë gratë.

Një çështje tjetër e theksuar nga të anketuarat është edukimi i vajzave, stimulimi i vetëbesimit, sigurisë në vete dhe këmbënguljes së tyre, si dhe ngritja e vetëdijes së tyre në lidhje me barazinë gjinore. Ata gjithashtu theksuan që djemtë duhet rritur në atë mënyrë që t'i respektojnë gratë dhe të promovojnë barazinë gjinore në vend të roleve gjinore patriarkale në shtëpi dhe në shoqëri.

“ Në fakt, unë besoj se gratë janë më aktive. Fatkeqësisht në këtë shoqëri shoviniste dhe patriarkale, kur gratë marrin iniciativë, na jepet shumë pak vëmendje. Iniciativat tona madje mund të përqeshen, ndryshe nga iniciativat e përziera ose iniciativat e burrave. Kam përshtypjen se ne perceptohemi si gjithmonë të pakënaqura; gjithnjë duke kërkuar diçka që nuk e kemi ... kështu që mendoj se edhe pse gratë marrin iniciativa, nuk ka asnjë reagim. Kjo është përvoja ime. ”

Femër, 28, Kumanovë

PROCESI ZGJEDHOR

Pjesëmarrësit e grupeve të fokusit kanë tendencë t'i lidhin zgjedhjet në vend me frazat në vijim: “tepër të shpeshta”, “shpenzime të mëdha për buxhetin e vendit”, “fushata të shtrenjta parazgjedhore”, “monotoni”, “premtime të rreme” dhe “sulme midis kundërshtarëve politikë

A besoni se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve?

70%	22%	1%	7%
Po	Jo	Refuzon të përgjigjet	Nuk e din

Shtatë nga dhjetë të anketuara besojnë se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve, ndërsa dy në dhjetë nuk e besojnë këtë.

Më shumë gra (22%) sesa burra (15%) nuk besojnë në rëndësinë e çdo vote dhe arsyeja e skepticizmit mund të jetë për shkak të shkallës më të ulët të besimit dhe sigurisë së grave në institucionet e sistemit, duke përfshirë këtu edhe ato gra të cilat janë të kyqura në administrimin e zgjedhjeve.

Pothuajse dy të tretat e të anketuarave (64%) tregojnë se votimi në vetvete nuk është i mjaftueshëm për të angazhuar qytetarët në ndryshime të politikave, 23% besojnë se votimi mund të shkaktojë ndryshim apo ndikim mbi politikat, ndërkohë që 11% thonë se nuk kanë njohuri mbi këtë çështje.

Parimi i pranuar përgjithësisht se gratë shmangen nga pjesëmarrja e publikut është gjithashtu i zbatueshëm këtu. Gjegjësisht, ndërsa shumica e grave besojnë se votimi nuk është i mjaftueshëm për të përfshirë qytetarët në ndryshime të politikave, ato gjithashtu hezitojnë të angazhohen më shumë. Prandaj, mungesa e angazhimit është një çështje komplekse, e cila nuk varet vetëm nga mungesa e vetëdijes politike dhe si e tillë kërkon analiza dhe interpretime të mëtejshme.

Motivimi për të votuar

Sa rregullisht ju votoni?

52% rregullisht

21% shpesh

13% ndonjëherë

6% zakonisht jo

5% asnjëherë

Pesëdhjetë e dy përqind (52%) e të anketuarave në sondazh tregojnë se ata votojnë pothuajse rregullisht, 21% shpesh, 13% ndonjëherë, 6% zakonisht abstenojnë dhe 5% abstenojnë rregullisht.

Dyzet e dy përqind (42%) e të anketuarave në sondazh votojnë për parti të ndryshme politike gjatë cikleve të ndryshme zgjedhore, ndërsa 39% votojnë rregullisht për të njëjtën parti.

Faktorët që ndikojnë në vendimin e tyre për të votuar

Tre faktorët kryesorë që ndikojnë pozitivisht në vendimin e të anketuarave për të votuar janë: perceptimi se votimi është një e drejtë dhe detyrë qytetare (53%), perspektivat për një të ardhme më të mirë (41%) dhe frika se vota e tyre do të vidhet (26%).

Gjashtëdhjetë e dy përqind (62%) e grave të anketuara tregojnë se vendimi i tyre për të votuar zakonisht ose shumë shpesh përputhet me atë të familjeve të tyre, ndërsa 26% pohuan se vendimi i tyre është i njëjtë ose se është shpeshherë i njëjtë me atë të miqve të tyre.

53%

Civic right and duty



41%

Ardhmëri më e mirë



26%

Frika se dikush do ta vjedhë votën e tyre



Pjesëmarrësit e sondazhit do të dëshironin të shihnin më shumë njerëz të njohur, dhe të rinj në listat e kandidatëve.

Nëse në listat e kandidatëve ka përfaqësues të grupeve në vijim, sa gjasa ka që ju të votoni për atë parti politike?

Përfaqësuesit e komunitetit lokal

6%

9%

45%

40%

Gra

5%

7%

47%

41%

Të rinjë

5%

7%

41%

47%

Njerëzit familjarë



Ka më shumë

Nuk ka ndikim

Ka më pak gjasa

Nuk e din

Është interesante se, edhe pse gratë nuk shqetësohen për nevojat specifike të gjinisë së tyre ose me përfaqësim të barabartë gjinor, ato priren të shprehin kënaqësi kur gratë janë aktive në politikë dhe preferojnë të votojnë për gratë.

Kështu, ekziston një mospërputhje midis të kuptuarit të barazisë gjinore dhe zbatimit të saj praktik (p.sh. gratë që kandidojnë për funksione politike). Kjo mospërputhje mund të jetë rezultat i përpjekjeve të pamjaftueshme të institucioneve arsimore, shoqërisë civile dhe mediave për të rritur ndërgjegjësimin e publikut për rëndësinë e barazisë gjinore dhe për të shmangur stigmatizimin e fjalës “feminizëm”.

Demotivimi për të votuar

Pakënaqësia me qeverinë në detyrë dhe partitë politike është faktori kryesor që ndikon në vendimin e pjesëmarrësve të sondazhit për të abstenuar nga votimi.

Çfarë mund të ndikojë në vendimin tuaj për të mos votuar?

Nuk u besoj partive politike

10%

Nuk më intereson politika

7%

Të gjitha parti politike janë të njëjta për mua

10%

Nuk ka asnjë parti/politikan që përfaqëson interesat dhe vlerat e mia

6%

Nuk kam informacion të mjaftueshëm në lidhje me programet zgjedhore partiake

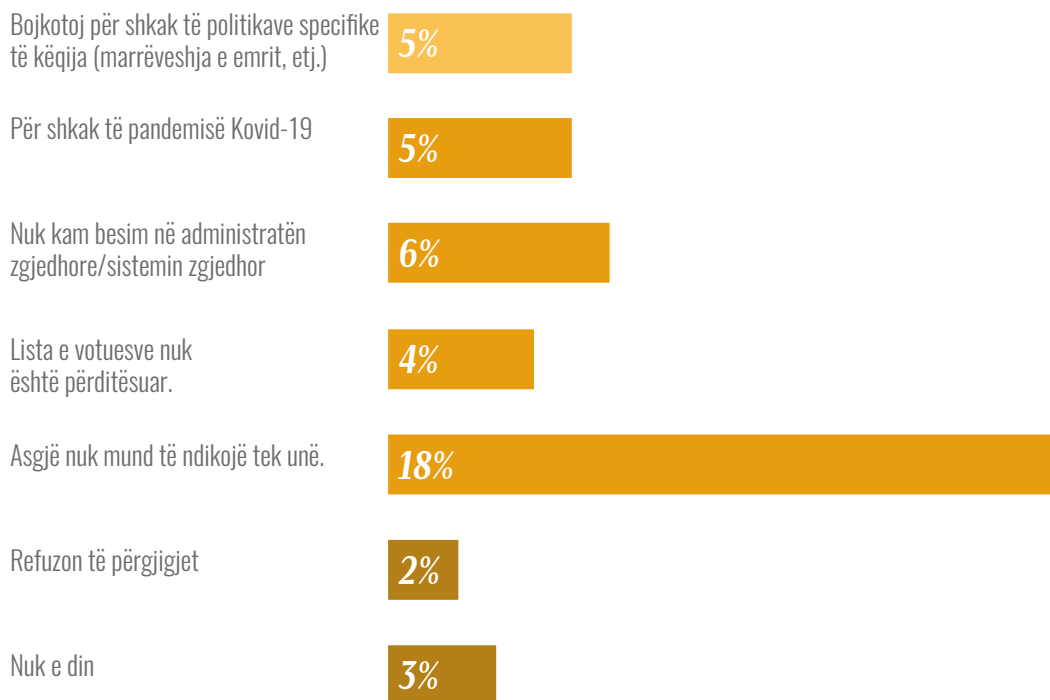
3%

Jam i zhgënjyer me qeverisjen aktuale

14%

Sistemi aktual favorizon partitë e zgjedhura.

6%



Përqindja e lartë e grave (7 nga 10) ,që besojnë se çdo votë është e rëndësishme, përputhet me gjetjet e fokus grupit, se një pjesë e votuesve femra të pakënaqura konsiderojnë bojkotimin e zgjedhjeve si një mënyrë për të shprehur zhgënjimin dhe revoltën kundër partive politike dhe për të kërkuar ndëshkimin përkatës për premtimet e tyre të porealizuara.

“ Ndoshta do të ishte më mirë nëse shumica e njerëzve nuk do të dilnin për të votuar. Nëse ka një numër të madh të votuesve të pakënaqur që nuk dalin për të votuar, atëherë partitë politike mund të alarmohen se diçka me të vërtetë nuk është në rregull. Unë mendoj se ky do të ishte një mesazh i mirë për ata, që të fillojnë të mendojnë për këtë vend dhe këta njerëz. ”

Femër, 39, Shkup

KOMUNIKIM ME KANDIDATËT DHE PARTITË

Televizioni (55%), mediat sociale (15%), portalet në internet (11%), miqtë dhe anëtarët e familjes (6%) janë burimet kryesore të informacionit rreth zgjedhjeve për të anketuarat.

Pjesëmarrëset në studim vunë në dukje se lajmet (51%) dhe debatet (26%) janë mënyrat më të praktikuara të marrjes së informacionit, ndërsa një në dhjetë të anketuara (13%) nuk kërkojnë fare informacione zgjedhore.

Ku i merrni informacionet për zgjedhjet?



Media (19%), komunikimi derë më derë (14%) dhe komunikimi personal në grupe më të vogla (14%) janë **llojet më të preferuara të komunikimit me kandidatët e partive dhe përfaqësuesit e zgjedhur midis zgjedhjeve**. Njëzet e dy përqind (22%) e të anketuarave mbështeten në të kaluarën politike të kandidatëve në marrjen e një vendimi të informuar.

Llojet e njëjta të komunikimit preferohen edhe me kandidatët para zgjedhjeve: media (30%), komunikimi derë më derë (22%) dhe komunikimi personal në grupe më të vogla (22%), ndërsa 32% e të anketuarave mbështeten mbi të kaluarën politike të kandidatëve në marrjen e një vendimi të informuar.

Pjesëmarrësit e sondazhit presin që partitë politike:

- ♦ Të nxisin diskutime të hapura me qytetarët në lidhje me çështjet lokale dhe të sugjerojnë zgjidhje.
- ♦ Të familjarizohen me komunën, shqetësimet dhe problemet lokale.
- ♦ Të marrin masa për të përmirësuar sigurinë e fëmijëve në oborret e shkollave.
- ♦ Të theksojnë nevojën për qendra për fëmijët me autizëm, programe mbështetëse dhe mbrojtëse për kategoritë e ndjeshme sociale, përfshirë prindërit e vetëm.
- ♦ Të ulin korrupsionin në institucionet shtetërore.
- ♦ Të respektojnë të drejtat dhe liritë e njeriut.

BARRIERAT

Pjesëmarrja dhe përfaqësimi i pabarabartë në jetën politike dhe në angazhimin qytetar është sfida kryesore e çdo shoqërie demokratike, duke përfshirë Maqedoninë e Veriut. Pabarazia gjinore është arsyeja kryesore për pjesëmarrjen dukshëm më të ulët të grave në jetën socio-politike krahasuar me burrat. Pavarësisht nga njohja zyrtare e të drejtave të barabarta politike të grave dhe burrave, pjesëmarrja socio-politike (anëtarësia dhe pjesëmarrja në parti politike, kandidimi për poste, zgjedhja dhe postet brenda organeve legjislative ose administrative) mbetet e dominuar nga burrat. Zhvillimi i shoqërisë varet nga njohja e plotë e përvojave, aftësive dhe shqetësimeve të grave dhe pjesëmarrja e plotë dhe përfaqësimi i tyre në vendimmarrjen legjislative.

Studimi ka identifikuar faktorët dhe pengesat kryesore që ndikojnë në pjesëmarrjen qytetare dhe politike të grave. Pengesat lidhen me faktorët socio-ekonomikë, kapacitetin dhe ndikimin kulturor.

Sistemi patriarkal i vlerës që përcakton vendin (në shtëpi) dhe rolin (nëna, motra, gruaja) e grave në shoqëri.

Duke u nisur nga ajo që u tha më sipër, **bëhet e qartë mungesa e kohës** për shkak të rolit të grave si ofruese e kujdesit parësor në familje dhe për shkak të ngarkesës së punës në familje

Vështirësi për t'u lidhur me tema dhe çështje politike, veçanërisht ato që nuk i prekin drejtpërdrejt.

Mungesa e njohurive rreth formave të ndryshme të pjesëmarrjes qytetare dhe politike: mundësitë e disponueshme për pjesëmarrje, përfitimet nga pjesëmarrja, etj., veçanërisht në mesin e grave me arsim dhe status socio-ekonomik të ulët.

Skepticizmi rreth fuqisë së tyre për të ndikuar në politikën në vend dhe për të përmirësuar cilësinë e jetës.

Ndjenja se nuk i marrin seriozisht edhe besimi se iniciativat e ngritura nga gratë janë më pak efektive në krahasim me iniciativat e burrave ose të përziera gjinore.

Mungesë e aftësive dhe njohurive për të marrë pjesë me besim, veçanërisht në jetën politike për shkak të perceptimit të rrënjësor historikisht se burrat janë të përshtatshëm për jetën politike ndërsa gratë për rolin riprodhues dhe të kujdesit familjar.

REKOMANDIME

Në përgjigje të këtyre sfidave dhe pengesave të identifikuara, rekomandohen një sërë ndërhyrjesh që mund të kontribuojnë në mënyrë efektive për të përmirësuar pjesëmarrjen qytetare dhe politike të grave në vend:

Të rritet ndërgjegjësimi në lidhje me rëndësinë e pjesëmarrjes së grave në çështjet civile dhe politike në shoqëritë demokratike për të kundërshtuar stereotipat gjinorë dhe për të kontribuar në ndërtimin e një kulture politike të favorshme për pjesëmarrjen e grave në të gjitha nivelet e shoqërisë:

- Të theksohet rëndësia e përfitimeve nga pjesëmarrja socio-politike.
- Të zërthehen stereotipat dhe paragjykimet.
- Të promovohet barazia e grave në politikën e partive politike dhe shoqërinë në tërësi.
- Të përdoret imazhi pozitiv i përfaqësuesve politikë të grave në fushatat politike.
- Sjellja e anëtarëve të partisë të jetë në përputhje me vlerat e barazisë gjinore.
- Të ndërtohen aleanca me burra dhe organizata të tjera të grave për të promovuar pjesëmarrjen e grave në jetën publike dhe politike.
- Të forcohet trajnimi qytetar në sistemin arsimor zyrtar në të gjitha nivelet dhe të nxitet arsimi i të rriturve për barazinë gjinore dhe mosdiskriminimin

Të rritet rëndësia dhe kuptimi i pjesëmarrjes qytetare dhe politike

- Të edukohen gratë për rëndësinë e pjesëmarrjes.
- Të vendoset lidhja midis shqetësimit dhe problemet konkrete të grave me fuqinë e tyre për të ndikuar në politikën dhe procesin e vendimmarrjes në përgjithësi.
- Të zbatohen fushata me një çështje të vetme që kanë në shënjestër gratë dhe që adresojnë çështje përkatëse të politikave ose vendimet e ardhshme politike dhe kanë fuqinë për t'i angazhuar ato.
- Të nisen aktivitete të përbashkëta të komunitetit në nivel mikro me organizata dhe ekspertë që merren me çështje të interesit p.sh. fëmijët, sigurinë e trafikut, ndriçimin e hapësirave publike, sistemet e furnizimit me ujë.
- Të vendose problemet dhe shqetësimet e grave në programet partiake dhe ato të trajtohen me masa të veçanta.

Të forcohet besimi i tyre se mund të kenë ndikim në komunitet ose shoqëri.

- ♦ Të promovohen aktivistë të ndryshëm nga të dy gjinitë dhe të përdoren shembuj që mund të tregojnë se aktivizmi, përfshirë ai për të drejtat e grave, ka rëndësi dhe ka fuqinë për të përmirësuar dhe korrigjuar shoqërinë.
- ♦ Të promovohen histori të suksesit të projekteve më të vogla të komunitetit me të cilat janë zgjedhur probleme ose shqetësime të grave.
- ♦ Të promovohen mënyrat se si gratë mund të kenë ndikim dhe të theksohet roli i gruas si agjente për ndryshime pozitive shoqërore.
- ♦ Të rritet dukshmëria e nismave femërore, të përqendrohet vëmendja dhe të zbulohen pengesat institucionale që rezultojnë me praktika me paragjykim gjinor.
- ♦ Të krijohen mekanizma për të konsultuar dhe komunikuar me gratë në Bashkësitë lokale kur krijohen programe ose politika partiake.
- ♦ Formatet që duhet të merren në konsideratë janë: dëshmitë, rrëfimet e palëve të treta, projekte të komunitetit në nivelin mikro të mundësuar nga partitë politike ose organizata të tjera dhe kontakte të drejtpërdrejta.

Inicim i pjesëmarrjes

- ♦ Të ftohen gratë që të merren drejtpërdrejt me aktivitete të ndryshme qytetare (për shkak të vetë-iniciativës më të ulët).
- ♦ Të demonstrohet mbështetja dhe vlerësimi ndaj nismave të grave.
- ♦ Të promovohen kanalet, metodat për pjesëmarrje dhe angazhimi me ndjeshmëri ndaj nevojave dhe prioritetëve të grave.
- ♦ Të sigurohet mbështetje dhe fleksibilitetit duke marrë parasysh punët e tyre të përditshme për të siguruar praninë dhe pjesëmarrjen e tyre
- ♦ Të përdoret fuqia e motivimit kolektiv – të ftohen grupet e miqve, kolegëve, lagjen, etj.

Të forcohen i kapacitetet

- ♦ Të ndërtohen kapacitete për të zhvilluar aftësi të rëndësishme për pjesëmarrjesi për shembull: aftësi drejtuese, të folurit në publik, paraqitje publike, etj.
- ♦ Të ofrohen trajnime mediatike për gratë aktiviste dhe/ose politikanet për të mbështetur fushatat mediatike efektive për të promovuar agjendën e tyre.

Të krijohen aleanca

Me mediat (tradicionale dhe jotradicionale)

Media mund të luajë një rol të rëndësishëm në mbështetjen e pjesëmarrjes së ekuilibruar të grave në vendimmarrjen politike dhe publike, duke kryer një mbulim të barabartë të grave kandidate, duke u përqëndruar në kontributet pozitive të grave në jetën politike dhe civile, dhe duke shmangur vazhdimin e stereotipeve negative. Këto veprime mund të ndihmojnë në sfidimin e qëndrimeve negative ndaj pjesëmarrjes politike dhe qytetare të grave ose në sfidimin e mungesës së besimit dhe mbështetjes për kandidatët femra midis votuesve. Mediat duhet të:

- ♦ Edukojnë dhe sensibilizojnë për rëndësinë e pjesëmarrjes së gruas në jetën socio-politike.
- ♦ Promovojnë pjesëmarrjen dhe interesat e grave.
- ♦ Theksojnë parimet e barazisë gjinore dhe mosdiskriminimit.
- ♦ Sigurojnë që gratë dhe burrat të kenë mundësi të barabarta (koha e transmetimit, ftesat për debate, temat për diskutim) gjatë fushatave zgjedhore.
- ♦ Promovojnë shembuj pozitivë të aktivizmit dhe pjesëmarrjes politike të grave.
- ♦ Promovojnë projekte më të vogla të komunitetit të iniciuara dhe të drejtuara nga gratë.
- ♦ Promovojnë mënyra dhe rrugë për pjesëmarrjen e grave, përfshirë promovimin e OJQ-ve.
- ♦ Kontribuojnë në ndërtimin e një kulture politike që inkurajon pjesëmarrjen e grave në të gjitha nivelet e shoqërisë, pa frikë nga abuzimi seksual, misogjinist ose fanatik dhe gjuha e urrejtjes, frikësimi dhe dhuna.
- ♦ Përdorin pjesën argëtuese të programit për të rritur ndërgjegjësimin për rëndësinë e pjesëmarrjes aktive të grave, p.sh. serial filmik mbi aktivizmin femëror, përmbajtje që promovon udhëheqëse femra dhe shembuj pozitivë.

Me OJQ-të (veçanërisht ato që merren me barazinë gjinore)

- ♦ Të krijohen hapësira dhe mundësi mbështetëse për gratë që të bashkohen dhe të veprojnë për çështje për të cilat kanë interes.
- ♦ Të sigurohen udhëzime dhe burime që do t'i inkurajojnë të rinjtë të marrin pjesë me besim në jetën qytetare.
- ♦ Të sigurohen formate për angazhimin e grave.
- ♦ Të shërbejnë si një burim mbështetjeje dhe fuqizimi për iniciativat e grave.
- ♦ Të përdoren OJQ-të si një lidhje midis grave në Bashkësitë lokale dhe autoriteteve qendrore.
- ♦ Të sigurohen mekanizma që do të mbështesin dialogun midis grave dhe autoriteteve qendrore për të mbështetur rritjen e pjesëmarrjes së grave.
- ♦ Të përdoren OJQ-të për të promovuar gratë drejtuese në mënyrë që të japin shembull për gratë e tjera.

Me ndikues/ persona të famshëm

Vendosja e partneritetit me ndikues dhe persona të famshëm, në veçanti me ata që merren me çështje të rëndësishme për gratë, për të promovuar pjesëmarrjen qytetare të grave. Përdorimi i ndikimit të tyre për të rritur ndërgjegjësimin për rëndësinë e pjesëmarrjes së grave për një cilësi më të mirë të jetës dhe ndikimit duke dhënë shembull.

Të zgjidhen kanale përkatëse të komunikimit

Hulumtimi tregon se gratë në përgjithësi i besojnë më pak medias dhe kanë tendencë të kontrollojnë dy herë informacionin e dhënë. Rekomandohet shumë komunikimi i hapur dhe i sigurtë, pavarësisht nga lloji i kanalit.

Përdorimi i TV për të arritur deri te gratë

- ♦ Të promovohen gratë aktiviste dhe shembujt pozitivë të grave politikane.
- ♦ Të promovohen temat e rëndësishme për gratë përmes debateve, programeve, etj., Veçanërisht ato që përqendrohen tek sfidat e tyre të përditshme.
- ♦ Të përfshihen dhe promovohen gratë pjesëmarrëse në debate mbi tema që zakonisht nuk konsiderohen “tema të grave” dhe të sigurohet që të merren parasysh pikëpamjet e grave.
- ♦ Të promovohen parimet e barazisë gjinore dhe mosdiskriminimit.
- ♦ Të përdoren formate të tjera dhe jo vetëm paraqitjet standarde televizive politike. Të përfshihen tema në lidhje me pjesëmarrjen e grave në shfaqje argëtuese, programe të mëngjesit, etj.

Të organizohen takimeve ballë për ballë ose ngjarje të tjera të komunitetit

Të përdoret potenciali i formateve të cilat ato i njohin për diskutuar tema në një mjedis joformal, në vend që të organizohen ngjarje në të cilat nuk janë të gatshme të marrin pjesë.

- ♦ Të përdoren formate që lehtësojnë ndërveprimin e drejtpërdrejtë siç janë: tubimet e vogla, takimet joformale lokale për të ndërtuar marrëdhënie besimi dhe për të forcuar vetë-perceptimin e tyre pozitiv.
- ♦ Të zbatohet një qasje gjinore në organizimin e takimeve dhe/ose rregullimi dhe ofrimin e kujdesit dhe argëtimit shtesë për fëmijët e tyre
- ♦ Të propozohen projekte ose aktivitete të komunitetit që kanë potencialin të grumbullojnë njerëz ose grupe specifike nga komuniteti.

Të përdoren mediat sociale për të arritur deri te gratë më të reja.

Mediat sociale janë kanali kryesor i informacionit me një potencial të madh për të angazhuar pjesën më të re të popullsisë:

- ♦ Të promovohen temat rinore
- ♦ Të promovohen gratë kandidatë
- ♦ Të promovohen shembuj pozitivë të aktivizmit të grave dhe ndikimit të tyre.
- ♦ Të promovohet kultura partiake e mosdiskriminimit dhe barazisë
- ♦ Të mundësohet shprehja se lirë të mendimit (sondazhe, debate, komente) etj.
- ♦ Të mundësohen dhe mbështeten nismat

Të përdoren kanale të tjera jo-tradicionale

- ♦ Të organizohen trajnime falas për leadershipin, paraqitjen publike, etj.
- ♦ Të organizohen aktivitete dhe ngjarje humanitare për të nxitur interes dhe pjesëmarrje
- ♦ Të organizohen aktivitete në palestër apo ngjitje në mal
- ♦ Të organizohen kurse, konferenca dhe punëtori profesionale

- ♦ Të organizohen festivale të filmit që trajtojnë aktivizmin e grave
- ♦ Koncerte, pikniqe dhe ngjarje të tjera.



GRATË NGA

ZONAT RURALE

Gjetjet kyqe nga hulumtimi sasior dhe cilësor

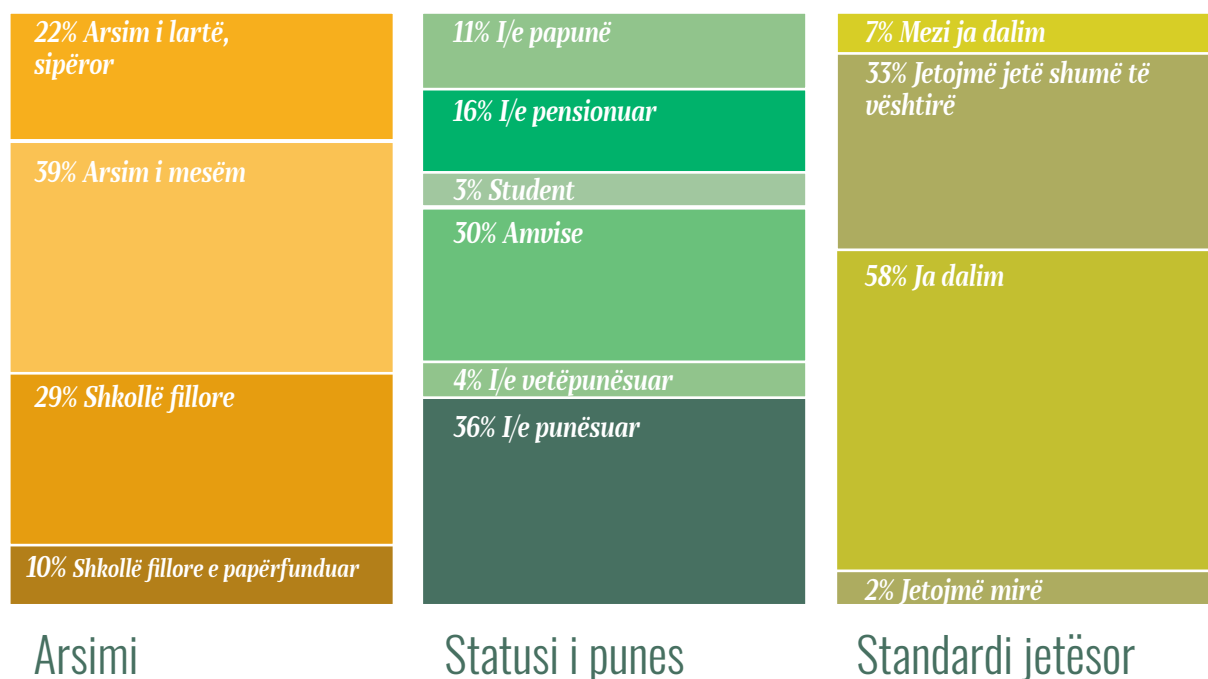
Gratë nga zonat rurale - përkufizimi dhe madhësia

Sipas të dhënave nga Enti shtetëror i statistikave për qershorin e vitit 2020, në Maqedoninë e Veriut ka gjithsej 839,730 gra mbi moshën 18 vjeç, prej të cilave 40% jetojnë në vendbanime rurale.

Një studim i vitit 2015 mbi pjesëmarrjen e grave nga zonat rurale në politikë zbuloi se pjesëmarrja aktive politike e grave rurale ndikohet negativisht nga përgjegjësitë e tyre në shtëpi dhe mungesa e infrastrukturës siç është kujdesi ditor për fëmijët.¹¹ Në lidhje me votimin familjar, ekziston një mendim i përhapur në mesin e ekspertëve se gratë në zonat rurale janë të ekspozuara ndaj presionit të fortë bashkëshortor në lidhje me votimin.¹² Gratë nga zonat rurale janë gjithashtu të nënpërfaqësuar në diskursin publik dhe në jetën publike.

Profili demografik

Gjithsej 274 gra nga zonat rurale morën pjesë në anketën sasiore ballë për ballë. Sondazhi u plotësua me një fokus grup për të siguruar një analizë shtesë cilësore të profilit.



11 ISSHS dhe Akcija Zdruzenska: "Women's Equality in Decision Making and the Issue of Gender Equity Promotion in Polog Region" [„Barazia e grave në vendimmarrje dhe çështja e promovimit të barazisë gjinore në rajonin e Pollogut“], (Skopje, 2015), available at <https://tinyurl.com/v4ot9k9>, e qasur në tetor 2020.

12 Intervistë me Xhabir Derallën, Drejtor ekzekutiv i Civil, në 10 shkurt 2020.

TEMAT E INTERESIT

Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

Sa jeni e interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?

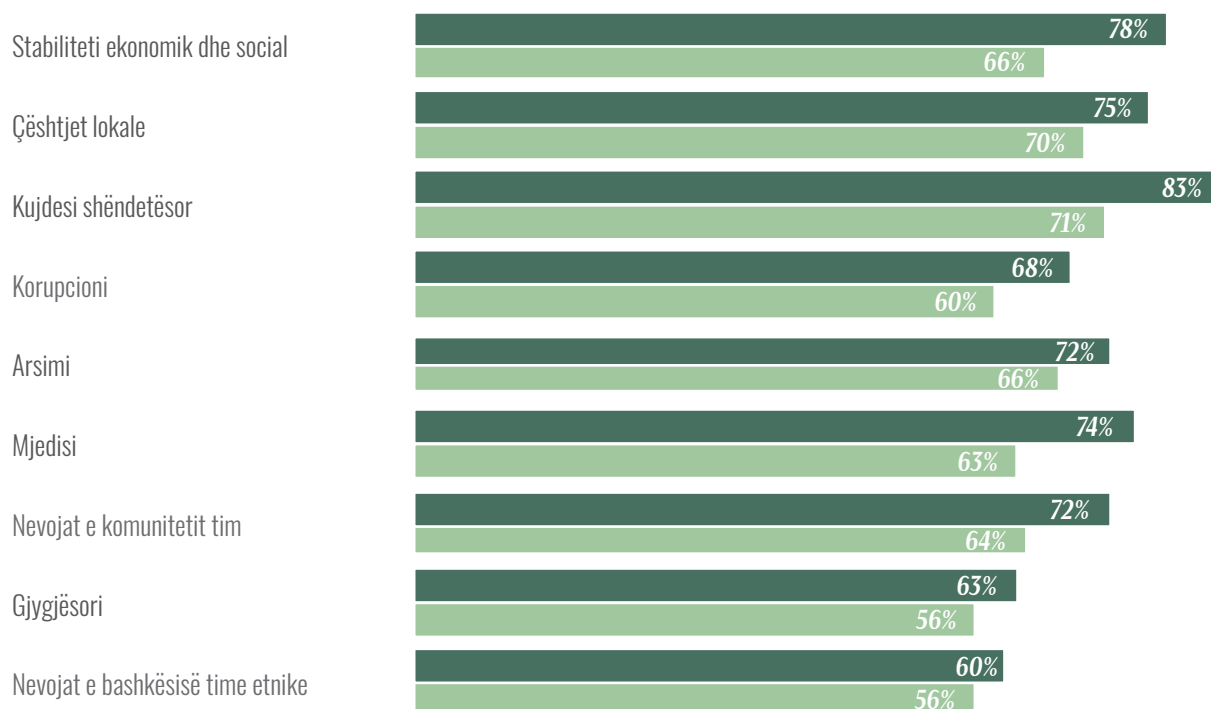


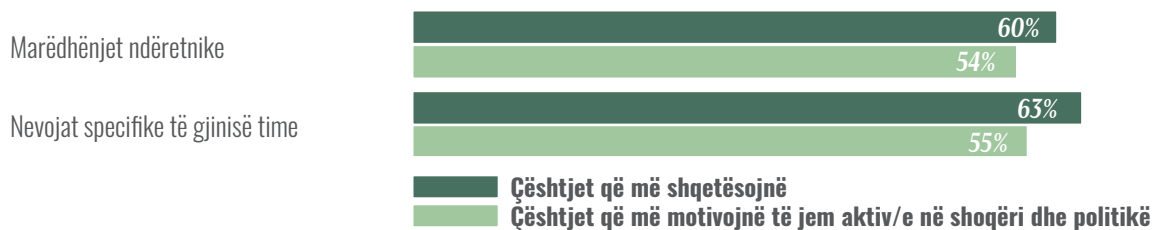
Hulumtimi tregon se 53% e grave të anketuara që jetojnë në vendbanime rurale janë “aspak” ose “jo shumë të interesuara” për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë, ndërsa 37% janë “shumë” ose “disi të interesuara”. Nuk ka asnjë ndryshim në lidhje me interesin e treguar krahasuar me gratë nga zonat urbane . Pak më shumë se gjysma e këtyre grave (55%) rrallë ose kurrë nuk diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë, krahasuar me 46% të grave nga zonat urbane që nuk janë të gatshme të diskutojnë çështjet socio-politike.

Shqetësime

Sa mendoni se ju shqetësojnë informacionet/ çështjet/ temat e mëposhtme?

Sa do të thoshit se çështjet/temat e mëposhtme ju motivojnë të jeni aktiv/e në shoqëri dhe në politikë?





Kujdesi shëndetësor (83%), stabiliteti ekonomik dhe social (78%) dhe çështjet lokale (75%) janë tre shqetësimet kryesore të të anketuarve. Këto çështje, përfshirë arsimin, konsiderohen motivuesit kryesorë për aktivizimin e tyre shoqëror dhe politik.

Ky grup shqetësohet më së paku për relacionet ndëretnike dhe për nevojat specifike të grupit të tyre etnik, gjinisë së tyre dhe për gjyqësorin.

Rezultatet që i referohen “nevojave specifike të gjinisë së tyre” mund të lexohen së bashku me mungesën e njohurive dhe verbërinë gjinore ndaj shqetësimeve të tyre në shoqëri, duke përjashtuar pabarazinë gjinore dhe disavantazhin sistematik dhe diskriminimin ndaj grave.

BURIMET E INFORMACIONIT

Hulumtimi, dhe në veçanti diskutimet në grupet e fokusit, tregojnë se gratë rurale janë më së shumti të interesuara për informacionet në lidhje me KOVID-19, arsimin, papunësinë, problemet e të rinjve, si dhe situatën aktuale politike dhe formimin e qeverisë së re¹¹.

Shqetësimet e tyre kryesore lidhen me çështje dhe probleme lokale duke përfshirë:

- ♦ Mungesën e ujit të pastër për pije.
- ♦ Mungesën e kanalizimeve dhe sistemeve të ujërave të ndotura.
- ♦ Infrastrukturën e dobët, rrugët e pashtuara, rrugët e përmbytura për shkak të reshjeve të mëdha të shiut.
- ♦ Qentë e pastrehë.
- ♦ Mungesën e kopshteve.
- ♦ Sistemin e dobët të furnizimit me energji elektrike që rezulton me ndërprerje të shpeshta.

“ Për momentin ndodhem me fëmijët e mi... por do të përpiqem t’ju jap mendimin tim. Si pjesëmarrëset e tjera, edhe unë jam gjithashtu e shqetësuar për pandeminë dhe kujdesin shëndetësor në vendin tonë. Ka pasur periudha kur kam qenë e interesuar për politikë, por jo kohët e fundit. Qëndroj jashtë kësaj çështje ”
Femër, 38, Tearcë

¹¹ Puna e hulumtimit në terren (intervistat dhe fokus grupet) përkoi me konsolidimin e qeverisë pas zgjedhjeve parlamentare të qershorit, 2020.

Më shumë se gjysma e grave nga zonat rurale (55%) tregojnë se televizioni është burimi kryesor i informacionit.

TV 55%

Më shumë se gjysma e grave nga zonat rurale të anketuara (55%) krahasuar me 52% gra në përgjithësi ose 49% gra nga vendbanimet urbane, treguan se televizioni është burimi i tyre kryesor i informacionit, 24% e të anketuarve theksojnë se mësojnë për ngjarjet aktuale dhe zhvillimet politike përmes rrjeteve sociale, 7% zakonisht informohen përmes portaleve në internet, 5% përmes familjes dhe miqve të tyre, ndërsa 7% nuk janë fare të informuara.

Ashtu si me gratë nga vendbanimet urbane, gjetjet e fokus grupeve me gratë nga zonat rurale tregojnë nivelin e ulët të besimit në media dhe një tendencë për të ndjekur informacionin nga disa media të ndryshme për të krahasuar informacionin dhe për të formuar mendimin e tyre.

Në të njëjtën kohë, disa të anketuara deklaruan se ato vendosin të mos informohen fare nga faqet e internetit të institucioneve dhe komunave sepse për mendimin e tyre të gjitha informacionet në këto faqe interneti janë të vjetruara dhe jo të plota.

Unë nuk përdor rrjete sociale por ndjek kanale të ndryshme televizive, Alsat, TV 21, Telma ... Unë dëgjoj dhe lexoj lajmet, por nuk u besoj atyre. Ata raportojnë lajmin, por kush e di nëse është i vërtetë.

Femër, 38, Tearcë

PJESËMARRJA QYTETARE

Tetë nga dhjetë të anketuara nuk kanë qenë asnjëherë të përfshirë ose nuk kanë ndërmend të përfshihen në aktivitete qytetare

A keni qenë e përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshime në komunitet ose në vendin ku jetoni?



A jeni i interesuar për përfshirje më aktive qytetare?



0%

100%

Po

Jo

Nuk e din / Refuzon të përgjigjet

Diskutimi brenda grupeve të fokusit tregon disa faktorë që kontribuojnë në përfshirjen dhe pjesëmarrjen e ulët qytetare të grave nga zonat rurale:

- ♦ Vazhdimësia e stereotipeve dhe paragjykimeve ndaj grave.
- ♦ Mungesa e vetëbesimit dhe vetëdija e ulët për të drejtat e tyre.
- ♦ Diskriminimi i grave për sa i përket moshës, pamjes fizike dhe orientimit politik.
- ♦ Ngarkesa e tepërt e punës me përgjegjësitë familjare dhe me kujdesin për fëmijët dhe të moshuarit.

Duhet theksuar se faktorët e përmendur janë specifike për gratë rurale dhe nuk janë tipike për popullatën e përgjithshme.

“Pajtohem që gratë sot janë shumë më të emancipuara, të arsimuara dhe të vetëdijshme për cilësitë e tyre. Por, të them të drejtën, gratë kanë më shumë përgjegjësi në shtëpi sesa burrat. Kjo është një nga arsytet pse na ndalohet të marrim pjesë në tubime dhe ngjarje të caktuara, sado që ne të duam. Ne jemi shumë më të lidhur me shtëpinë tonë sesa me atë që ndodh jashtë”

Femër, 66, Ilinden

Gratë në zonat rurale e perceptojnë pabarazinë gjinore si një faktor përjashtimi për shkak të përgjegjësiave shtëpiake dhe kujdesit për fëmijët dhe të moshuarit, gjë që kufizon mundësitë e tyre për pjesëmarrje qytetare.

“Unë mendoj se gratë kanë fuqi, por ende nuk ka ardhur koha që bota të pranojë se sa të fuqishme jemi. Edhe pse thuhet se gratë janë të barabarta me burrat, se dhe ato kanë të drejta dhe aftësi, është akoma shumë e vështirë. Unë e them këtë sepse ekzistojnë disa aspekte diskriminimi. Ne nuk diskriminohejmë vetëm si gra, por edhe nga përkatësia e partive politike, pavarësisht nëse jemi të bukura apo jo, pavarësisht nëse jemi më të moshuara apo më të reja.”

Femër, 31, Livadhi

Kur gratë rurale njëkohësisht raportojnë kohë dhe ndihmë të kufizuar me përgjegjësi të përditshme, kjo flet për punën e panjohur dhe të paçmuar që i kufizon këto gra për sa i përket përfshirjes së tyre qytetare. Për më tepër, paragjykimet gjinore dhe stereotipet, duke përfshirë vetëdijen e ulët, u përmendën si faktor demotivues. Këto kontekstualizohen kryesisht brenda kushteve të kufizuara (për shembull, infrastruktura) sesa nën ombrellën e barazisë gjinore.

Faktorët që nxisin përfshirjen

Përgjegjësia e sistemit është motivimi kryesor për gratë e anketuara që ato të përfshihen më tepër në aktivitete që mund të sjellin ndryshime në komunitet, siç vihet re nga 30% e të anketuarave. Faktorë të tjerë të rëndësishëm kanë të bëjnë me përfaqësimin e interesave të tyre (15%) dhe për të siguruar një përfitim personal apo familjar (14%).

Në vijim është dhënë një përmbledhje e rekomandimeve që mund të ndihmojnë në rritjen e përfshirjes qytetare dhe pjesëmarrjes së grave nga zonat rurale:

- Ndarja e punëve të shtëpisë në mënyrë të drejtë midis anëtarëve të familjes dhe mbështetje nga burri dhe anëtarët e tjerë të familjes.
- Rritja e ndërgjegjësimit për të drejtat e grave përmes forumeve të organizuara dhe takimeve joformale në nivelin komunal.
- Ndërtimi i vetëbesimit, ushtrimi fjalimit publik para mediave, në veçanti për gratë e reja.
- Stimulimi i këmbënguljes, vendosmërisë dhe barazisë gjinore gjatë rritjes dhe edukimit të vajzave të reja.

Gjashtëdhjetë e tre përqind (63%) e grave të anketuara që jetojnë në vendbanimet rurale nuk besojnë se mund të kenë një ndikim qytetar, 14% më shumë sesa gratë e anketuara që jetojnë në vendbanimet urbane. Njëzet e tre përqind (23%) e grave rurale të anketuara besojnë se ato mund të kenë një ndikim domethënës në komunën e tyre. Më pak se 5% besojnë se mund të ndikojnë tek Kryeministri, Parlamenti, ministrat dhe Kryetari i shtetit.

Gatishmëria dhe aftësia për të marrë pjesë në aktivitete qytetare

Lidhur me pjesëmarrjen në jetën publike, gratë nga zonat rurale treguan preferencë ndaj sondazheve (38%), broshurave ose fletëpalosjeve si mjete informacioni (36%), si dhe ndaj takimeve me kolegët/miq të për të diskutuar çështje publike të cilat i shqetësojnë personalisht apo familjarisht (34%). Një përqindje dukshëm më e vogël e të anketuarave marrin pjesë në tubime partiake (8%), takimet në internet (12%) dhe debate publike (14%).

Hulumtimi tregon se 63% e të anketuarave nuk besojnë në realizimin e ndryshimeve pozitive (si me angazhim individual (43%) ashtu dhe me angazhim në OJQ (20%)), ndërsa 25% nuk kanë interes për politikë, gjë që shpjegon motivimin e ulët për pjesëmarrje qytetare.

Midis grupit të anketuar të grave nga zonat rurale, përqindja e atyre që nuk besojnë se mund të bëjnë ndonjë ndryshim pozitiv me angazhim individual (43%) është më e lartë krahasuar me gratë nga vendbanimet urbane (27%). Një temë tjetër e theksuar nga të anketuarit është edukimi i vajzave, duke stimuluar vetëbesimin, këmbënguljen dhe ndërgjegjësimin për barazinë gjinore. Në të njëjtën kohë, theksohet rëndësia e edukimit të djemve për të respektuar gratë dhe për të promovuar barazinë gjinore.

promovimi i roleve gjinore patriarkale në familje dhe shoqëri.

Në cilën nga aktivitetet qytetare dëshironi të merrni pjesë?

38%

Të përgjigjeni në pyetsorë



36%

Të lexoni broshurë ose fletushkë



34%

Të takoni kolege/gë, miq për të diskutuar



PROCESI ZGJEDHOR

Pjesëmarrësit e grupeve të fokusit kanë tendencë t'i lidhin zgjedhjet në vend me frazat e mëposhtme: “gënjeshtër”, “premtime të porealizuara”, “njerëzit dhe politikanët jetojnë në univërse paralele”, “sulme dhe shpifje në vend të programeve të mira partiake”.

Shtatë nga dhjetë femra të anketuara që jetojnë në zonat rurale (68%) besojnë se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve, ndërsa dy nga dhjetë (23%) nuk besojnë kështu.



Gjashtëdhjetë përqind (60%) e të anketuarave tregojnë se votimi në vetvete nuk është i mjaftueshëm për të ndikuar në ndryshimin e politikës, 25% besojnë se votimi mund të sjellë ndryshim, ndërsa 13% thonë se nuk dinë asgjë për këtë çështje.

Motivimi për të votuar

Sa rregullisht ju votoni?



Pesëdhjetë përqind (50%) e të anketuarave thanë se votojnë rregullisht, 22% shpesh, 16% ndonjëherë, 6% zakonisht abstenojnë dhe 4% rregullisht abstenojnë nga votimi.

Dyzet e tre përqind (43%) e të anketuarave në sondazh votojnë për parti të ndryshme politike gjatë cikleve të ndryshme zgjedhore, ndërsa 40% votojnë rregullisht për të njëjtën parti.

Faktorët që ndikojnë në vendimin e tyre për të votuar

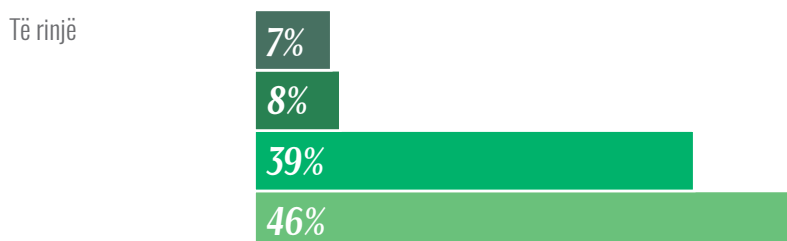
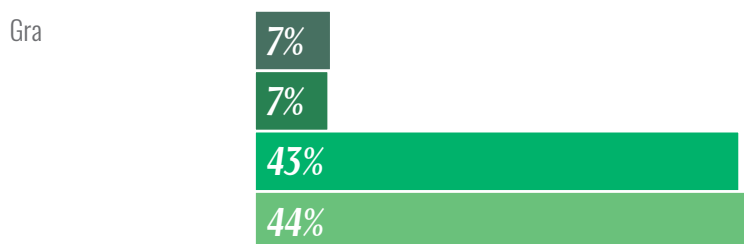
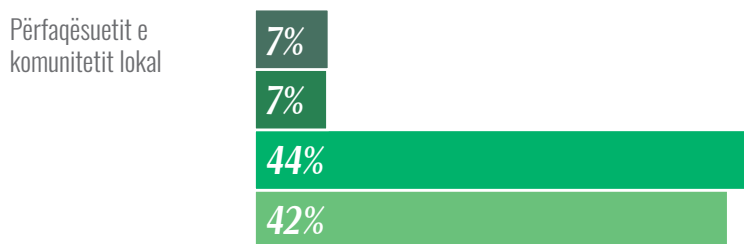
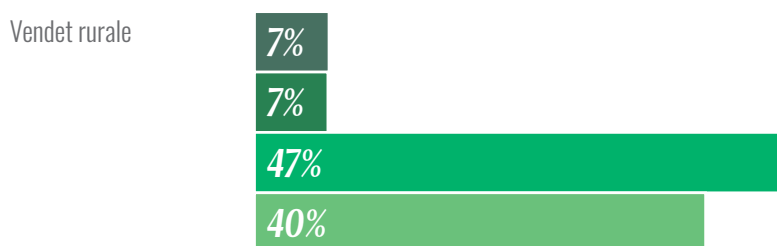
Tre faktorët më të rëndësishëm që ndikojnë pozitivisht te të anketuarat janë: perceptimi se votimi është një e drejtë dhe detyrë qytetare (52%), perspektivat për një të ardhme më të mirë (40%) dhe frika se vota e tyre do të vidhet (27%).

Gjashtëdhjetë e gjashtë përqind (66%) e të anketuarave thonë se vendimi i tyre për të votuar zakonisht ose shumë shpesh përputhet me atë të familjeve të tyre, ndërsa 28% pohuan se vendimi i tyre është i njëjtë apo se është shpeshherë i njëjtë me atë të miqve të tyre.



Pjesëmarrëset e sondazhit do të dëshironin të shihnin më shumë njerëz të njohur, të rinj dhe gra në listat e kandidatëve.

Nëse në listat e kandidatëve ka përfaqësues të grupeve në vijim, sa gjasa ka që ju të votoni për atë parti politike?



Njerëzit familjarë

8%

8%

37%

48%

Ka më shumë

Nuk ka ndikim

Ka më pak gjasa

Nuk e din

“ Ne duhet të luftojmë vetëm dhe të mos nënvlerësojmë aftësitë tona, sepse, të jemi të sinqertë, ne jemi më të zgjuara se burrat. Jemi këmbëngulëse, nëse vendosim një qëllim, nuk dorëzohemi dhe shkojmë deri në fund. Kjo është arsyeja pse ne nuk duhet ta lejojmë veten të jemi qytetarë të klasit të dytë dhe duhet të përfshihemi më shumë në politikë. ”

Femër, 38, Tearcë

Demotivimi për të votuar

Pakenaqesia nga qeveria ne fuqi dhe partite politike, është faktori kryesor që ndikon abstenimin nga votimi te pjesemarresve te sondazhit.

Çfarë mund të ndikojë në vendimin tuaj për të mos votuar?

Unë nuk u besoj partive politike

8%

Nuk më intereson politika

6%

Të gjitha parti politike janë të njëjta për mua

8%

There is no party/politician who represents my interests

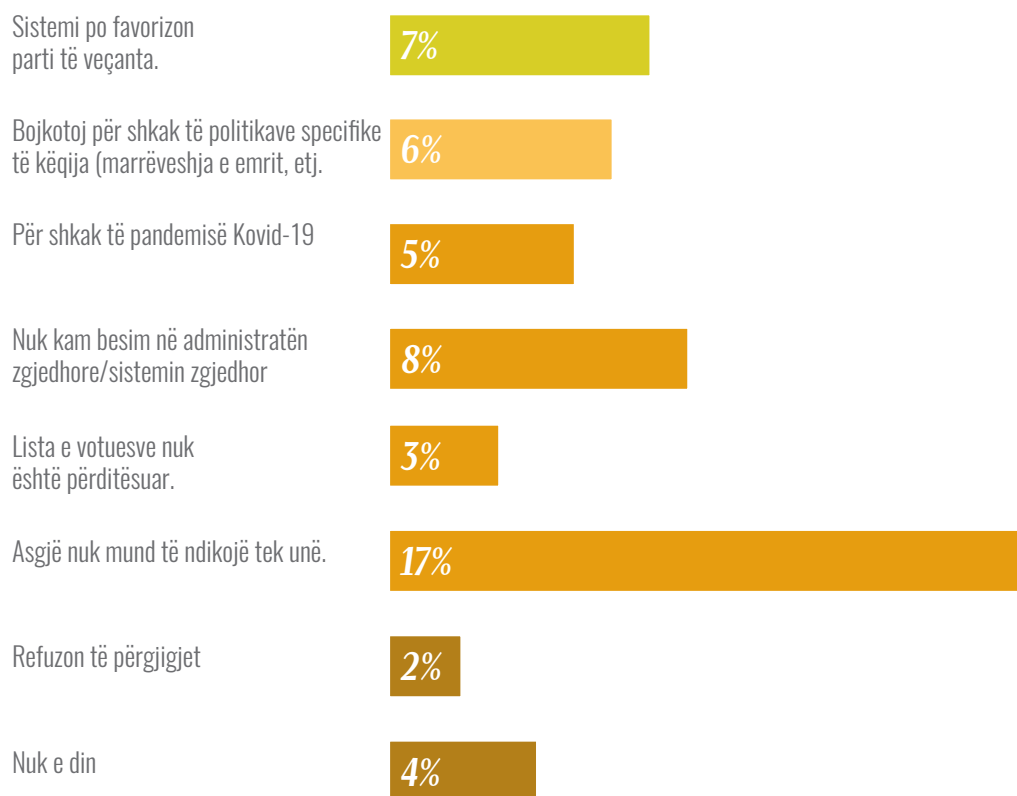
8%

Nuk kam informacion të mjaftueshëm në lidhje me programet zgjedhore partiake

4%

Jam i zhgënjyer me qeverisjen aktuale

16%



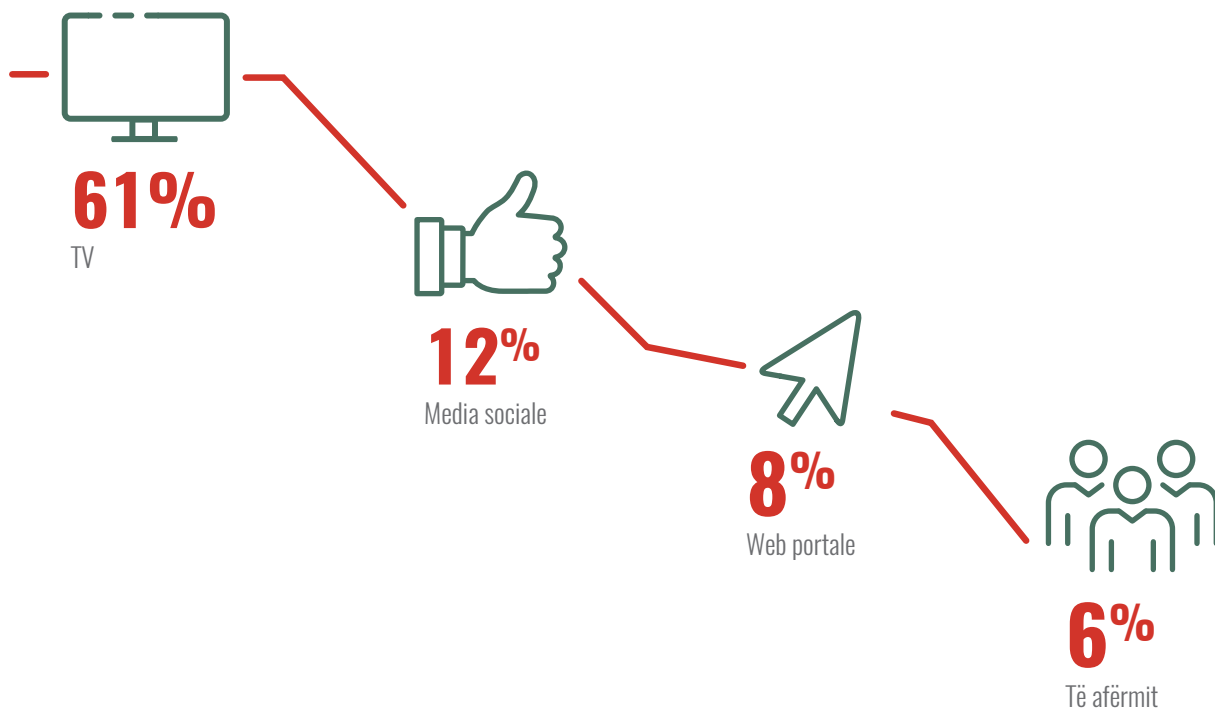
Gjetjet e grupeve të fokusit tregojnë se gratë nga zonat rurale deklarojnë se presionet nga partitë janë veçanërisht të forta në zonat rurale dhe se anëtarësia në partitë politike është shpesh kushti më i rëndësishëm për punësim.

“ Po, kam qenë nën presion dhe poashtu edhe burri im. Kjo ishte në vitin 2016 para zgjedhjeve, burri im u kërcënua se unë do të pushohesha nëse ai nuk do të votojë për një parti të caktuar politike. Nuk mund ta harroj sa stresuese ishte kjo. Unë nuk dua që dikush ta përjetojë këtë gjë. ”
Femër, 38, Tearcë

“ Nuk e di nëse do ta quaja presion, por ata më thanë se nëse dua të gjej një punë duhet të votoj për ta. Në fund të fundit, nuk e fitova punën. Që atëherë nuk i kam besuar më asnjë partie. ”
Femër, 26, Prshove

KOMUNIKIM ME KANDIDATËT DHE PARTITË

Televizioni (61%), mediat sociale (12%), portalet në internet (8%), miqtë dhe anëtarët e familjes (6%) janë burimet kryesor për informacione rreth zgjedhjeve.



Pjesëmarrëset në sondazh vunë në dukje se lajmet (52%) dhe debatet (26%) janë metodat më të dobishme për marrjen e informacionit zgjedhor. Një në dhjetë të anketuar (11%) thonë se nuk informohen fare për zgjedhjet.

Tetëmbëdhjetë përqind (18%) e të anketuarave mbështeten në përvojën e kandidatit për marrjen e një vendimi të informuar. Mediat (16%), komunikimi derë më derë (15%) dhe komunikimi personal në grupe më të vogla (19%) janë **lloji më i preferuar i komunikimit me kandidatët e partive dhe përfaqësuesit e zgjedhur.**

Të anketuarat preferojnë të njëjtin lloj komunikimi me kandidatët para zgjedhjeve. Gjegjësisht, 33% mbështeten në të kaluarën politike të kandidatit, ndërsa në lidhje me format dhe llojet e komunikimit ato preferojnë mediat (28%), komunikimin derë më derë (22%) dhe komunikimin personal në grupe më të vogla (26%). Në lidhje me fushat me prioritet, gratë nga zonat rurale preferojnë që partitë politike të përqendrohen në:

- ♦ Përmirësimin e kujdesit shëndetësor.
- ♦ Stimulimi e të rinjve për të qëndruar në fshatra.
- ♦ Uljen e korrupsionit në institucionet shtetërore.
- ♦ Respektimin e të drejtave dhe lirive të njeriut.
- ♦ Përmirësimin e lirisë së medias dhe lirisë së fjalës.

BARRIERAT

Pengesat e identifikuara në grupin e grave në përgjithësi janë shumë më të theksuara tek grupi i grave nga zonat rurale. Më të spikaturit në mesin e tyre janë sistemi patriarkal i vlerës, mungesa e kohës dhe përqendrimi tek shtëpia dhe familja si dhe skepticizmi rreth fuqisë së tyre për të ndikuar.

Pengesat specifike për gratë nga zonat rurale që nuk u theksuan nga gratë në përgjithësi përfshijnë:

- ♦ Ndërgjegjësim më i ulët për rëndësinë e pjesëmarrjes qytetare dhe politike të grave.
- ♦ Ndjenjë e fortë e diskriminimit për shkak të moshës, pamjes, etj.
- ♦ Mungesë e theksuar e vetëbesimit dhe kompetencës.
- ♦ Rrjetëzim i sistemeve mbështetëse dhe punës ekipore të dobëta.
- ♦ Infrastruktura dhe lidhjet e dobëta të transportit për të mundësuar pjesëmarrjen e tyre.
- ♦ Presion i theksuar nga partitë politike dhe kandidatët gjatë periudhës së zgjedhjeve .

REKOMANDIME

Rekomandimet për gratë në popullatën e përgjithshme vlejné edhe për grupin demografik të grave nga zonat rurale, me theks në prioritetet e mëposhtme: ndërgjegjësimi, besimi, besimi në fuqinë e ndikimit të tyre dhe kanalet / mënyrat e pjesëmarrjes.

Të rritet ndërgjegjësimi për rëndësinë e pjesëmarrjes së grave

- ♦ Përqëndrim në rëndësinë dhe përfitimet e pjesëmarrjes socio-politike të grave: duke inkurajuar besimin në demokraci përmes pjesëmarrjes, duke i dhënë përparësi shëndetësisë, arsimit dhe treguesve të tjerë kryesorë të zhvillimit; si dhe procesit të vendimmarrjes dhe politikave që pasqyrojnë përparësinë që i jepet familjeve, grave dhe pakicave etnike, cilësisë së jetës, etj.
- ♦ Të zërthehen stereotipat dhe paragjykimet.
- ♦ Të përdoren shembuj pozitivë të përfaqësuesve dhe aktivistëve politikë të grave në fushatat politike.
- ♦ Të sigurohet që sjellja e anëtarëve të partisë të jetë në përputhje me vlerat e barazisë gjinore.
- ♦ Të krijohen aleanca me burra dhe organizata të tjera të grave për të promovuar pjesëmarrjen e grave në jetën publike dhe politike.

Të forcohet vetë-perceptimi i grave nga zonat rurale si faktor i fuqishëm i ndryshimit

- ♦ Të promovohen shembuj pozitivë lokalë që njihen dhe respektohen nga komuniteti dhe të theksohet ndikimi i tyre.

- ♦ Të krijohen mekanizma për të konsultuar dhe për të komunikuar me gratë në Bashkësitë lokale kur krijohen programet ose politikat partiake.
- ♦ Të promovohen dhe mundësohen projekte dhe iniciativa më të vogla të komunitetit që adresojnë çështje të ndryshme të cilat i prekin popullatën rurale.
- ♦ Të ndiqen shpesh shqetësimet e grave rurale në periudhën midis zgjedhjeve.
- ♦ Të nxiten politikanët dhe aktivistët e partive më të mëdha politike të ngrenë zërin për nevojat e popullatës rurale.
- ♦ Të merret parasysh përdorimi i formave të dryshme të komunikimit, si takimet joformale me përfaqësues dhe aktivistë lokalë me ndikim, rrëfime të palëve të treta, projekte të komunitetit të mundësuar nga partitë politike ose organizata të tjera, vizita të rregullta mujore në komunitet.

Të fuqizohen gratë rurale dhe të rritet vetëbesimi i tyre

- ♦ Të ndërtohet një ambient besimi, respekti dhe mos-diskriminimi.
- ♦ Të sigurohet zhvillimi aftësisë të veçantë për të mundësuar pjesëmarrjen qytetare të sigurt nga ana e grave, duke përfshirë aftësitë drejtuese, fjalimet në publik dhe paraqitjen në publik. Ndërkohë të merren parasysh edhe përgjegjësitë e përditshme shtëpiake të grave rurale.
- ♦ Të favorizohet pjesëmarrja kolektive dhe jo ajo individuale.
- ♦ Të jepet kontribute në ndërtimin e një kulture politike që inkurajon pjesëmarrjen e grave në të gjitha nivelet e shoqërisë, pa frikë nga abuzimi seksual, misogjenist ose fanatik dhe gjuha e urrejtjes, frikësimi dhe dhuna.

Të promovohen kanale dhe rrugë të reja për të inkurajuar pjesëmarrjen qytetare të grave rurale

- ♦ Formatet për tu marrë në konsideratë: takimet e rregullta, sondazhet ose formatet e tjera për shprehjen e mendimeve për një çështje specifike .
- ♦ Iniciativat për të trajtuar shqetësimet lokale.
- ♦ Iniciativat humanitare.
- ♦ Iniciativat të bazuara në aftësi (gatim, punë dore etj.).

Të krijohen aleanca:

Me organizatat lokale të shoqërisë qytetare për të:

- ♦ Identifikuar çështjet në nivelin e komunitetit që janë të rëndësishme për gratë lokale
- ♦ Mbështetur projekte të vogla të iniciuara nga organizatat lokale të grave.
- ♦ Vendosur kontakte të ngushta me Bashkësitë rurale.
- ♦ Forcuar kapacitetet, pozicionin dhe rrjetëzimin e organizatave lokale brenda komunitetit rural për të rritur besueshmërinë e tyre dhe fuqinë ndikuese.

Me mediat (dixhitale dhe tradicionale) për të

- ♦ Promovuar çështje të rëndësishme për gratë rurale, veçanërisht ato që përqendrohen në përmirësimin e cilësisë së jetës së popullatës rurale dhe grave rurale në veçanti.
- ♦ Monitoruar progresin e projekteve të rëndësishme për popullatën dhe gratë rurale.
- ♦ Promovuar rrëfime të përqendruara në shembuj pozitivë dhe të suksesshëm të aktivisteve rurale femra.
- ♦ Promovuar diversitetin mes kandidatëve (gratë, të rinj, popullatë rurale) gjatë fushatave zgjedhore.
- ♦ Promovuar kanale dhe rrugë të reja për pjesëmarrjen qytetare të komunitetit rural me fokus mbi gratë rurale.

Të përdoren kanalet relevante të komunikimit dhe të aplikohet si qasja tradicionale, ashtu dhe ajo jokonvencionale

Të përdoret televizioni për të arritur deri te popullata rurale. Të kombinohen stacionet kombëtare dhe lokale televizive

- ♦ Të përdoren formate që mundësojnë kontekstualizimin dhe shfrytëzimin e informacionit, veçanërisht duke pasur parasysh që televizioni është burimi kryesor i informacionit për të moshuarit, gratë dhe njerëzit në spektrin më të ulët të të ardhurave dhe arsimit.
- ♦ Të përdoren lloje të ndryshme të programeve, përfshirë shfaqjet politike, argëtuese, stilin e jetës, programet e mëngjesit, etj.
- ♦ Të promovohen tema të rëndësishme për popullatën rurale dhe për gratë rurale përmes debateve, programeve me të ftuar, etj, duke u fokusuar mbi përmirësimin e cilësisë së jetës, migrimin e të rinjve, etj.

Të organizohen takime ballë për ballë ose ngjarje të tjera të komunitetit

Për shkak të orarit të ngarkuar të grave rurale dhe prirjes së tyre të tyre për kontakte dhe takime të drejtpërdrejta, takimet e drejtpërdrejta dhe joformale mund të nxisin pjesëmarrjen e tyre në aktivitete qytetare dhe politike.

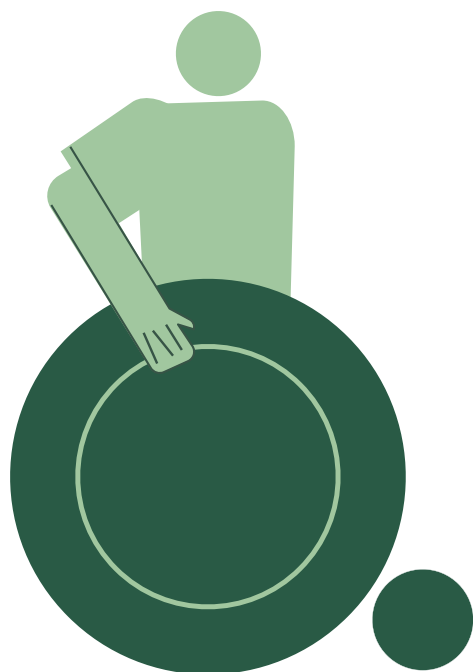
- ♦ Të përdoren formate të ndryshme që mundësojnë ndërveprimin e drejtpërdrejtë si tubimet e vogla, takimet joformale lokale për të ndërtuar marrëdhënie besimi dhe për të forcuar vetë-perceptimin e tyre pozitiv.
- ♦ Të sigurohet qasje gjinore kur organizohen takime, duke u kujdesur për agjendën ditore dhe komoditetin e grave ose të sigurohet kujdes dhe argëtim shtesë për fëmijët e tyre.
- ♦ Të propozohen projekte ose aktivitete të komunitetit që kanë potencialin të grumbullojnë gratë nga komuniteti.

Të përdoren mediat sociale për të arritur deri te gratë më të reja rurale

Të pilotohen kanale të tjera jo-tradicionale

- ♦ Të organizohen aktivitete dhe ngjarje argëtuese dhe të prezantohen përmbajtje të reja për të aktivizuar grupe specifike.

- ♦ Të angazhohen gratë rurale në ngjarje humanitare
- ♦ Të hulumtohen mënyra për të arritur deri te popullata rurale, duke përfshirë gratë rurale, duke shpërndarë informacione në autobusë, në stacionet e autobusëve, në dyqanet lokale dhe në objektet e tjera të komunitetit.



PERSONAT ME AFTËSI TË KUFIZUARA

Gjetjet kyqe nga hulumtimi sasior dhe cilësor

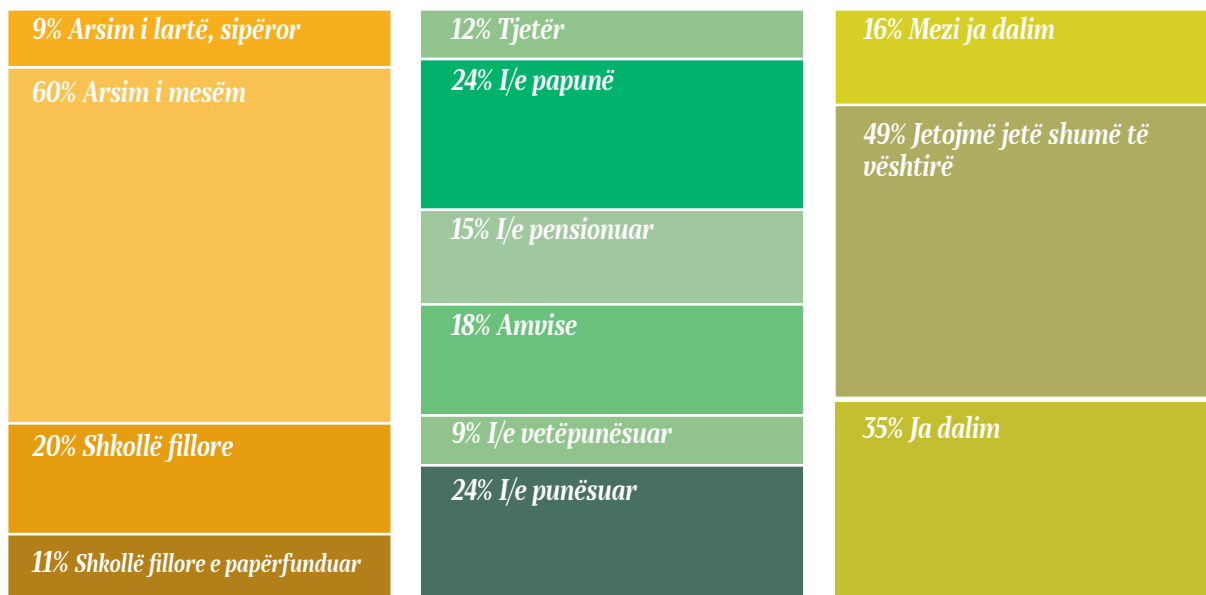
Personat me aftësi të kufizuara - përkufizimi dhe madhësia

Sipas të dhënave zyrtare, vlerësohet se 15% e popullsisë së botës kanë një lloj aftësie të kufizuar. Ata kanë më shumë të ngjarë të përballen me rezultate më të dobëta shëndetësore, më pak arsimim dhe punësim më të ulët.¹³ Maqedonia e Veriut ratifikoi Konventën për të drejtat e personave me aftësi të kufizuara në 5 dhjetor 2011.¹⁴ Konventa është instrumenti i parë detyrues ndërkombëtar që përcakton standardet minimale për të drejtat e personave me aftësi të kufizuara. Aktualisht, nuk ka të dhëna zyrtare në lidhje me numrin e personave me aftësi të kufizuara në vend. Sidoqoftë, sipas Institutit për shëndetin publik, 2017, rreth 10% e popullsisë në Maqedoninë e Veriut ose rreth 200,000 banorë mund të kategorizohen si persona me aftësi të kufizuara.¹⁵

Profili demografik

Gjithsej 55 qytetarë me aftësi të kufizuara morën pjesë në sondazhin sasior ballë për ballë.

Për të fituar një pasqyrë të thellë të prejardhjes, perceptimeve dhe mendimeve të grupit, sondazhi sasior u plotësua nga një fokus grup.



Arsimi

Statusi i punes

Standardi jetësor

13 The World Bank, Disability Inclusion, (October 1, 2020), available at: <https://tinyurl.com/y6lkt5ym>, e qasur më 5 tetor, 2020 October 5, 2020.

14 Ministria e punës dhe politikës sociale, Konventa e të drejtave e personave me aftësi të kufizuara, e disponueshme në: <http://www.mtsp.gov.mk/WBStorage/Files/Konvencija%20za%20pravata%20na%20licata%20so%invalidnost.pdf> e qasur në Tetor 13.2020

15 Institutit për shëndet publik, e qasur në: <https://www.iph.mk/en/december-3-international-day-of-persons-with-dissabilities>

TEMAT E INTERESIT

Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

Sa jeni i/e interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?



Hulumtimi tregon se 55% e të anketuarve në sondazh janë “aspak” ose “jo shumë të interesuar” për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë (9% më tepër krahasuar me popullatën e përgjithshme), ndërsa 42% janë “shumë” ose “disi” të interesuar. Pothuajse gjysma e pjesëmarrësve në sondazh (49%) rrallë ose kurrë nuk i diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë (5% më tepër krahasuar me popullatën e përgjithshme).

Grupi shprehu shqetësime në lidhje me pandemitë COVID-19 dhe funksionimin e kufizuar të institucioneve, kryesisht në sferën e kujdesit shëndetësor dhe arsimit. Ata gjithashtu shprehën shqetësime në lidhje me situatën në sektorin privat.

Personat me aftësi të kufizuara janë një grup i cënueshëm, i cili vazhdon të jetë në margjinat e shoqërisë.

Ata shpesh përballen me izolim në bashkësinë ku jetojnë. Krahas marrëdhënieve të pafavorshme socio-ekonomike të personave me aftësi të kufizuara, te ta ekziston dhe nevoja për mbrojtje sociale në të gjitha sferat e jetës shoqërore duke përfshirë kujdesin shëndetësor, arsimin dhe punësimin.

Për më tepër, shkalla e papunësisë së personave me aftësi të kufizuara është tre herë më e lartë se ajo e popullsisë së përgjithshme¹⁶ dhe shumë shpesh këta njerëz kanë punë me pagë të ulët dhe janë të veçuar nga tregu i hapur i punës.

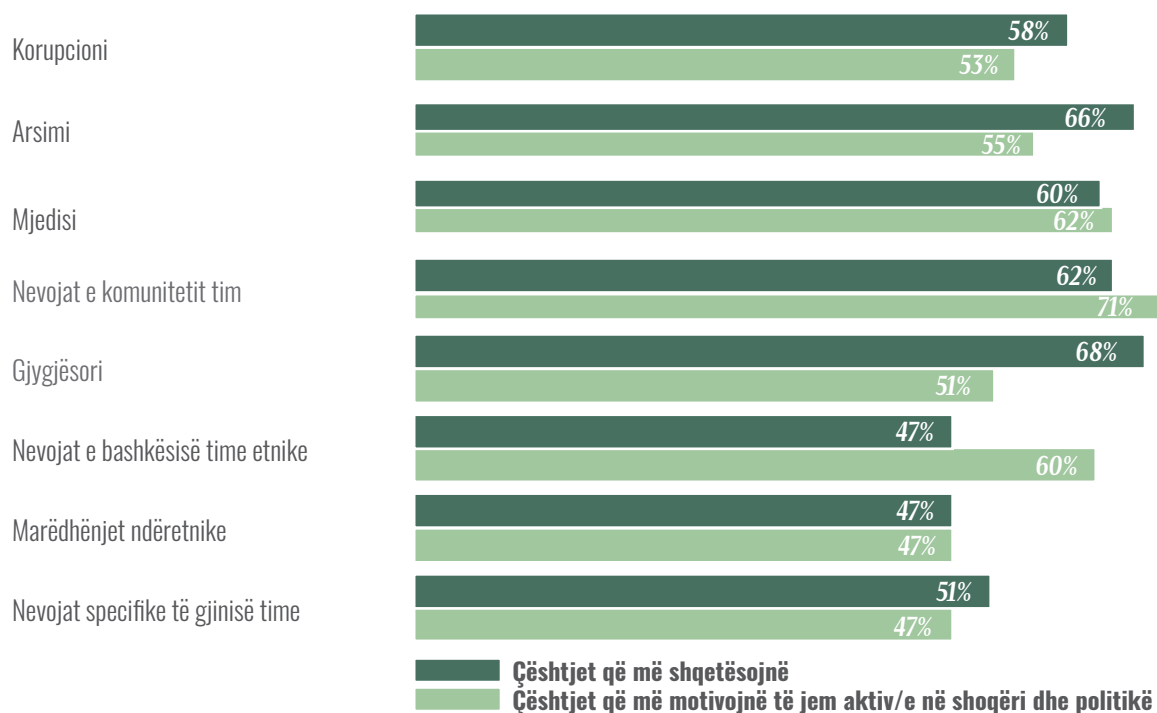
Shqetësimet

Sa mendoni se ju shqetësojnë informacionet/çështjet/temat e mëposhtme?

Sa do të thoshit se çështjet/temat e mëposhtme ju motivojnë të jeni aktivë aktiv/e në shoqëri dhe në politikë?



¹⁶ <http://iph.mk/wp-content/uploads/2014/09/Upatstvo-lica-so-posebni-potrebi-so-cip.pdf>



Të anketuarit nga studimi treguan se kujdesi shëndetësor (75%), arsimi (66%) dhe çështjet lokale (66%) janë çështjet e tyre kryesore shqetësuese.

Të anketuarit janë më pak të shqetësuar për nevoja specifike në lidhje me grupin e tyre etnik, marrëdhëniet ndëretnike apo, për nevojat specifike të gjinisë së tyre.

Për më tepër, kujdesi shëndetësor (73%), nevojat specifike në lidhje me vendin e tyre të jetesës (71%) dhe stabiliteti ekonomik dhe social (62%), së bashku me mjedisin (62%) janë motivuesit kryesorë që ky grup të bëhet më aktiv në shoqëri (angazhim qytetar) dhe në politikë.

BURIMET E INFORMACIONIT

Ngjashëm me grupet e tjera, pothuajse të gjithë pjesëmarrësit në fokus grup shprehën mungesë besimi në mediat dhe një tendencë për të ndjekur media të ndryshme për të krahasuar dhe analizuar informacionin.

Shumë prej tyre shprehën revoltën ndaj paragjyqimeve politike të mediave në vend, duke deklaruar se raportimi i pjesshëm dhe i njëanshëm i mediave thëllon ndarjen midis qytetarëve. Kjo përmendet si arsyeja kryesore e mungesës së interesit për ngjarjet shoqërore dhe politike në vend. Shumica dërrmuese e të anketuarve preferojnë të shikojnë programe televizive në lidhje me kulturën, natyrën dhe jetën e shëndetshme, si dhe dokumentarë, përmbajtje e cila rrallë transmetohet në media.

Gjashtë nga dhjetë të anketuar në sondazh (58%) thanë se televizioni është burimi i tyre mbizotërues i informacionit

TV 58%

Gjashtë nga dhjetë të anketuar në sondazh (58%) thanë se televizioni është burimi i tyre mbizotërues i informacionit dhe 15% thanë se ata mësojnë për zhvillimet socio-politike përmes rrjeteve sociale. Shtatë përqind (7%) e të anketuarve marrin informacion përmes portaleve në internet, njëmbëdhjetë (11%) përmes familjes dhe miqve të tyre dhe nëntë përqind (9%) deklarojnë se nuk janë fare të informuar.

PJESËMARRJA QYTETARE

Dy në dhjetë të anketuar kanë qenë të përfshirë në aktivitete qytetare dhe kanë shprehur interesim të jenë më të angazhuar qytetarisht.

A keni qenë i/e përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshime në komunitet ose në vendin ku jetoni?



A jeni i interesuar për përfshirje më aktive qytetare?



Pjesëmarrësit e grupeve të fokusit theksuan faktorët e mëposhtëm që kontribuojnë në përfshirjen e tyre të ulët qytetare dhe pjesëmarrjen qytetare, të cilët janë shumë të ngjashëm me faktorët e theksuar nga grupet e tjera demografike:

- ♦ Shumica e njerëzve janë pasivë dhe presin që të tjerët të marrin përgjegjësi, dmth presin që “dikush tjetër të bëjë punën”.
- ♦ Njerëzit janë të zhgënjyer dhe nuk u besojnë institucioneve.
- ♦ Institucionet janë jofunksionale, indiferente dhe fort të ndikuara politikisht. “Ata nuk janë të vetëdijshëm se janë në shërbim të njerëzve. Ata veprojnë si perëndi”.

Sidoqoftë, ekziston një numër faktorësh specifikë për këtë grup të caktuar demografik:

- ♦ Institucionet nuk janë të njoftuara për nevojat e personave me aftësi të kufizuara.

- ♦ Institucioneve u mungojnë hyrjet me qasje për persona me aftësi të kufizuara s dhe ashensorët.
- ♦ Ekzistojnë shoqata që përfaqësojnë interesat e personave me aftësi të kufizuara, megjithatë ka një mungesë të koordinimit të aktiviteteve, ndërsa kryetarët e atyre shoqatave “manipulojnë me ne sepse marrin para nga shteti”.
- ♦ Diskriminimi ndaj personave me aftësi të kufizuara: “pengesa mendore midis njerëzve në lidhje me personat me aftësi të kufizuara”, stereotipizimi i sjelljes së tyre për faktin se ata shmangin punën dhe hezitojnë të merren me aktivitete qytetare.
- ♦ Asnjë institucion në vend nuk merr rolin udhëheqës në mbrojtjen e të drejtave të personave me aftësi të kufizuara.

“ Unë mendoj se problemet më të mëdha janë stereotipet dhe paragjykimet për personat me aftësi të kufizuara. Shoqëria ende nuk na percepton si njerëz me aftësi, mundësi dhe kapacitete të barabarta.”
Femër, 44, Shkup

Faktorët që nxisin përfshirjen

Përfitimet personale ose familjare (24%) janë nxitësit kryesorë që shumica e pjesëmarrësve në sondazh të përfshihen më shumë në aktivitete që mund të sjellin ndryshime në komunitet. Faktorë të tjerë të rëndësishëm motivues lidhen me përfaqësimin e tyre (18%) dhe përgjegjshmërinë e sistemit (14%).

Ky grup ka tendencë të jetë më i motivuar për të marrë pjesë në jetën shoqërore dhe politike kur ka përfitime konkrete për cilësinë e jetës. Në të kundërt, vetëm 4% e të anketuarve besojnë se përmirësimi i demokracisë është një faktor që promovon përfshirjen. Ekziston një tendencë e dukshme për të përgjithësuar përpjekjet për “përmirësimin e demokracisë” dhe për t’i perceptuar ato si një abstragim që nuk lidhet me të anketuarit.

Pak më shumë se gjysma e të anketuarve (51%) nuk besojnë se mund të kenë ndikim si qytetarë, ndërsa më shumë se një e katërta (27%) besojnë se mund të kenë një ndikim domethënës në komunën e tyre.

Sondazhi tregon se Parlamenti perceptohet si një vend ku ata mund të kenë ndikimin më të vogël si qytetarë, pavarësisht zgjedhjes së drejtpërdrejtë të përfaqësuesve të tyre.

Gatishmëria dhe aftësia për të marrë pjesë në aktivitete qytetare

Në lidhje me pjesëmarrjen në jetën publike, pjesëmarrësit në sondazh janë më të gatshëm që të takojnë kolegë/miq për të diskutuar çështjet publike të cilat i shqetësojnë personalisht apo familjarisht (46%), të lexojnë një broshurë ose një fletushkë (44%) dhe t’i përgjigjen një pyetësori (42%). Interesi për pjesëmarrje në një debat publik (14%), tubime të partive politike (13%) dhe takime në internet (7%) është dukshëm më i ulët midis këtij grupi të të anketuarve.

Në cilën nga aktivitetet qytetare dëshironi të merrni pjesë?

42%

Të përgjigjeni
në pyetsorë



44%

Të lexoni broshurë
ose fletushkë



46%

Të takoni kolege/gë,
miq për të diskutuar



PROCESI ZGJEDHOR

Pjesëmarrësit e sondazhit më shpesh i lidhin zgjedhjet në vend me fraza të tilla si “korrupsion” “treg i gjelbër”, “parregullsi”, “votë e ryshfetit” dhe “mashttrim”.

A besoni se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve?

75%

Yes

14%

No

2%

Refuzon të përgjigjet

9%

Nuk e din

Ky grup beson se zgjedhjet janë përplot parregullsi. Ata përmendin ndikimin e fortë politik dhe blerjen e votës në periudhën para zgjedhjeve, presionin dhe frikësimin e qytetarëve, fotografimin e fletëve të votimit, etj.

Grupi më tej thekson një mospërputhje të theksuar me kërkesat në lidhje me votimin e personave me aftësi të kufizuara, duke përfshirë:

- ♦ Qasjen e kufizuar në qendrat e votimit (shumica e vendvotimeve janë të vendosura në shkolla dhe ka shumë pak shkolla me qasje për personat me aftësi të kufizuara.
- ♦ Mungesën e kornizave të votimit për personat me shikim të dëmtuar ose mosarritje për t’i siguruar ato për njerëzit që i kanë nevojë - “ato qëndrojnë të paketuara në një thes”.

“ **Nëse nuk ekzistojnë rampa hyrëse për njerëzit në karrocë, nëse nuk vendosen korniza votimi për të verbërit, është një katastrofë. Ne kemi printuar për të gjithë njerëzit në qendrën e votimit një paraqitje ilustruese të nevojave të personave me aftësi të kufizuara ... por ato nuk u realizuan në asnjë nga tre qendrat e votimit që vizitova gjatë zgjedhjeve presidenciale.** ”

Mashkull, 21, Kumanovë

Shumica e të anketuarve theksuar se pavarësisht trajnimit të anëtarëve të bordit zgjedhor mbi të drejtat e votës dhe ngritjes së vetëdijes së tyre për nevojat e personave me aftësi të kufizuara, në ditën e zgjedhjeve, këto rregulla nuk zbatohen. Një vëzhgim i përgjithshëm tregon se kërkesat ligjore janë vendosur, megjithatë, nuk ka asnjë zbatim efektiv. Një pjesë e pjesëmarrësve tregojnë se personat me aftësi të kufizuara nga zonat rurale janë veçanërisht të diskriminuar në këtë drejtim, duke çuar në zhgënjimin e tyre të madh për punën e Komisionit shtetëror të zgjedhjeve.

Të dhënat nga sondazhi tregojnë se një përqindje e konsiderueshme e personave me aftësi të kufizuara përjetojnë vështirësi gjatë procesit të votimit për shkak të mungesës së të kuptuarit të procedurave të votimit (20%). Katërmbëdhjetë përqind (14%) e pjesëmarrësve në sondazh tregojnë se atyre u mungon qasja e duhur në qendrat e votimit dhe 13% nuk kanë transport adekuat. Sidoqoftë, në përgjithësi, nuk ka ndonjë vështirësi të madhe të raportuar nga të anketuarit në lidhje me votimin.

Ngjashëm me popullatën e përgjithshme, rreth tre të katërtat e të anketuarve besojnë se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve (74%), ndërsa 14% nuk besojnë në rëndësinë e çdo vote.

Krahasuar me popullatën e përgjithshme, personat me aftësi të kufizuara janë më pak të prirur të besojnë se votimi në vetvete nuk është i mjaftueshëm për të përfshirë qytetarët në ndryshime të politikave (53% ose 11% më pak se popullata e përgjithshme), një e katërta (24%) beson se votimi është i mjaftueshëm, ndërsa 20% (11% më shumë) pretendojnë se nuk kanë njohuri për këtë çështje.

Motivimi për të votuar

Sa shpesh ju votoni?

34% rregullisht

20% shpesh

22% ndonjëherë

14% zakonisht jo

4% asnjëherë

Tridhjetë e katër përqind (34%) e pjesëmarrësve në sondazh tregojnë se ata votojnë pothuajse rregullisht, 20% se votojnë shpesh, 22% ndonjëherë, 14% zakonisht nuk votojnë dhe 4% nuk votojnë kurrë. Ky është tregues i faktit se ka më pak votues të rregullt midis personave me aftësi të kufizuara krahasuar me popullatën e përgjithshme (76% gjithmonë ose shpesh votojnë).

Gati gjysma e të anketuarve në sondazh (51%) votojnë për parti të ndryshme politike, ndërsa 33% votojnë rregullisht për të njëjtën parti, e cila është shtatë përqind më e ulët se popullata e përgjithshme (40% votojnë rregullisht për të njëjtën parti).


Faktorët që ndikojnë në vendimin e tyre për të votuar

Tre faktorët kryesorë që ndikojnë në vendimin e të anketuarve për të votuar janë: perceptimi se votimi është një e drejtë dhe detyrë qytetare (44%), perspektivat për një të ardhme më të mirë (38%) dhe frika se vota e tyre mund të keqpërdoret (29%).


Njerëzit që jetojnë në komunitete të largëta do të dëshironin të shihnin më shumë përfaqësues të njerëzve që ata njohin dhe të rrinj si kandidatë në listat zgjedhore (si zyrtarë të zgjedhur, për shembull në këshillin komunal).

Gjashtë nga dhjetë të anketuar (60%) thonë se vendimi i tyre për të votuar zakonisht ose shumë shpesh përputhet me atë të familjeve të tyre, ndërsa tre nga dhjetë të anketuar (29%) pohuan se vendimi i tyre është i njëjtë apo se është shpeshherë i njëjtë me atë të miqve të tyre.


44%
E drejta dhe
detyra qytetare



38%
Ardhmëri
më e mirë



29%
Frika se dikush do ta
vjedhë votën e tyre



**Nëse në listat e kandidatëve ka përfaqësues të grupeve në vijim,
sa gjasa ka që ju të votoni për atë parti politike?**

Njerëzit familjarë



Të rinjë



Përfaqësuesit e
komunitetit lokal



Ka më shumë



Nuk ka ndikim



Ka më pak gjasa



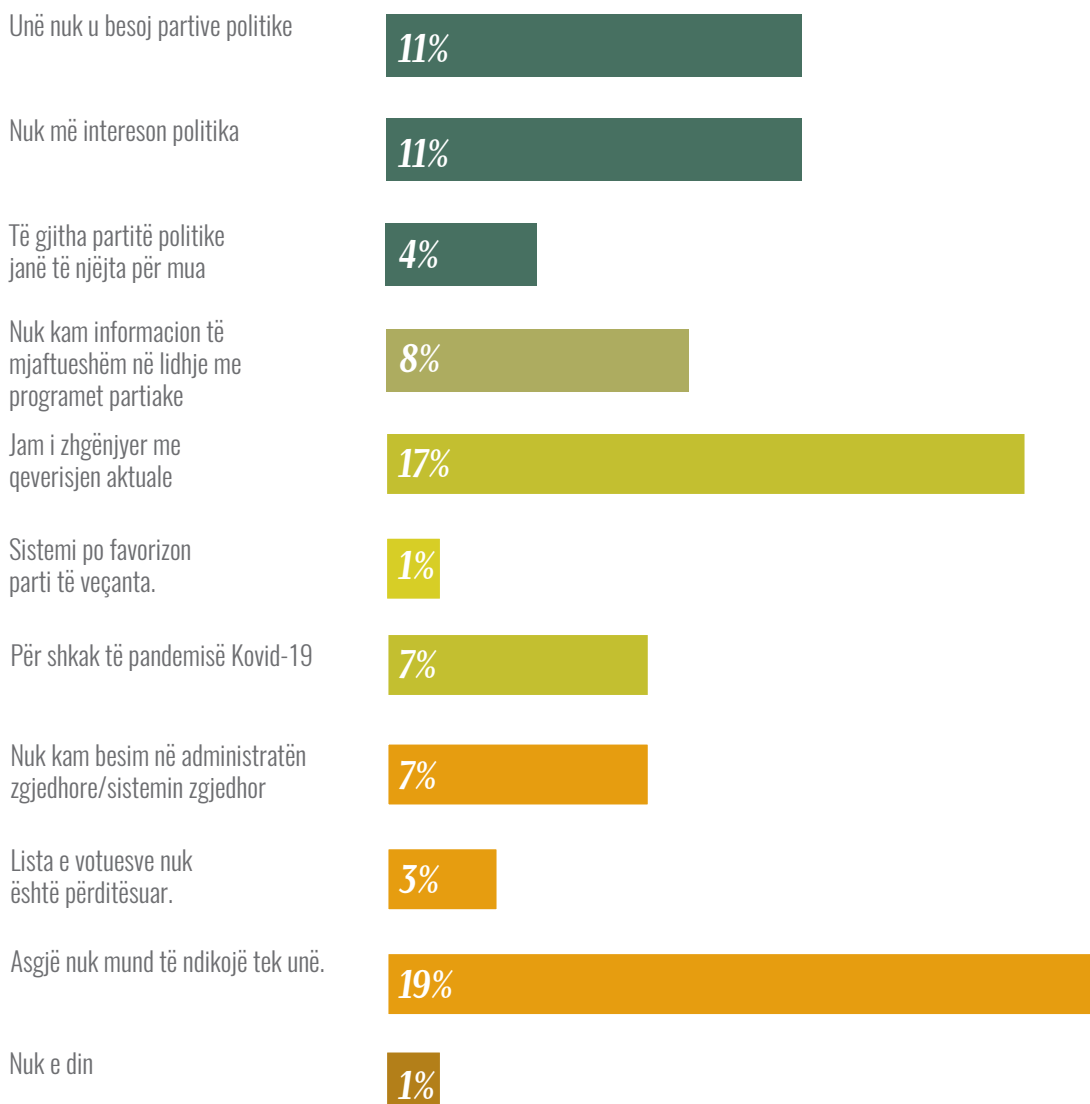
Nuk e din



Demotivimi për të votuar

Pakënaqësia me qeverinë aktuale dhe partitë politike është faktori kryesor që ndikon në vendimin e pjesëmarrësve të anketës për të abstenuar nga votimi.

Çfarë mund të ndikojë në vendimin tuaj për të mos votuar?

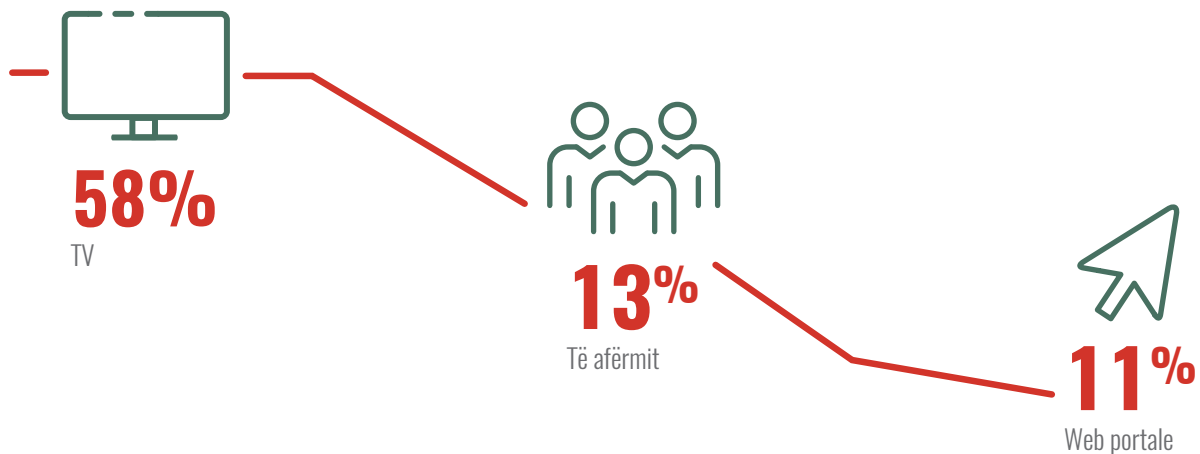


Grupi i fokusit konfirmon gjetjet e sondazhit sasior. Shumica e pjesëmarrësve në diskutim shprehin pakënaqësinë dhe zhgënjimin e tyre me punën e partive politike.

Sipas këtij grupi, abstenimi nga votimi është një e drejtë legjitime e çdo qytetari dhe si e tillë dërgon një mesazh domethënës për partitë politike. Sidoqoftë, të anketuarit besojnë se partitë politike nuk u përgjigjen ose nuk interesohen për nevojat e kësaj kategorie njerëzish.

KOMUNIKIM ME KANDIDATËT DHE PARTITË

TV (58%), miqtë dhe anëtarët e familjes (13%), portalet në internet (11%) janë burimet mbizotëruese të informacionit në lidhje me zgjedhjet.



Pjesëmarrësit në sondazh thanë se edicionet e lajmeve (69%) dhe debatet televizive (13%) janë mënyrat më të dobishme për të gjetur informacion në lidhje me zgjedhjet. Gjashtë përqind (6%) thonë se fare nuk zgjedhin informacionet për zgjedhjet, ndërsa 48% konsiderojnë edicionet e lajmeve si një metodë më të dobishme për marrjen e informacionit zgjedhor krahasuar me popullatën e përgjithshme.

Njëzet e shtatë përqind (27%) e të anketuarve mbështeten në mediat tradicionale si një burim informacioni mbi zgjedhjet, ndërsa 22% mbështeten në historikun e kandidatëve të partive dhe përfaqësuesve të zgjedhur kur marrin një vendim të informuar **në periudhën midis zgjedhjeve.**

Gjetjet e fokus grupeve tregojnë se komunikimi me partitë dhe institucionet politike zakonisht zhvillohet përmes shoqatave për persona me aftësi të kufizuara ose organizatave joqeveritare që përfaqësojnë interesat e tyre.

Të gjithë pjesëmarrësit në diskutim tregojnë pakënaqësi ekstreme me situatën e personave me aftësi të kufizuara dhe qëndrimin e vendit ndaj kësaj kategorie të qytetarëve.

Ata besojnë se partitë politike janë të interesuara për personat me aftësi të kufizuara **vetëm**

para zgjedhjeve kur bëjnë shumë premtime për të fituar vota, por pasi të marrin pushtetin, ata i braktisin këta njerëz.

Shumica e pjesëmarrësve shprehin interes për programet politike të partive politike, kryesisht për kuriozitet, për të parë në çfarë mase u përgjigjen nevojave të personave me aftësi të kufizuara.

“ Asnjë program partie nuk përfshin as edhe një fjali të vetme për të adresuar nevojat e personave me aftësi të kufizuara. Unë jetoj në një ndërtesë dhe në kutinë postare marr programe partie nga pothuajse të gjitha partitë politike. Askush prej tyre nuk na përmend. Pra, si mund të presim ndonjë gjë kur ata sillen sikur të mos ekzistojmë? Në programet e tyre, problemet tona nuk ekzistojnë. ”
Mashkull, 37, Gostivar

Pjesëmarrësit në sondazh do të dëshironin që partitë politike të fokusoheshin në këto pika:

- ♦ Përfaqësimi i barabartë i të gjithë qytetarëve.
- ♦ Të drejta të barabarta për të gjithë qytetarët në vend.
- ♦ Bërja e premtimeve realiste dhe objektive që ata mund t'i mbajnë.
- ♦ Përmirësimi i të drejtave të personave me aftësi të kufizuara.
- ♦ Përfshirja e personave me aftësi të kufizuara.

BARRIERAT

Personat me aftësi të kufizuara kanë të drejtë të marrin pjesë në jetën politike dhe publike në mënyrë të barabartë me të tjerët, por vazhdojnë të ekzistojnë pengesa të konsiderueshme për përfshirjen e këtij komuniteti.

Duhet të ndërmerren një sërë veprimesh për të fuqizuar personat me aftësi të kufizuara në mënyrë që të marrin pjesë në mënyrë të barabartë në jetën socio-politike të vendit.

Përveç barrierave të identifikuara nga popullata e përgjithshme, personat me aftësi të kufizuara përballen me:

Pengesa fizike për pjesëmarrjen politike dhe qytetare dhe për të ushtruar të drejtat e tyre (qasja e kufizuar në vendet e votimit, institucionet, etj.);

Pengesa fizike në jetën e përditshme, të tilla si qasja në transportin publik ose automjetet e adaptuara, të cilat gjithashtu ndikojnë në pjesëmarrjen, veçanërisht për popullsinë rurale;

Pengesa të komunikimit - komunikimi jo i përshtatur për nevojat e tyre specifike, si marrës të informacionit por edhe si pjesëmarrës në debate ose si mysafirë në programe;

Pengesa në sjellje - ata nuk perceptohen si persona me aftësi, kapacitet dhe potencial për të kontribuar në jetën qytetare dhe politike;

Ndjenja e mospërfaqësimit të mjaftueshëm të nevojave të tyre specifike.

REKOMANDIME

Të sigurohet se janë përmbushur të gjitha kërkesat për pjesëmarrje të barabartë dhe në mënyrë efektive dhe të plotë në jetën politike dhe publike

- ♦ Të sigurohet se procedurat e votimit, objektet dhe materialet janë të përshtatshme, të arritshme dhe të lehta për t'u kuptuar dhe për t'u përdorur;
- ♦ Të përdoret teknologji e re aty ku nevojitet për t'iu mundësuar pjesëmarrje;
- ♦ T'u sigurohet i gjithë informacioni i nevojshëm për votim në gjuhë të kuptueshme dhe format të lehtë për t'u përdorur.

Të promovohet një mjedis në të cilin personat me aftësi të kufizuara mund të marrin pjesë në mënyrë të plotë në jetën socio-politike, pa diskriminim dhe në bazë të barabartë me të tjerët, dhe të inkurajohet pjesëmarrja e tyre në jetën socio-politike

- ♦ Të promovohet sukcesi elektoral i personave nga këto grupe;
- ♦ Të përfshihen dhe promovohen kandidatët e këtij grupi.

Të krijohen aleanca:

Me organizatat e shoqërisë civile për të fuqizuar dhe lehtësuar pjesëmarrjen qytetare dhe politike të personave me aftësi të kufizuara.

- ♦ Të informohen dhe të edukohen në lidhje me procesin e votimit.
- ♦ Të përfaqësohen nevojat e tyre.
- ♦ Të raportohen dhe alarmohet për pengesat në pjesëmarrje.
- ♦ Të jepet mbështetje dhe të forcohen aftësitë e personave me aftësi të kufizuara për pjesëmarrje të sigurt.
- ♦ Të sigurohet krijimi i lidhjeve midis komunitetit të personave me aftësi të kufizuara dhe institucioneve.
- ♦ Të forcohen kapacitetet, pozita dhe rrjetëzimi i OJQ-ve për të rritur besueshmërinë dhe fuqinë dhe ndikimin e tyre.

Me mediat (digjitale dhe tradicionale)

- ♦ Të promovohen narrativat e përqendruara në shembuj pozitivë dhe të suksesshëm të aktivistëve në mesin e personave me aftësi të kufizuara.
- ♦ Të rritet ndërgjegjësimi për nevojat e personave me aftësi të kufizuara.
- ♦ Të kontribuohet në ndërtimin e një kulture politike që inkurajon personat me aftësi të kufizuara të marrin pjesë në të gjitha nivelet e shoqërisë, pa frikë nga diskriminimi.
- ♦ Të ofrohen informacione dhe programe tek të cilat mund të kenë qasje personat me aftësi të kufizuara, veçanërisht informacione për votuesit.

Të zgjidhen kanale përkatëse të komunikimit

dhe të zbatohet si qasja tradicionale ashtu edhe ajo jokonvencionale. Të rregullohen kanalet e komunikimit sipas nevojave të tyre specifike.

Të përdoret televizioni për të arritur deri tek shumica e popullsisë të personave me aftësi të kufizuara.

- ♦ Të përdoren formate që japin mundësi për të rregulluar aksesueshmërinë e informacionit.
- ♦ Gjithmonë të shtohen titra dhe gjuhën e shenjave në informacionin e paraqitur.
- ♦ Të merren parasysh edhe formate të tjera përveç edicioneve të lajmeve, p.sh. debate, editoriale, tregime të shkurtra apo dëshmi.
- ♦ Kurdo që të jetë e mundur, të paraqitet informacioni në një mënyrë ilustruese, veçanërisht në lidhje me procesin e votimit, të drejtën e votës, raportimin e parregullsive zgjedhore.

Të përdoren mediat sociale për t'u lidhur me popullatën më të re siç janë Facebook, Instagram ose Twitter.



ROMËT

Gjetjet kyqe nga hulumtimi sasior dhe cilësor

“Në vitet e kaluara, kemi parë parti të ndryshme në fuqi. Ato gjithnjë kanë bërë ndryshime, por asnjë nuk ka treguar interes për problemet e komunitetit rom. Nuk dua fjale vetëm në letër. Dua vepra-zgjedhje reale të problemeve në jetën e perditshme.”
 Mashkull, 40, Manastir

Romët - përkufizimi dhe madhësia

Sipas regjistrimit të fundit zyrtar në vend, të kryer në 2002, një total prej 2.7% e popullsisë (53,879) identifikohet si Rom.

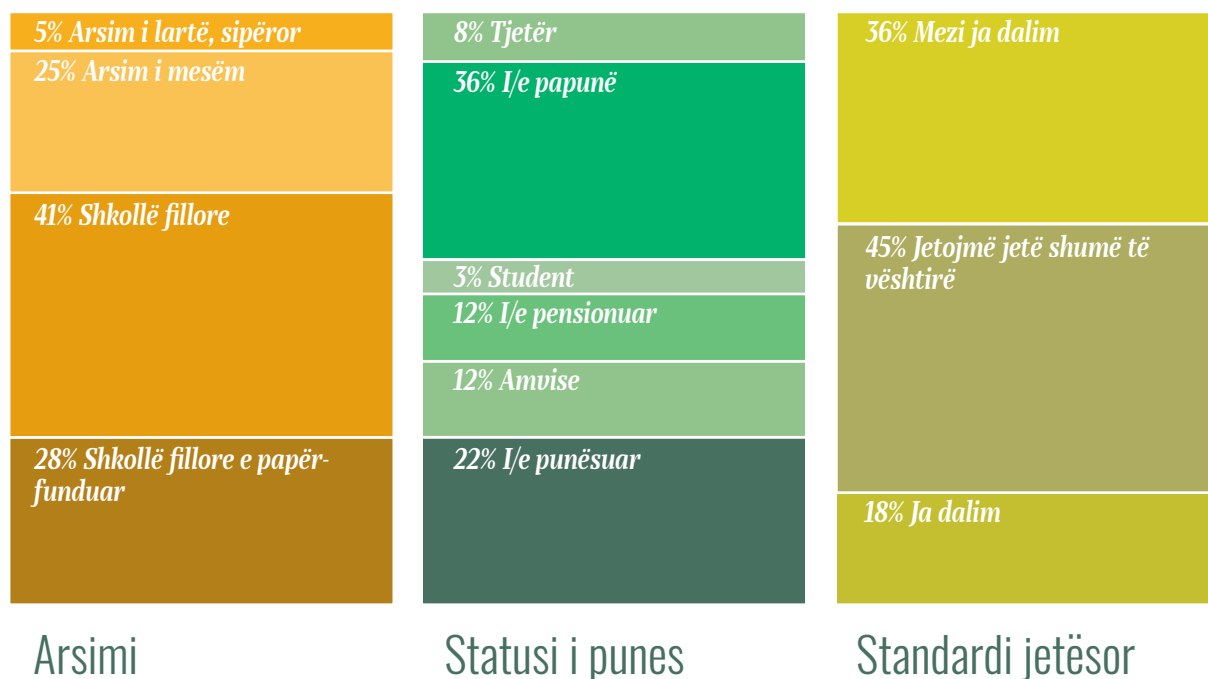
Popullsia rome e Maqedonisë së Veriut është pakica më e prekshme në vend dhe mund të jetë shënjestër e manipulimit elektoral, përfshirë blerjen e votës.

Profili demografik

Gjithsej 75 të anketuar morën pjesë në anketën sasimore ballë për ballë.

Për të fituar një pasqyrë të thelluar të prejardhjes, perceptimeve dhe mendimeve të grupit, sondazhi sasior u plotësua nga një fokus grup.

Individët e anketuar kanë tendencën të kenë nivelin më të ulët të arsimit në krahasim me grupet e tjera. Megjithatë arsimi është falas në Maqedoninë e Veriut, ka ende shumë kosto që lidhen me ndjekjen e shkollës. Krahasuar me popullatën e përgjithshme dhe grupet e tjera demografike, shumica e pjesëmarrësve në sondazh u përgjigjën se ata “jetojnë një jetë shumë të vështirë” ose “mezi ia dalin”.



TEMAT E INTERESIT

Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

Sa jeni i/e interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?

8%

Shumë

29%

Deri diku

30%

Jo shumë

32%

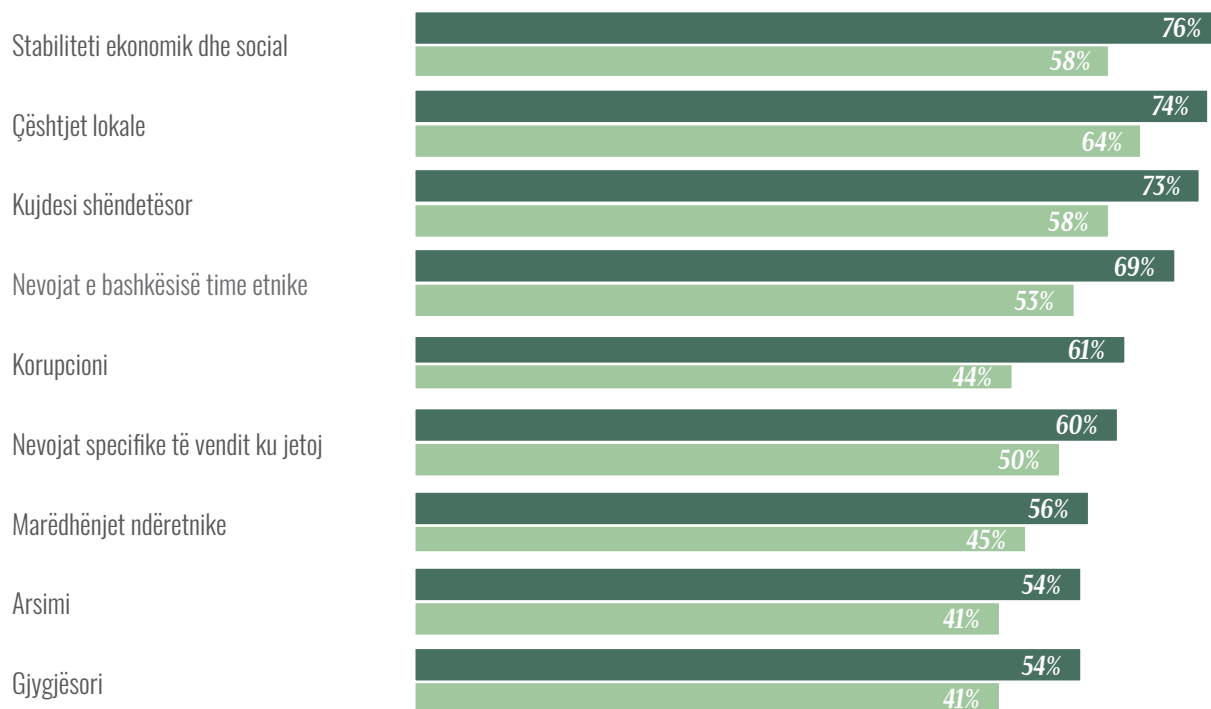
Aspak

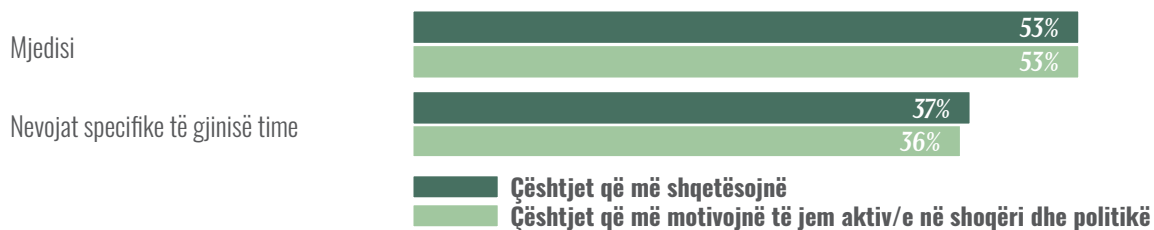
Hulumtimi tregon se 62% e të anketuarve nuk janë “aspak” ose “jo shumë të interesuar” për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë, ndërsa 37% janë “shumë” ose “disi të interesuar”. Pothuajse gjysma e pjesëmarrësve në sondazh (45%) rrallë ose kurrë nuk diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë. Qytetarët romë me shkollë të mesme ose universitet të përfunduar priren të jenë më të interesuar në zhvillimet aktuale socio-politike.

Shqetësimet

Sa mendoni se ju shqetësojnë informacionet / çështjet / temat në vijim?

Sa do të thonit që çështjet / temat e mëposhtme ju motivojnë të jeni aktiv/e në shoqëri dhe në politikë?





Më shumë se 70% e pjesëmarrësve në studim treguan se stabiliteti ekonomik dhe shoqëror, çështjet lokale dhe kujdesi shëndetësor renditen më së larti në listën e shqetësimeve specifike për këtë grup dhe janë faktorët kryesorë nxitës për aktivizimin e tyre shoqëror dhe politik.

Pjesëmarrësit e sondazhit janë më pak të shqetësuar për nevojat specifike në lidhje me gjininë e tyre, mjedisin dhe gjyqësorin. Ata gjithashtu shqetësohen për problemet e përditshme në lidhje me vendbanimet joformale të romëve, ndërtimin e ndërtesave të paligjshme, mungesën e dokumentacionit personal, infrastrukturën, furnizimin me ujë dhe kanalizimet, kujdesin social dhe shëndetësor.

BURIMET E INFORMACIONIT

Pjesëmarrësit e sondazhit u shprehën se janë më të interesuar për të marrë informacion në lidhje me kujdesin shëndetësor, arsimin, punësimin, masat për grupet e ndjeshme sociale, si dhe infrastrukturën, furnizimin me ujë dhe kanalizimet. Në lidhje me çështjet dhe shqetësimet lokale, pjesëmarrësit në fokus grupe ishin të interesuar për organizimin e ngjarjeve dhe aktiviteteve, si dhe për marrjen e informacionit përkatës.

“ Unë jam kryesisht i interesuar për zhvillimet e përditshme në nivelin lokal në lidhje me ekonominë, investimet, kujdesin shëndetësor dhe kryesisht punësimin. Jam më së paku i interesuar në zhvillimet aktuale në botë. ”

Mashkull, 29, Prilep

Pothuajse gjysma e pjesëmarrësve (49%) thanë se televizioni është burimi i tyre kryesor i informacionit dhe dy nga dhjetë pjesëmarrës në sondazh (kryesisht me moshë deri në 34 vjeç) thanë se informacionin në lidhje me zhvillimet socio-politike e marrin përmes rrjeteve sociale. Sidoqoftë, një përqindje e konsiderueshme prej 21% nuk janë të informuar fare.

Televizioni është burimi kryesor i informacionit, treguar nga gati se gjysma e pjesëmarrësve 49%.

TV 49%

PJESËMARRJA QYTETARE

Pjesa më e madhe e pjesëmarrësve në sondazhin për romët nuk janë të interesuar për angazhim qytetarë aktiv

A keni qenë i/e përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshime në komunitet ose në vendin ku jetoni?

28%

70%

A jeni i/e interesuar për përfshirje më aktive qytetare?

17%

80%

2%

0%

100%

Po

Jo

Nuk e din

Të anketuarit me arsim të lartë dhe punonjësit e sektorit publik treguan një interes më të lartë për angazhim më aktiv qytetar.

Të anketuarit thanë se kujdesi shëndetësor, stabiliteti ekonomik dhe shoqëror, si dhe shqetësimet lokale janë çështjet kryesore që nxisin interesin e tyre për veprimtari shoqërore dhe politike.

Hulumtimi tregon se ata nuk janë shumë të interesuar për politikë (25%) dhe nuk besojnë se angazhimi i tyre qytetar mund të sjellë ndryshime (41%), dhe kjo ka të ngjarë të jetë arsyeja e mungesës së interesit për jetën aktive qytetare.

Ngjashëm me grupet e tjera të popullsisë në spektrin më të ulët të të ardhurave, shumë anëtarë të komunitetit rom janë përqendruar kryesisht në mbijetesë, me energji të madhe dhe përpjekje të drejtuara drejt adresimit të problemeve themelore ekzistenciale. Sipas VOA News, varfëria konsiderohet si një faktor kryesor që dekurajon votuesit.¹⁷ Sidoqoftë, varfëria mund të përbëjë gjithashtu arsye për mobilizimin dhe aktivizmin qytetar.

¹⁷ "Zgjedhjet nuk sjellin asnjë shpresë në "geton" të Maqedonisë të drejtuar nga romët, thonë votuesit", Zëri i Amerikës (9 dhjetor 2016), në dispozicion në: <https://www.voanews.com/europe/election-brings-no-hope-macedonias-roma-run-ghetto-thuaj-votuesit> e aksesuar më 21 tetor, 2020.

Pjesëmarrësit e studimit treguan faktorët e mëposhtëm që janë arsye për përfshirjen e tyre të ulët qytetare dhe pjesëmarrjen qytetare:

- ♦ Organizatat joqeveritare që merren me problemet e popullatës rome janë politikisht të njëanshme dhe të ndara.
- ♦ Popullsia rome nuk është e bashkuar dhe e organizuar.
- ♦ Ka shumë parti politike që përfaqësojnë popullatën etnike rome.
- ♦ Romët zakonisht nuk janë të arsimuar, janë shumë të varfër dhe merren me probleme të vazhdueshme ekzistenciale për shkak të të cilave ata zakonisht nuk kanë kohë dhe burime për përfshirjen qytetare.
- ♦ Ekzistojnë shumë parti politike që përfaqësojnë popullin rom.

“ Kur flas për popullatën rome, ka disa parti politike dhe OJQ në secilin qytet. Për shembull, në Manastir ka tre kryetarë të partive politike dhe 3 organizata joqeveritare ose gjithsej 6 persona si ‘udhëheqës’ të popullatës rome. Pra, kush do t’i tregojë problemet që kanë romët? Ne kemi nevojë për menaxhim të mirë dhe përqendrim në problemet aktuale dhe prioritare të popullatës rome. ”

Femër, 37, Manastir

Faktorët që nxisin përfshirjen

Përfitimet personale ose familjare janë nxitësit kryesorë që shumica e pjesëmarrësve në studim të përfshihen më shumë në aktivitete që mund të sjellin ndryshime në komunitet, siç vërehet nga një e katërta e të anketuarve. Faktorë të tjerë të rëndësishëm motivues lidhen me përgjegjshmërinë e sistemit dhe institucioneve (13%) dhe përfaqësimin e interesave të tyre (13%). Me fjalë të tjera, çështjet e perceptuara si abstrakte dhe politike, jashtë zonës që ka të bëjë me cilësinë e jetës së tyre - si korrupsioni i nivelit të lartë, reformat e BE, etj - zakonisht nuk janë arsyet kryesore që pjesëtarët e komunitetit rom të bëhen votues aktivë ose qytetarë aktivë.

Shtatë nga dhjetë të anketuar (68%) nuk besojnë se mund të kenë ndikim si qytetar, ndërsa dy nga dhjetë (21%) besojnë se mund të kenë ndikim domethënës në komunën e tyre. Më pak 5% besojnë se mund të ndikojnë tek Kryeministri, Parlamenti, ministrat dhe Kryetari i shtetit.

Gatishmëria dhe aftësia për të marrë pjesë në aktivitete qytetare

Në lidhje me pjesëmarrjen në jetën publike, anëtarët e komunitetit rom janë më të gatshëm t'i përgjigjen një pyetësori (43%), të lexojnë një broshurë ose një fletushkë (29%) dhe të takojnë kolegë / miq për të diskutuar çështjet publike të cilat i shqetësojnë personalisht apo familjarisht (27%).

Bazuar në diskutimin e grupeve të fokusit, i cili konfirmon gjetjet e studimit në terren, arsyet e angazhimit të ulët socio-politik janë të rrënjësura në marginalizimin e përgjithshëm të komunitetit rom, problemet e tyre ekzistenciale, ndarjet shoqërore brenda grupit të tyre demografik ose polarizimi i shoqërisë së gjerë, niveli i ulët i arsimimit, varfëria e thellë, si dhe zhgënjimi i përgjithshëm në politikë dhe skepticizmi në aftësinë e tyre për të sjellë ndryshime.

Në cilën nga aktivitetet qytetare dëshironi të merrni pjesë?

43%

Të përgjigjeni
në pyetësorë



29%

Të lexoni broshurë
ose fletushkë



27%

Të takoni kolege/gë,
miq për të diskutuar



PROCESI ZGJEDHOR

Pjesëmarrësit e sondazhit më shpesh i lidhin zgjedhjet në vend me fraza të tilla si “sërish vjedhje”, “aktrim i mirë”, “premtime boshe”, “asfaltimi” dhe “ngritja e pagave dhe pensioneve”.

A besoni se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve?

56%

Po

33%

Jo

11%

Refuzon të përgjigjet

Më shumë se gjysma e të anketuarve besojnë se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve (56%), ndërsa një e treta (33%) nuk besojnë kështu, një përqindje e cila është dukshëm më e lartë krahasuar me popullsinë e përgjithshme (18%).

Pothuajse gjysma e të anketuarve (48%) tregojnë se vetëm votimi nuk mjafton për të përfshirë qytetarët në ndryshime të politikave, një e treta beson se votimi është i mjaftueshëm, ndërsa 17% thonë se nuk kanë njohuri për këtë çështje.

Në përgjithësi, të dhënat e sondazhit tregojnë një marginalizim dhe mosbesim në politikën kryesore midis popullatës rome.

Motivimi për të votuar

Sa rregullisht ju votoni?

44% rregullisht

19% shpesh

19% ndonjëherë

5% zakonisht jo

13% asnjëherë

Dyzet e katër përqind (44%) e pjesëmarrësve në sondazh tregojnë se ata votojnë pothuajse rregullisht, 19% shpesh, 19% ndonjëherë, 5% zakonisht nuk votojnë dhe 13% nuk votojnë kurrë.

Gjysma e pjesëmarrësve në sondazh (50%) votojnë për parti të ndryshme politike gjatë cikleve të ndryshme zgjedhore, ndërsa 27% votojnë rregullisht për të njëjtën parti. Kjo përqindje është më e lartë krahasuar me të gjitha grupet e tjera demografike që tregon se komuniteti rom mund të jetë i prekshëm nga manipulimi .

Faktorët që ndikojnë në vendimin e tyre për të votuar

Tre faktorët kryesorë që ndikojnë në vendimin e romëve për të votuar janë: perceptimi se votimi është një e drejtë dhe detyrë qytetare (48%), interesat personale dhe përfitimet (35%), dhe perspektivat për një të ardhme më të mirë (31%).

48%

E drejta dhe
detyra qytetare



35%

Personal interests
and benefits



31%

Ardhmëri
më e mirë



Pjesëmarrësit e grupeve të fokusit vërejnë se parregullsitë zgjedhore janë shumë më të theksuara në bashkësinë e tyre krahasuar me Bashkësitë e tjera etnike. Këto përfshijnë ryshfet, blerje të votës, shitje të kartave të identitetit për para, transporti i organizuar i votuesve në vendet e votimit me automjete të partive politike dhe forcave lokale të policisë.

“ Manipulimet, ryshfetet dhe presionet më të rënda ndodhin midis qytetarëve të paarsimuar që janë më të ekspozuar ndaj manipulimeve. ”
Mashkull, 40, Manastir

Pak më shumë se gjysma e të anketuarve (52%) tregojnë se vendimi i tyre për të votuar është i njëjtë ose më shpesh i njëjtë me atë të familjeve të tyre, ndërsa pothuajse një e katërta (24%) deklarojnë se vendimi i tyre është i njëjtë ose më shpesh i e njëjtë me atë të miqve të tyre.

Pjesëmarrësit e sondazhit do të dëshironin të shihnin më shumë përfaqësues të romëve, të rinjve dhe njerëzve të njohur në listat e kandidatëve.

Nëse ka përfaqësues të grupeve të mëposhtme në listat e kandidatëve, sa është e mundshme që ju të votoni për atë parti politike?

Njerëzit familjarë



Të rinjë



Përfaqësuesit e popullatës rome



0%

100%

Ka më shumë



Nuk ka ndikim



Ka më pak gjasa



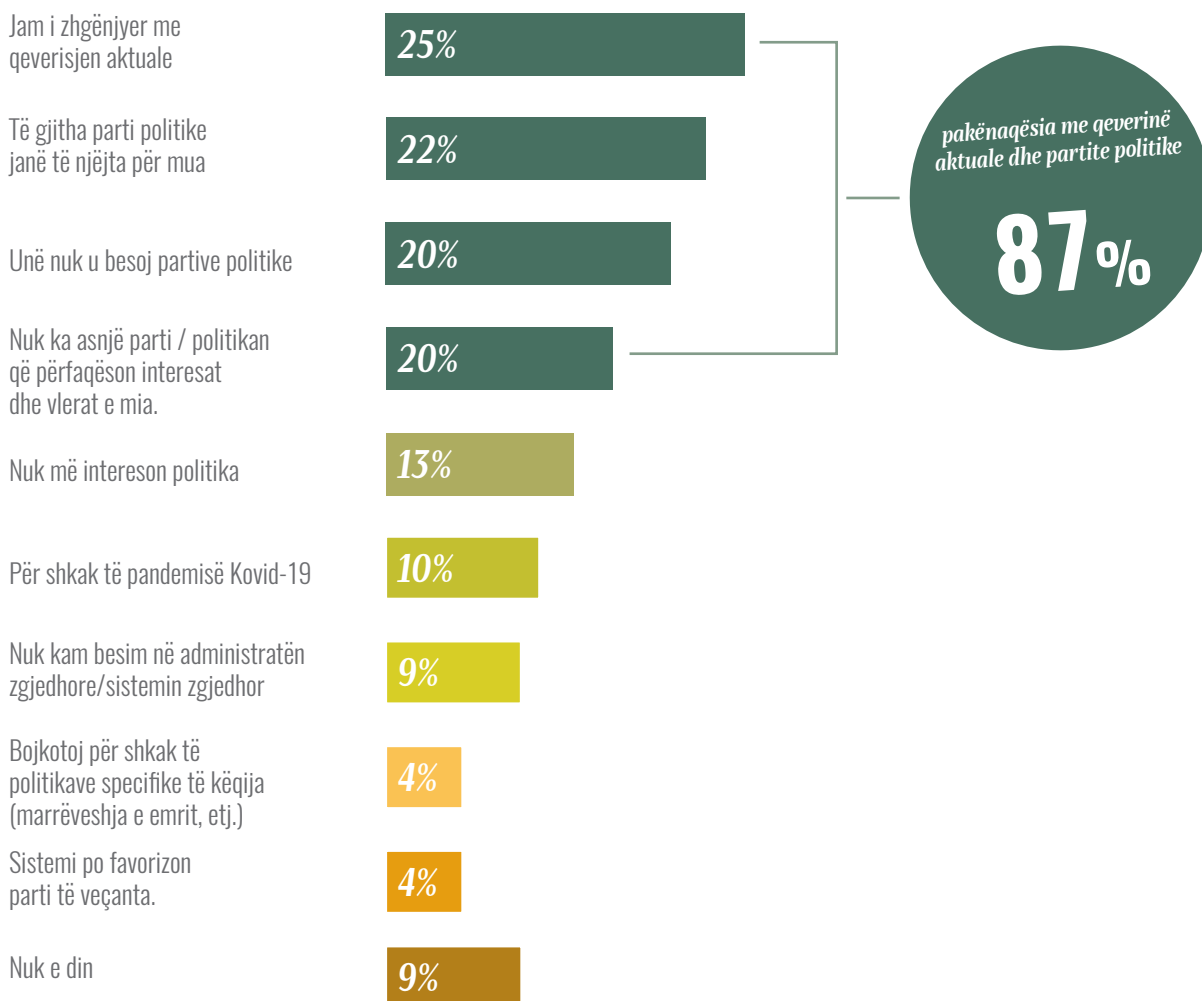
Nuk e din



Demotivimi për të votuar

Pakënaqësia me qeverisjen dhe partitë politike është faktori kryesor që ndikon në vendimin e pjesëmarrësve të sondazhit për të abstenuar nga votimi.

Çfarë mund të ndikojë në vendimin tuaj për të mos votuar?



Rezultatet e studimit tregojnë se romët janë përballur me vështirësi të shtuar gjatë procesit zgjedhor në krahasim me grupet e tjera. Ata mbajnë pikët më të larta sa i përket gabimeve gjatë futjes në listën zgjedhore, votimit nën presion dhe mungesën e njohurive për procedurat e votimit. Këto sfida e bëjnë bashkësinë rom, popullatën më të ndjeshme në lidhje me parregullsitë e lidhura me zgjedhjet.

Një sfidë e veçantë për bashkësinë rom ka të bëjë me çështjen e fëmijëve dhe qytetarëve pa dokumente. Çështja kërkon një qasje sistematike për të stimuluar dhe mundësuar procesin e votimit. Një çështje e rëndësishme për këtë grup është mungesa e edukimit të votuesve dhe qasja e kufizuar në informacionet bazë rreth zgjedhjeve. Për shembull, ata nuk dinë si të kontrollojnë nëse të dhënat e tyre personale janë në listat zgjedhore.

KOMUNIKIM ME KANDIDATËT DHE PARTITË

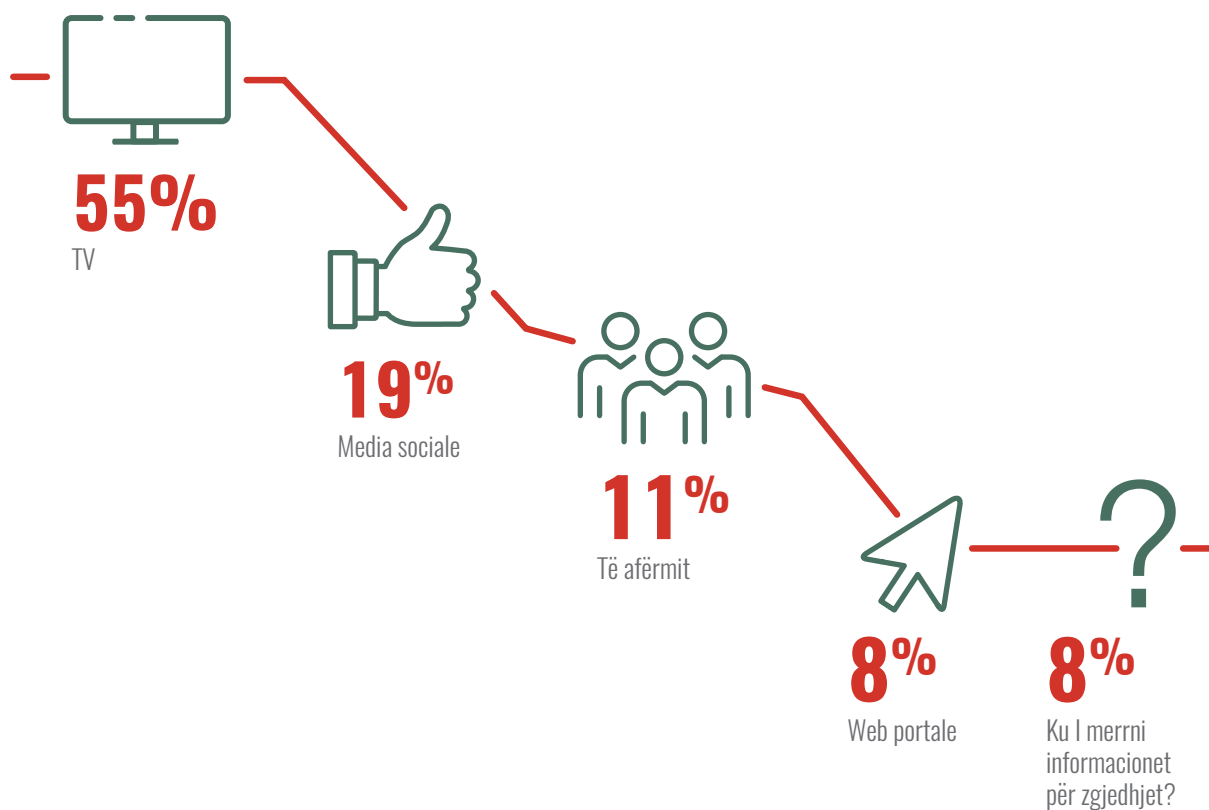
Pjesëmarrësit e sondazhit treguan se lajmet (62%) dhe debatet (16%) janë mënyrat më të praktikuara për të gjetur informacion në lidhje me zgjedhjet.

Ngjashëm me grupet e tjera të sondazhit, votuesit romë priren të mbështeten në përvojën e mëparshme të politikanëve për të marrë një **vendim të informuar në periudhën midis zgjedhjeve**. Metoda të tjera të preferuara për marrjen e informacionit zgjedhor janë komunikimi personal me kandidatët e partive dhe përfaqësuesit e zgjedhur si dhe mediat tradicionale.

Për më tepër, pjesëmarrësit në sondazh do të dëshironin që partitë politike:

- Të përmbushin premtimet parazgjedhore - “të paktën 50% të tyre”.
- Të zhvillojnë programe realiste partiake që janë specifike për kontekstin dhe u përgjigjen nevojave të qytetarëve.
- Të bashkohen rreth interesave më të rëndësishëm kombëtare dhe kapërcejnë krizën COVID-19.

Ku i merrni informacionet për zgjedhjet?



BARRIERAT

Popullsia rome përballlet me sfida të ndryshme shoqërore, politike dhe ekonomike që kufizojnë integrimin e tyre të plotë dhe pjesëmarrjen aktive në shoqëri dhe jetën publike.

Margjinalizimi politik dhe publik i romëve është shkaktuar nga shumë faktorë të tillë si varfëri ekstreme, analfabetizmi, kushtet jostandarde të jetesës, barrierat gjuhësore, infrastrukture e dobët, mungesë burimesh, përfshirë barrierat strukturore dhe sociale, të identifikuara në këtë hulumtim.

Pjesëmarrja politike e çdo grupi të nënpërfaqësuar ose të marginalizuar politikisht ose mungesa e tij është shumë e rëndësishme dhe duhet të adresohet në përputhje me rrethanat. Aktualisht romët janë një nga grupet etnike më të marginalizuara politikisht në Maqedoninë e Veriut.

Mungesa e njohurive dhe informacionit për t'u përfshirë në procesin zgjedhor në lidhje me regjistrimin e votuesve, vëzhgimin e listës zgjedhore, ose raportimin e parregullsive dhe manipulimeve.

Mungesa ose skadimi i dokumenteve të identifikimit personal për shkak të të cilave qytetarët romë nuk janë përfshirë në listën e votuesve.

Kuptim i pamjaftueshëm i proceseve politike dhe elektorale duke kufizuar kështu interesin për politikë dhe pjesëmarrjen politike të qytetarëve romë me status më të ulët shoqëror dhe / ose sfond arsimor.

Niveli i ulët i përfshirjes për shkak të preokupimit me çështje ekzistenciale.

Vështirësitë në lidhje me tema abstrakte politike dhe qytetare duken të parëndësishme për jetën e përditshme.

Skepticizmi në lidhje me fuqinë e tyre për të ndikuar në politikën në vend.

Nënpërfaqësimi në administratën shtetërore dhe perceptimi se shqetësimet e tyre nuk adresohen nga ata që i përfaqësojnë ato.

Mungesa e aftësisë për të marrë pjesë me besim në jetën politike dhe qytetare dhe mungesa e vetëdijes për nevojën për të marrë pjesë. Këto gjithashtu ndikohen nga ndarjet ekzistuese, mungesa e unitetit dhe strukturës midis aktivistëve politikë romë dhe brenda komunitetit.

Qasje e kufizuar në informacion dhe arsim për shkak të burimeve të kufizuara: financat, koha, standardi i jetesës si dhe aftësitë si shkrim-leximi, shkrim-leximi digjital, etj

REKOMANDIME

Në përgjigje të këtyre sfidave dhe pengesave të identifikuara, rekomandohen një sërë ndërhyrjesh që mund të kontribuojnë në mënyrë efektive për të përmirësuar pjesëmarrjen qytetare dhe politike të popullatës romë në vend:

Të vazhdohen dhe zgjerohen përpjekjet për edukim qytetar

- ♦ Përqendrim në përshkrimin e përfitimeve të angazhimit qytetar, format dhe kanalet për pjesëmarrje, kuptimin e përmirësuar të të drejtave të votimit dhe aktivitetet e ditës së Zgjedhjeve.
- ♦ Të theksohet rëndësia e çdo vote - vlera e saj dhe ndikimi i mundshëm, lidhja me një cilësi më të mirë të jetës, ose mbrojtja e të drejtës së votës.
- ♦ Të zhvillohet fushatë informimi dhe edukimi në gjuhën romë, përveç gjuhës (ve) zyrtare të vendit. Të zbatohet qasje jo-konvencionale duke përfshirë takime të drejtpërdrejta, programe radio, prezantim vizual dhe ilustrues të materialeve të shtypura, fushata në lagje, partneritete me drejtuesit të komunitetit për të ndihmuar bashkësitë dhe individët me probleme të shkrim-leximit.

Të rritet ndërgjegjësimin për rëndësinë e procesit zgjedhor

- ♦ Të inkurajohen partitë politike, autoritetet publike dhe mediat që të promovojnë çështje me interes dhe rëndësi për popullatën romë siç janë: papunësia, vendbanimet joformale romë, ndërtesat e paligjshme, problemet e infrastrukturës, furnizimi me ujë dhe kanalizimi, problemet sociale dhe shëndetësore.
- ♦ Të zbatohet fushatë që synon bashkësin romë për çështjet të politikave ose vendimet e ardhshme politike

Të forcohet besimi se ata mund të kenë ndikim në komunitet ose në shoqëri.

- ♦ Të promovohen shembuj pozitivë të aktivistëve të shquar romë dhe të ndikimit të tyre. Të paraqiten shembuj që vërtetojnë se aktivizmi ka rëndësi dhe ka fuqinë për të rregulluar shoqërinë.
- ♦ Të promovohen projekte dhe iniciativa mikro-komunitare që trajtojnë çështje të ndryshme shqetësuese specifike për bashkësinë romë
- ♦ Të merren parasysh formate të ndryshme si dëshmi, histori të palëve të treta, projekte të komunitetit lokal të lehtësuara nga parti politike ose organizata.

Të përmirësohet perceptimi i tyre negativ për nën-përfaqësimin nga zyrtarët e zgjedhur

- ♦ Të përfshihen çështjet e lidhura me Romët lartë në agjendën publike të përfaqësuesve përkatës politikë.
- ♦ Të ndiqen dhe të kontrollohen periodikisht çështjet me të cilat përballet komuniteti romë në periudhën midis zgjedhjeve.

- ♦ Të nxiten politikanët dhe aktivistët romë të lidhur me partitë kryesore politike për të mbrojtur nevojat e komunitetit rom.
- ♦ Të përdoren mjete të ndryshme të angazhimit siç janë ditët e hapura në komunitet si një kanal për komunikim të dyanshëm, promovimi i çështjeve specifike të romëve në mediat sociale.

Të promovohet komunikimi i përshtatur për të rinjtë romë

- ♦ Të angazhohen njerëz të rinj, të arsimuar si një lidhje midis partive politike dhe komunitetit më të gjerë rom.
- ♦ Të përdoret potenciali i kontaktit personal për të ndikuar, edukuar dhe ndihmuar votuesit për të përvetësuar procesin zgjedhor.

Të krijohen aleanca:

Me organizatat jo-qeveritare, në bashkëpunim me autoritetet ose në mënyrë të pavarur, për:

- ♦ T'i informuar dhe edukuar në lidhje me procesin e votimit dhe për të përmirësuar regjistrimin e votuesve.
- ♦ Të përmirësuar përfaqësimin e romëve në OJQ-të dhe subjektet e tjera që merren me të drejtat e romëve
- ♦ Të forcuar kapacitetet, pozicionin dhe rrjetëzimin e OJQ-ve brenda komunitetit Rom për të rritur besueshmërinë dhe fuqinë e tyre për të ndikuar.

Me media (digjitale dhe tradicionale)

- ♦ Të promovohet narrativ i përqendruar në shembuj pozitivë dhe i suksesshëm i aktivistëve romë.
- ♦ Të promovohen kanale të reja për pjesëmarrjen qytetare të komunitetit rom.
- ♦ Të edukohen dhe të informohen për rëndësinë e votimit, mekanizmat për të mbrojtur të drejtën e votës dhe për procesin e votimit gjatë zgjedhjeve.
- ♦ Të edukohen dhe ndërgjegjësohen rreth parregullsive zgjedhore, dhunës dhe gjuhës së urrejtjes.

Të përdoren kanalet përkatëse të komunikimit dhe të zbatohen të dy qasjet jo-konvencionale dhe tradicionale

Të përdoret televizioni për të arritur deri tek popullata rome.

- ♦ Të përdoren formate që japin mundësi për të kontekstualizuar informacionin dhe për të rritur rëndësinë e tij.

- ♦ Të merren parasysh formatet e tjera të komunikimit përveç lajmeve të reja, p.sh. debate, editoriale, tregime të shkurtra dhe dëshmi që portretizojnë shqetësimet lokale dhe ofrojnë perspektivë në procesin e votimit.
- ♦ Përqëndrim në stacionet televizive që transmetojnë programe në gjuhën rome, si dhe në stacionet televizive lokale
- ♦ Kur është e mundur, të paraqiten informacione ilustrues në gjuhën rome, veçanërisht në lidhje me procesin e votimit, të drejtat e votimit, raportimin e parregullsive zgjedhore.

Të organizohen takime ballë për ballë ose ngjarje të tjera të komunitetit

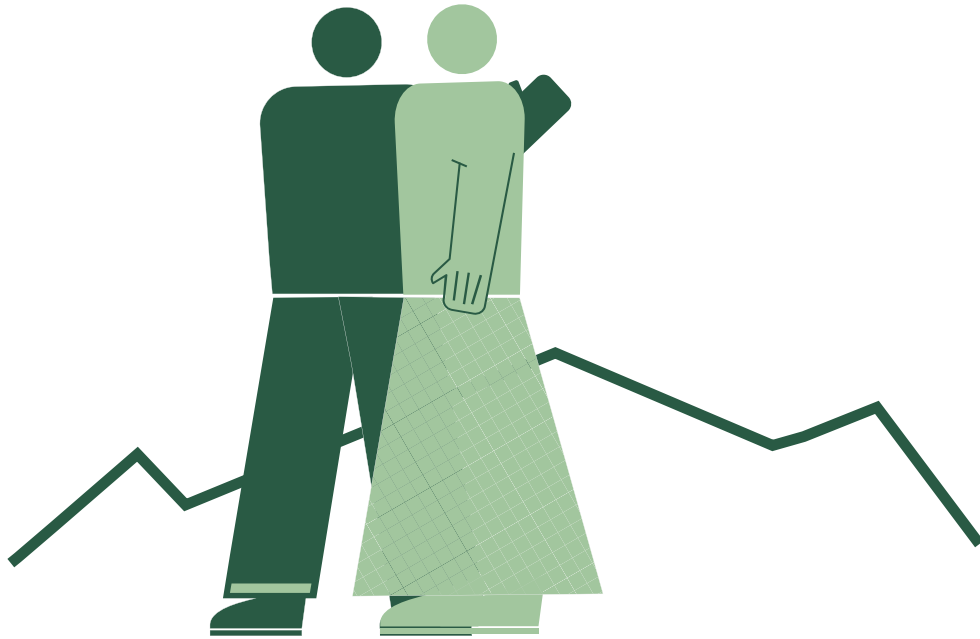
- ♦ Të përdoren formate të ndryshme për ndërveprim të drejtpërdrejtë siç janë mbledhjet e vogla, takimet joformale lokale për të ndërtuar marrëdhënie besimi me votuesit romë dhe për të rritur perceptimin e tyre të vetë-vlerësimit dhe rëndësisë.
- ♦ Të propozohen projekte ose aktivitete të komunitetit me potencial të mbledhjes së njerëzve ose grupeve specifike nga komuniteti.

Të pilotohen kanale të tjera jo-tradicionale

- ♦ Të merren parasysh mënyrat për të arritur deri te komunitetit rom në jetën e tyre të përditshme për të shpërndarë informacionin, përfshirë në: autobusë, në stacione autobusi, dyqane lokale, tregje të hapura, dyqane berberësh, pako ushqimore, çanta, etj.

Të përdoren mediat sociale për të rritur pjesëmarrjen dhe ndikimin, posaçërisht të të rinjve romë:

- ♦ Të vendoset komunikim më i personalizuar dhe i drejtpërdrejtë bazuar në demografinë, vendndodhjen dhe interesin.
- ♦ Të promovohen temave dhe çështjeve përkatëse për komunitetin rome.
- ♦ Të angazhohen të rinj romë përmes diskutimeve të përqendruara përmes komenteve, sondazheve, forumeve, debateve të drejtpërdrejt, etj.
- ♦ Të rritet komunikimi.
- ♦ Të rritet rëndësia e informacionit duke përdorur potencialin e ndikuesve në lidhje me procesin e votimit, zgjedhjet dhe jetën qytetare.



PERSONA NGA KOMUNITETET E LARGËTA

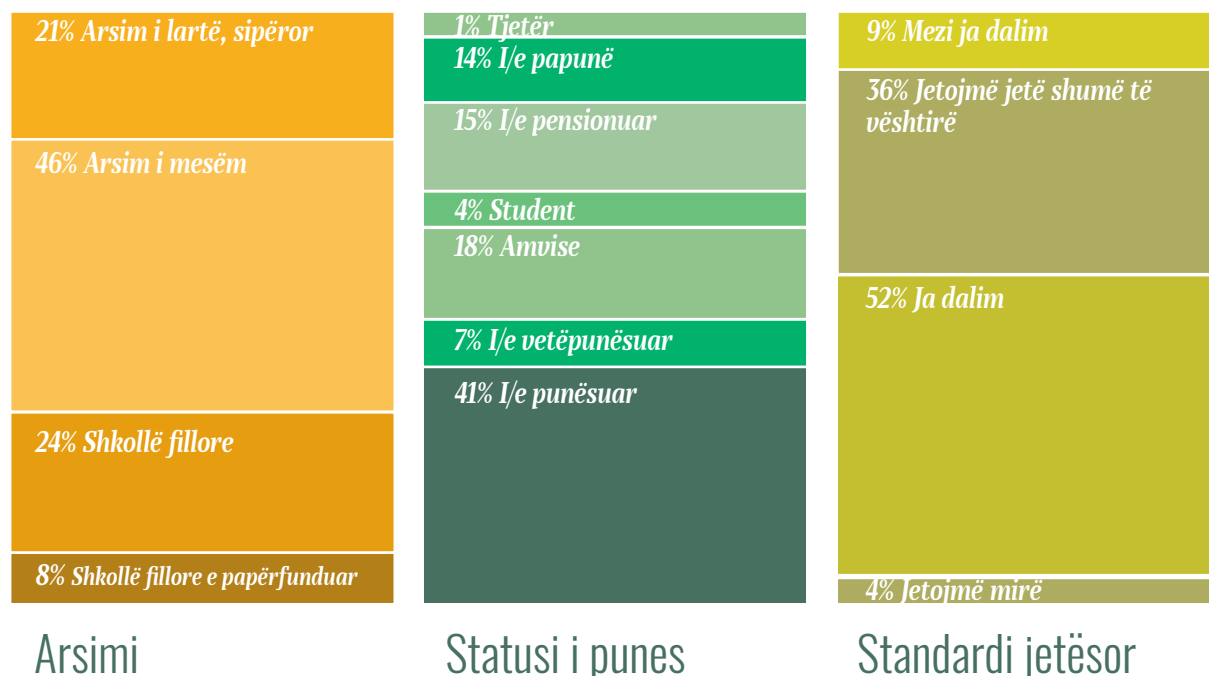
Gjetjet kyqe nga hulumtimi sasior dhe cilësor

Persona nga komunitetet e largëta - përkufizimi dhe madhësia

Fjalorët Oxford Learner's përkufizojnë bashkësinë e largët si një komunitet të vendosur "larg vendeve ku jetojnë njerëzit e tjerë".¹⁸ Komunitetet e largëta në Maqedoninë e Veriut në komunat Makedonski Brod, Dibër, Berovë, Pehçevë, Dellçevë dhe Kriva Pallanka janë kryesisht rurale për nga struktura. Për qëllimet e këtij vlerësimi, komunitetet që janë më larg nga qytetet më të mëdha dhe / ose ato me infrastrukturë të dobët transporti gjithashtu do të konsiderohen të largëta. Prandaj, komunitetet e largëta nuk mund të konsiderohen thjesht një nënkategori e popullsisë rurale.¹⁹ Sipas hulumtimeve, nuk ka sondazhe të opinionit publik që tregojnë sjelljen e njerëzve që jetojnë në komunitete të largëta, si votues. Në mënyrë të ngjashme, fushatat e edukimit të votuesve nuk synojnë këtë segment specifik të popullsisë.

Profili demografik

Gjithsej 150 të anketuar që jetojnë në komunitete të largëta morën pjesë në sondazhin sasior ballë për ballë i cili u plotësua nga një fokus grup.



¹⁸ Uebfaqja zyrtare e Oxford Learner's Dictionary, e disponueshme në: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/remote_1, aksesuar në 14 tetor, 2020.

¹⁹ Instituti i Shkencave Shoqërore dhe Shkencave Humane - Shkup "Raporti fillestar - hulumtim dhe përmbledhje e literaturës analitike të realizuar nga ekipi i ISShShH", studim i porositur nga FNSZ mbi përparësitë, ngurtësitë, motivimin në lidhje me zgjedhjet dhe edukimin e votuesve.

TEMAT E INTERESIT

Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

Sa jeni i/e interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?



Krahasuar me popullatën e përgjithshme dhe rurale, njerëzit që jetojnë në komunitete të largëta priren të jenë më të interesuar për zhvillimet socio-politike dhe më shpesh diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë.

Hulumtimi tregon se rreth 59% e të anketuarve në sondazh janë “shumë” ose “deri diku të interesuar” për çështjet e zhvillimit socio-politik, ndërsa 42% janë “aspak” ose “jo shumë” të interesuar. Gjashtëdhjetë e katër përqind (64%) e të anketuarve ndonjëherë ose shpesh diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë, ndërsa 36% rrallë ose kurrë nuk e bëjnë këtë.

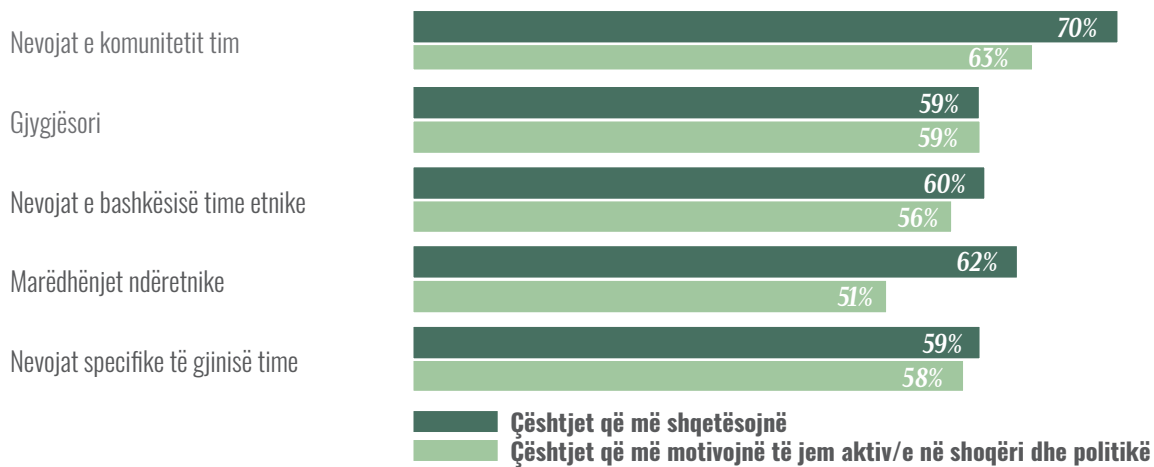
Sipas pjesëmarrësve në grupet e fokusit, pandemia KOVID-19 dhe formimi i qeverisë së re renditen në nivelin më të lartë midis çështjeve socio-politike me interes. Këto dy çështje me përparësi preken nga zhvillimet në periudhën e kryerjes së hulumtimit. Çështje të tjera shqetësuese janë situata aktuale ekonomike në vend, stabiliteti shoqëror, problemet e sektorit privat si dhe dhuna në familje.

Shqetësimet

Sa mendoni se ju shqetësojnë informacionet/ çështjet/ temat e mëposhtme?

Sa do të thonit që çështjet / temat e mëposhtme ju motivojnë të jeni aktiv/e në shoqëri dhe në politikë?





Kujdesi shëndetësor, stabiliteti ekonomik dhe social dhe çështjet lokale janë çështjet më të rëndësishme për njerëzit që jetojnë në komunitete të largëta, siç tregohet nga më shumë se tre të katërtat e të anketuarve. Të anketuarit theksojnë më tej se këto shqetësime, në veçanti çështjet lokale, janë nxitësit kryesorë që ata të jenë më aktivë shoqërisht dhe politikisht.

Ky grup shqetësohet më pak për nevojat specifike të gjinisë, gjyqësorin dhe nevojat specifike që lidhen me grupin e tyre etnik.

Njerëzit që jetojnë në komunitete të largëta shprehin pakënaqësi me infrastrukturën e dobët, furnizimin me ujë, menaxhimin e mbeturinave dhe vendet e deponisë, transportin e dobët publik dhe mungesën e shërbimeve të kujdesit shëndetësor.

“ Ne paguajmë çmimet më të larta, kemi produktet dhe shërbimet më të këqija. E kam fjalën për rroba, ushqim dhe shërbime. Mund të jemi mirënjohës vetëm për ajrin e pastër dhe që nuk kemi ndotje të ajrit. ”
Mashkull, 33, Dellçevë

Ky grup përballlet me vështirësi me papunësinë, standardin e ulët të jetesës dhe çështjet e migrimit, me të rinjtë që lënë zonat rurale dhe lëvizin në vende më të mëdha, dhe / ose jashtë vendit.

“ Nuk ka asnjë zëvendësim për mjekët në pension. Nuk ka neurolog apo gjinekolog. Në fakt ka vetëm një gjinekolog për të gjithë rajonin e Maqedonisë Lindore. ”
Femër, 53, Pehçevë

BURIMET E INFORMACIONIT

Ngjashëm me popullatën e përgjithshme, televizioni është burimi mbizotërues i informacionit për njerëzit që jetojnë në komunitete të largëta, siç shprehen 57% e pjesëmarrësve në sondazh. Dy nga dhjetë persona që jetojnë në komunitete të largëta marrin informacion në lidhje me zhvillimet aktuale socio-politike kryesisht përmes rrjeteve sociale, ndërsa 8% marrin informacion përmes miqve dhe familjes.

Televizioni është burimi kryesor i informacionit për njerëzit që jetojnë në Bashkësitë e largëta, treguar nga 57% e pjesëmarrësve të sondazhit.

TV 57%

Për më tepër, për shkak të mungesës së besimit në informacionin e paraqitur dhe perceptimit të përhapur të lajmeve si të rreme, ky grup demonstroi besim shumë të ulët në media. .

PJESËMARRJA QYTETARE

Shtatëdhjetë përqind (70%) e njerëzve që jetojnë në komunitete të largëta nuk kanë qenë kurrë të përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ndikojë në bashkësinë ose vendin ku ata jetojnë, dhe as nuk duan të bëhen më të angazhuar në shoqëri.

A keni qenë i/e përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshime në komunitet ose në vendin ku jetoni?



A jeni i/e interesuar që të keni një përfshirje më aktive qytetare?



Gjashtëdhjetë e gjashtë përqind (66%) të pjesëmarrësve në sondazh nuk besojnë në bërjen e një ndryshimi pozitiv (si nga angazhimi individual ashtu edhe nga angazhimi i OJQ), ndërsa 18% nuk kanë interes në angazhimin qytetar, gjë që shpjegon motivimin e ulët për pjesëmarrjen qytetare.

Gjetjet e grupeve të fokusit tregojnë se pjesëmarrësit e perceptojnë aktivizmin qytetar si të nevojshëm, pasi ata përballen me shumë vështirësi në jetën e tyre të përditshme dhe “diçka duhet të bëhet në këtë drejtim”. Sidoqoftë, ato tregojnë se përfshirja qytetare është e pamjaftueshme në Bashkësitë e largëta.

Faktorët që kontribuojnë në përfshirjen minimale qytetare dhe nivelet e ulëta të pjesëmarrjes qytetare, ndër të tjera, mund të përmbliidhen si më poshtë:

- Qytetarëve u mungon këmbëngulja dhe proaktiviteti për të zgjidhur problemet
- Qytetarët ndihen të pafuqishëm dhe nuk besojnë se përpjekjet e tyre do të kenë rezultate
- Qytetarët janë të zhgënjyer nga partitë politike
- Punonjësit e sektorit publik janë të demotivuar; diçka mund të arrihet vetëm përmes “lidhjeve”, domethënë nëse njeh dikë

“ Unë punoj në një institucion dhe për mua është e lehtë të kryesh punë, por për dikë tjetër, veçanërisht për ata që jetojnë në fshatra të largëta, gjërat nuk janë njësoj. Askush në institucion nuk do të flasë me ta dhe askush nuk do të përpiqet t’i ndihmojë për ta zgjedhur problemin që kanë. ”

Femër, 49, Kriva Pallanka

Faktorët që nxisin përfshirjen

Përfitimet personale ose familjare janë motivuesit kryesorë që pjesa më e madhe e pjesëmarrësve të sondazhit të përfshihen më shumë në aktivitete që mund të sjellin ndryshime në komunitet, siç vërehet nga 22% e të anketuarve. Faktorë të tjerë të rëndësishëm motivues lidhen me përfaqësimin e interesave të tyre (20%) dhe reagueshmërinë e sistemit (16%).

Edhe pse më shumë se gjysma e të anketuarve (56%) nuk besojnë se mund të kenë ndikim si qytetar, 23% konsiderojnë se mund të bëjnë një ndikim domethënës në komunën e tyre dhe vetëm 5% besojnë se mund të ndikojnë në Parlament.

Gatishmëria dhe aftësia për të marrë pjesë në aktivitete qytetare

Kur u pyetën nëse do të ishin të gatshëm të merrnin pjesë në aktivitete qytetare, 48% e të anketuarve thanë se do t'i përgjigjeshin një pyetësi, 41% do të takonin kolegë / miq për të diskutuar një çështje personale ose familjare dhe 39% do të merrnin informacion nga një broshurë ose fletushkë. Ky grup heziton të kërkojë në internet, domethënë 80% nuk do të donin të merrnin pjesë në takimet në internet. Për më tepër, 76% nuk do të merrnin pjesë në një takim të partisë politike dhe 74% nuk do të merrnin pjesë në një debat publik.

Në cilën nga aktivitetet dëshironi të merrni pjesë?

48%

Të përgjigjeni
në pyetësorë



39%

Të lexoni broshurë
ose fletushkë



41%

Të takoni kolege/gë,
miq për të diskutuar



PROCESI ZGJEDHOR

Njerëzit që jetojnë në komunitete të largëta i lidhin zgjedhjet me fraza të tilla si: “krejtësisht të panevojshme”, “nuk pasqyron vullnetin e njerëzve”, “SHBA dhe BE marrin vendimin përfundimtar në lidhje me rezultatin e zgjedhjeve”.

A besoni se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve?

75%

Po

17%

Jo

1%

Refuzon të përgjigjet

7%

Nuk e din

Ngjashëm si me grupet e anketuara në kategoritë e përgjithshme dhe rurale, një vëzhgim pozitiv është se shumica dërrmuese e të anketuarve besojnë se ata mund të ndikojnë në rezultatet e zgjedhjeve, domethënë mendojnë se çdo votë është e rëndësishme (75%), ndërsa 17% nuk besojnë kështu.

Më shumë se gjysma e të anketuarve (59%) tregojnë se votimi në vetvete nuk është i mjaftueshëm për të angazhuar qytetarët në mënyrë që të ndryshojnë ose të ndikojnë në politikën, ndërsa tre nga dhjetë besojnë kështu.

Motivimi për të votuar

Sa rregullisht ju votoni?

79% rregullisht or shpesh

12% ndonjëherë

4% zakonisht jo

2% asnjëherë

Studimi tregon se njerëzit nga Bashkësitë e largëta janë votues të rregullt: 79% votojnë pothuajse rregullisht ose shpesh, 12% ndonjëherë, 4% zakonisht nuk votojnë dhe 2% thanë se nuk votojnë kurrë. Ka votues më të rregullt midis njerëzve nga Bashkësitë e largëta, krahasuar me gratë nga vendet rurale (72% pothuajse rregullisht ose shpesh votojnë) dhe të rinjtë nga viset rurale (65% pothuajse rregullisht ose shpesh votojnë).

Përveç kësaj, 39% shprehen se ata gjithmonë votojnë për të njëjtën parti ndërsa 43% votojnë për parti të ndryshme politike. Kjo tregon që mbështetja e tyre për një parti të caktuar politike mund të ndryshojë nëse paraqiten opsione të tjera politike.

Faktorët që ndikojnë në vendimin e tyre për të votuar

Ngjashëm me popullatën e përgjithshme, tre faktorët kryesorë që ndikojnë në vendimin e njerëzve nga Bashkësitë e largëta për të votuar janë: perceptimi se votimi është një e drejtë dhe detyrë qytetare (46%), perspektivat për një të ardhme më të mirë (32%) dhe frika se dikush do të vidhte votën e tyre (32%), domethënë do të votonte me mashtrim në vend të tyre.

46%

E drejta dhe detyra qytetare



32%

Ardhmëri më e mirë



32%

Frika se dikush do ta vjedhë votën e tyre



Dy të tretat e të anketuarve (66%) tregojnë se preferenca e tyre e votimit është e njëjtë ose më shpesh e njëjtë me atë të familjeve të tyre, ndërsa pothuajse një e treta (32%) thanë se preferenca ishte ndryshe.

Gjashtë në dhjetë të anketuar nuk ndikohen nga miqtë e tyre mbi vendimin për të votuar.

Njerëzit që jetojnë në komunitete të largëta do të dëshironin të shihnin më shumë përfaqësues të njerëzve që ata njohin dhe të rinjtë si kandidatë në listat zgjedhore të partive (ose si zyrtarë të zgjedhur, për shembull në këshillat komunalë).

Nëse në listat e kandidatëve ka përfaqësues të grupeve në vijim, sa gjasa ka që ju të votoni për atë parti politike?

Përfaqësuesit e komunitetit lokal



Të rinjë



Njerëzit familjarë



Ka më shumë



Nuk ka ndikim



Ka më pak gjasa



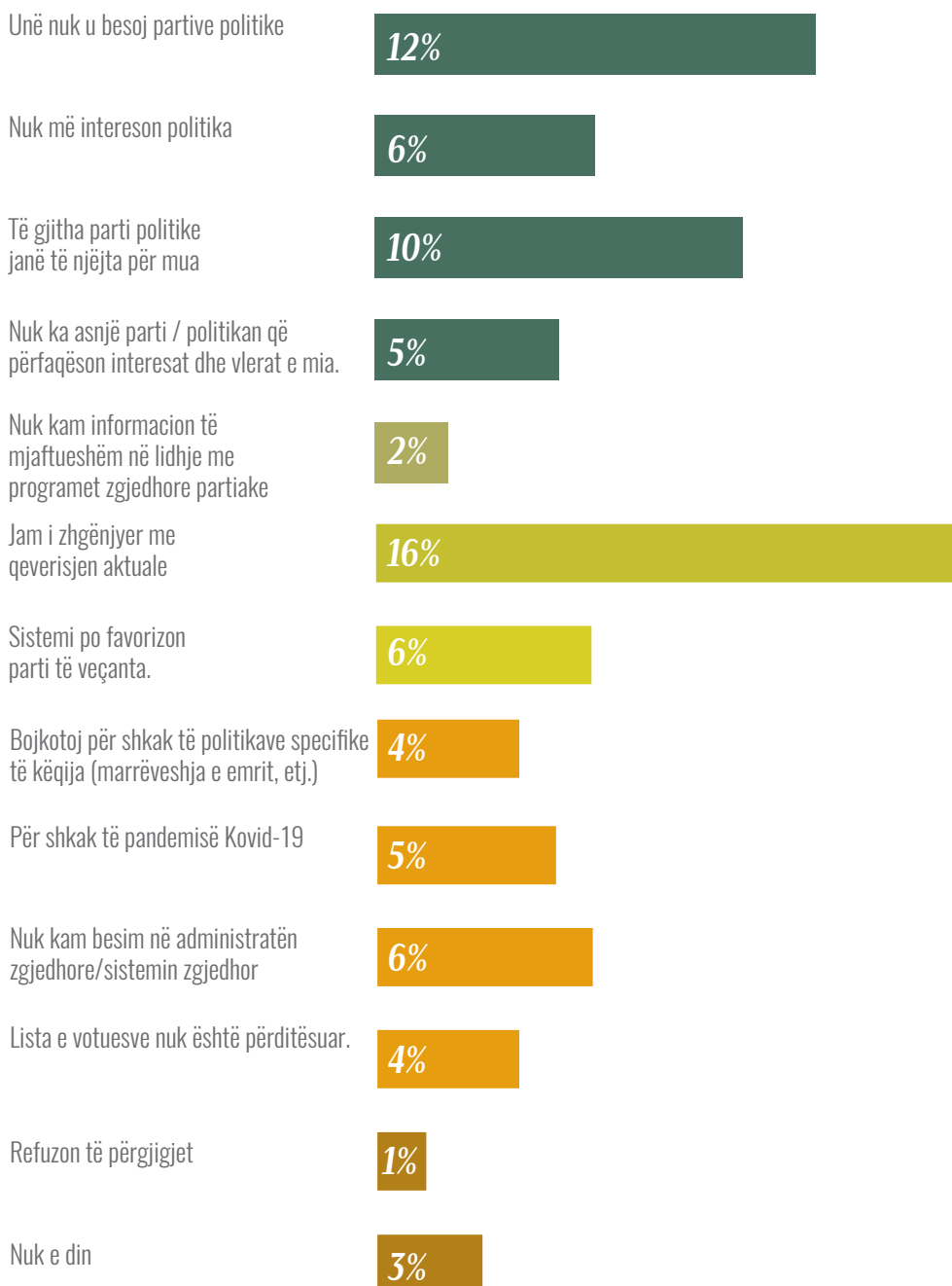
Nuk e din



Demotivimi për të votuar

Pakënaqësia me qeverisjen dhe partitë politike demotivon njerëzit nga Bashkësitë e largëta që të dalin dhe të votojnë.

Çfarë mund të ndikojë në vendimin tuaj për të mos votuar?



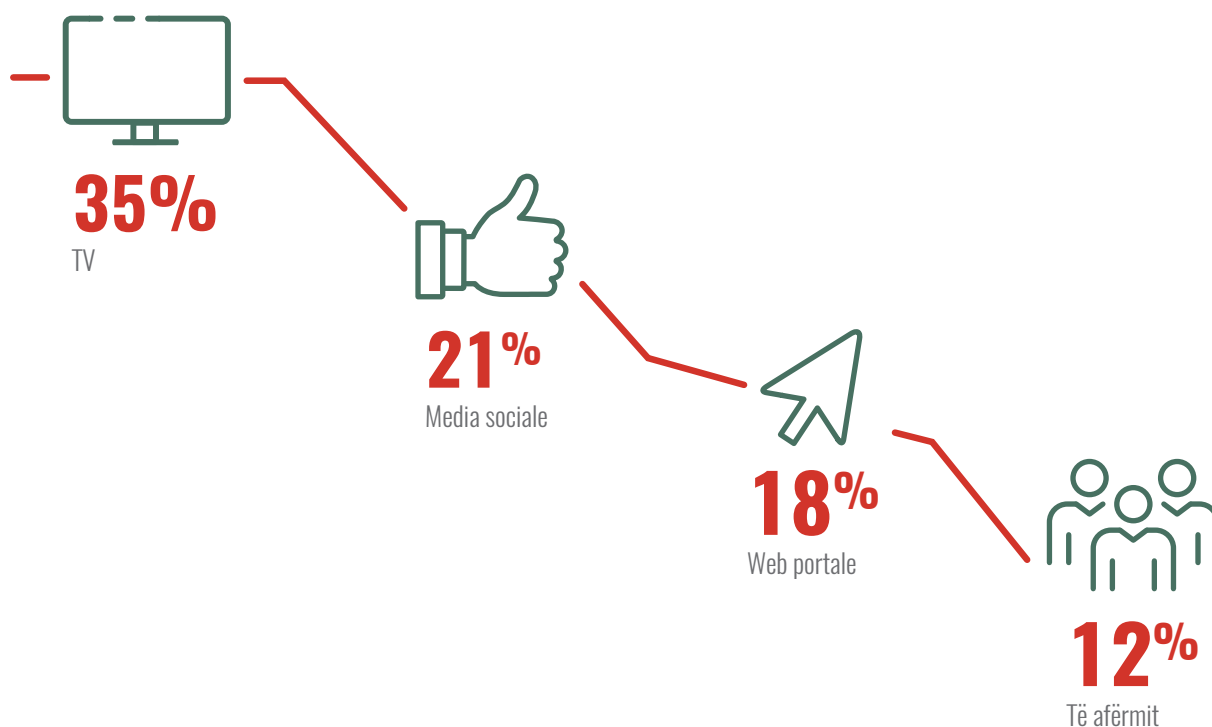
Ky grup demografik beson se imigrimi masiv i qytetarëve nga bashkësitë e largëta është provë e mjaftueshme që partitë politike nuk kanë plane dhe strategji të suksesshme zhvillimore për bashkësitë e largëta dhe zonat rurale. Ata besojnë se fokusi i partive politike është kryesisht në zonat urbane dhe qytetet e mëdha.

“Diskriminimi nuk është vetëm urban kundrejt rural, por edhe qytet i madh kundrejt qytetit të vogël.”
Femër, 49, Kriva Pallanka

KOMUNIKIM ME KANDIDATËT DHE PARTITË

Burimet kryesore të informacionit zgjedhor janë TV (35%), media sociale (21%), portale në internet (18%), miqtë dhe anëtarët e familjes (12%).

Edicionet e lajmeve (42%) dhe debatet TV (30%) janë mënyrat më të praktikuara të marrjes së informacionit në lidhje me zgjedhjet nga pjesëmarrësit e sondazhit.



Në lidhje me llojin e komunikimit me kandidatët në periudhën e zgjedhjeve, ky grup preferon komunikimin personal në grupe më të vogla (në lagje) dhe komunikimin personal, derë më derë dhe mbështetet në përvojën politike të kandidatëve në krijimin e një vendimi të informuar.

Në lidhje me komunikimin me kandidatë ose përfaqësues nga partitë politike midis zgjedhjeve, njerëzit nga bashkësitë e largëta preferojnë të informohen në vazhdimësi për arritjet dhe rezultatet e mëparshme të kandidatëve (33%), të kenë komunikim personal në grupe më të vogla (30%) dhe marrin informacione përmes mediave tradicionale (28%).

Pjesëmarrësit e sondazhit tregojnë se partitë politike vizitojnë bashkësitë e tyre dhe kanë kontakte me qytetarët vetëm gjatë periudhës parazgjedhore. Në këtë drejtim, ata nënvizojnë se partitë politike nuk janë të interesuara për nevojat e qytetarëve dhe vizitat e tyre kanë vetëm një qëllim - marketing politik dhe fitimin e votave të njerëzve.

**“ Kur na vizitojnë para zgjedhjeve, vijnë vetëm për promovim të partisë e jo për të dëgjuar nevojat dhe problemet tona. Une nuk mendoj se ndonjë politikan do të vinte në Makedonski Brod për të ndëgjuar çështjet tona lokale, urbanizimin, kanalizimin, etj
Femër, 24, Makedonski Brod**

Pritjet e këtij grupi demografik nga partitë politike janë:

- ♦ Të përmbushen premtimet e tyre
- ♦ Të përmirësohen kushtet themelore të zonave rurale dhe bashkësive të largëta

BARRIERAT

Popullsia nga bashkësitë e largëta vepron në mënyrë të ngjashme me popullsinë rurale për sa i përket qëndrimeve dhe sjelljes ndaj pjesëmarrjes qytetare dhe politike. Ndjenja e përgjithshme e marginalizimit dhe mungesa e përfaqësimit është më e theksuar në mesin e këtij grupi. Ata janë të bindur se edhe kërkesat themelore, të tilla si transporti dhe infrastruktura, kujdesi shëndetësor, furnizimi me ujë të pijshëm dhe të tjera nuk janë përmbushur dhe se ato nuk paraqiten në agjendën e partive politike.

Për sa i përket interesit, krahasuar me popullatën e përgjithshme, njerëzit që jetojnë në komunitete të largëta priren të jenë më të interesuar për zhvillimet socio-politike dhe më shpesh diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë.

Pengesat e mëposhtme specifike u identifikuan:

- ♦ Mungesë interesi midis institucioneve dhe politikanëve për përmirësimin e cilësisë së jetës dhe shfrytëzimin e ndjenjës së marginalizimit dhe përjashtimit.
- ♦ Nënperfaqësimi: një ndjenjë e fortë se shqetësimet e tyre nuk adresohen nga përfaqësuesit e tyre.
- ♦ Skepticizmi në lidhje me fuqinë e tyre për të ndikuar në politikën në vend.
- ♦ Vetë-iniciativa e ulët pavarësisht nga nevoja e spikatur për pjesëmarrje qytetare.
- ♦ Mungesa e mundësive dhe kanaleve ku ata mund të marrin pjesë dhe të jenë të angazhuar në shoqëri dhe vetëdijësim i ulët për të.
- ♦ Mungesa e aftësive për të marrë pjesë në mënyrë aktive në jetën shoqërore (preferenca për pjesëmarrjen pasive).
- ♦ Infrastruktura e dobët (infrastruktura rrugore dhe lidhjet) ndikojnë negativisht në pjesëmarrjen e tyre.

REKOMANDIME

Në përgjigje të sfidave dhe pengesave të identifikuara, rekomandohen disa ndërhyrje për të shfrytëzuar interesin e tyre të lartë për tema socio-politike dhe për të përmirësuar pjesëmarrjen e tyre qytetare dhe politike:

Të përmirësohet perceptimi negativ i nën-përfaqësimit nga zyrtarët e zgjedhur

- ♦ Të vendoset komunikim i rregullt me personat nga bashkësitë e largëta për të identifikuar nevojat dhe shqetësimet e tyre
- ♦ Të përfshihen dhe mbahen çështjet e rëndësishme për personat nga bashkësitë e largëta në agjendën publike të përfaqësuesve përkatës politikë.
- ♦ Të rritet dukshmëria e çështjeve dhe nevojave të personat nga bashkësitë e largëta

- ♦ Të monitorohen dhe ndiqen rregullisht çështjet që shqetësojnë personave nga Bashkësitë e largëta në periudhën midis zgjedhjeve
- ♦ Të inkurajohen politikanë dhe aktivistë që janë pjesë e partive kryesore politike për të mbrojtur nevojat e popullsisë në personat nga personat nga këto vise.
- ♦ Të përdoren mjete të ndryshme për të promovuar komunikim të dyanshëm si vizitat e rregullta mujore në komunitet, të promovohen shqetësime të popullatës në komunitete të largëta në media, si dhe të evidentohet rregullisht progresi i arritur; të promovohen çështjet dhe shqetësimet e komunitetit të ri rural në mediat sociale.

Të rritet besimi në fuqinë e tyre për të bërë një ndikim në bashkësinë ose shoqërinë e tyre

- ♦ Të promovohen dhe lehtësohen projekte dhe iniciativa më të vogla të komunitetit që adresojnë çështje të ndryshme shqetësuese.
- ♦ Të promovohen shembuj pozitivë lokalë që njihen dhe respektohen nga komuniteti dhe të nënvizohet ndikimi i tyre. Të paraqiten shembuj që vërtetojnë se aktivizmi ka rëndësi dhe ka fuqinë për të rregulluar shoqërinë.
- ♦ Të organizohen takime joformale me përfaqësues dhe aktivistë lokalë me ndikim, të shfrytëzohen rrëfime të palëve të treta, të realizohen projekte të vogla të komunitetit të mbështetura nga një parti politike ose organizatë tjetër.

Fuqizim dhe forcim i vetëbesimit

- ♦ Të organizohen fushata arsimore mbi metodat e pjesëmarrjes qytetare
- ♦ Të mbështetet zhvillimi i aftësisë për pjesëmarrje me besim
- ♦ Të forcohen bashkëpunimet me bashkësitë fqinjë

Të promovohen kanalet dhe metodat lokale për të inkurajuar bashkësitë e largëta që të marrin pjesë në jetën qytetare.

- ♦ Të përdoren komunat pasi ato shihen si më të arritshme për të inkurajuar pjesëmarrjen e mëtejshme
- ♦ Të përfshihen në çështjet me interes
- ♦ Të vendoset theksi në përfitimet për bashkësinë
- ♦ Formatet për t'u marrë parasysh: takime të rregullta personale, tubime në grupe më të vogla, sondazhe ose forume të tjera ku ata mund të shprehin mendimet e tyre mbi çështjet me interes, mundësitë për të ngritur iniciativa, etj

Të krijohen aleanca:

Me organizatat lokale të shoqërisë civile që:

- ♦ Të identifikohen çështjet në nivelin mikro që janë të rëndësishme për Bashkësitë lokale.
- ♦ Të mbështeten projekte të vogla të iniciuara nga organizatat lokale.
- ♦ Të vendosen kontakte të ngushta me Bashkësitë të largëta.
- ♦ Të forcohen kapacitetet, pozicioni dhe rrjetëzimi i organizatave lokale brenda komunitetit

të largët për të rritur besueshmërinë e tyre dhe fuqinë ndikuese.

Me mediat (digjitale dhe tradicionale)

- ♦ Të promovohen çështje përkatëse, veçanërisht ato të përqendruara në përmirësimin e cilësisë së jetës (kujdesi shëndetësor, transporti, migrimi, etj.).
- ♦ Të ndiqet progresi i projekteve të rëndësishme për Bashkësitë e largëta.
- ♦ Të promovohen narrative të përqendruara në shembuj pozitivë dhe të suksesshëm të aktivistëve rural.
- ♦ Të promovohen dhe prezantohen kandidatë më të ndryshëm (gra, të rinj, rural, etj.) gjatë fushatave zgjedhore.

Të zgjidhen kanalet përkatëse të komunikimit

dhe të zbatohen të dy qasjet jo-konvencionale dhe tradicionale

Të përdoret TV për të arritur shumicën e popullsisë së largët.

- ♦ Të promovohen përfaqësues dhe tema të rëndësishme për popullatën e largët përmes debateve, programeve me të ftuar, etj, veçanërisht ato të përqendruara në përmirësimin e cilësisë së jetës, migrimin e të rinjve, etj.
- ♦ Të përdoren formate që japin mundësi për të kontekstualizuar informacionin dhe për të rritur rëndësinë e tij, veçanërisht sepse TV është kanali kryesor që ndjekin të moshuarit, gratë dhe personat me arsim dhe të ardhur të ulëta.

Të organizhen takime ballë për ballë ose ngjarje të tjera në komunitet.

- ♦ Megjithëse TV është mënyra më efektive për shpërndarjen e informacionit, takimet e drejtpërdrejta në një mjedis joformal është kanali më i preferuar për komunikim për Bashkësitë e largëta.
- ♦ Të përdoren formate të ndryshme për ndërveprim të drejtpërdrejtë siç janë tubimet e vogla, takimet joformale lokale për të ndërtuar marrëdhënie besimi dhe për të rritur ndjenjën e tyre të rëndësisë dhe vetë-vlerësimit.

Të përdoren mediat sociale për të arritur të rinjtë nga Bashkësitë e largëta.

Të pilotohen kanale të tjera jo-tradicionale

- ♦ Të merren parasysh mënyrat për të arritur komunitete të largëta në jetën e tyre të përditshme në mënyrë që të shpërndahen informacionet, për shembull, në autobusë, në stacione autobusi, dyqane lokale dhe ambiente të tjera të komunitetit.



PERSONA

SHUMË TË

VARFËR

Gjetjet kyqe nga hulumtimi sasior dhe cilësor

“Nevojat tona themelore ekzistenciale janë në rrezik, kështu që ne nuk mund të mendojmë për asgjë tjetër. Nëse një person ka një jetë dhe të ardhura normale, mbase ai do të ishte një qytetar aktiv. Nëse një person nuk e ka atë, atëherë fokusi i tij i vetëm do të jetë se si të mbijetojë.”
Femër, 42, Kumanovë

Persona shumë të varfër - përkufizimi dhe madhësia

Persona shumë të varfër janë një grup njerëzish të privuar nga nevojat themelore njerëzore, duke përfshirë ushqimin, ujin e pijshëm të sigurt, pajisjet higjienike, shëndetin, strehimin dhe arsimin.²⁰ Institucionet në Maqedoninë e Veriut masin vetëm varfërinë relative të popullatës.²¹

Sidoqoftë, të dhënat më të fundit mbi varfërinë absolute nga Banka botërore sugjerojnë se rreth 4.4% në vend (rreth 92,100 persona) jetonin me 1.9 USD (46 MKD) në ditë në 2017, ndërsa në 2019 Zyra shtetërore e statistikave ka llogaritur shkallën në rrezik të varfërisë në Maqedoninë e Veriut me 21,6%, duke prekur 448,100 persona.²²

Për qëllimin e këtij hulumtimi, përkufizimi i personave në varfëri të thellë u operacionalizua për të përfshirë përfituesit e mirëqenies sociale me të ardhura familjare mujore deri në 8,000 MKD ose 266 MKD në ditë.

Profili demografik

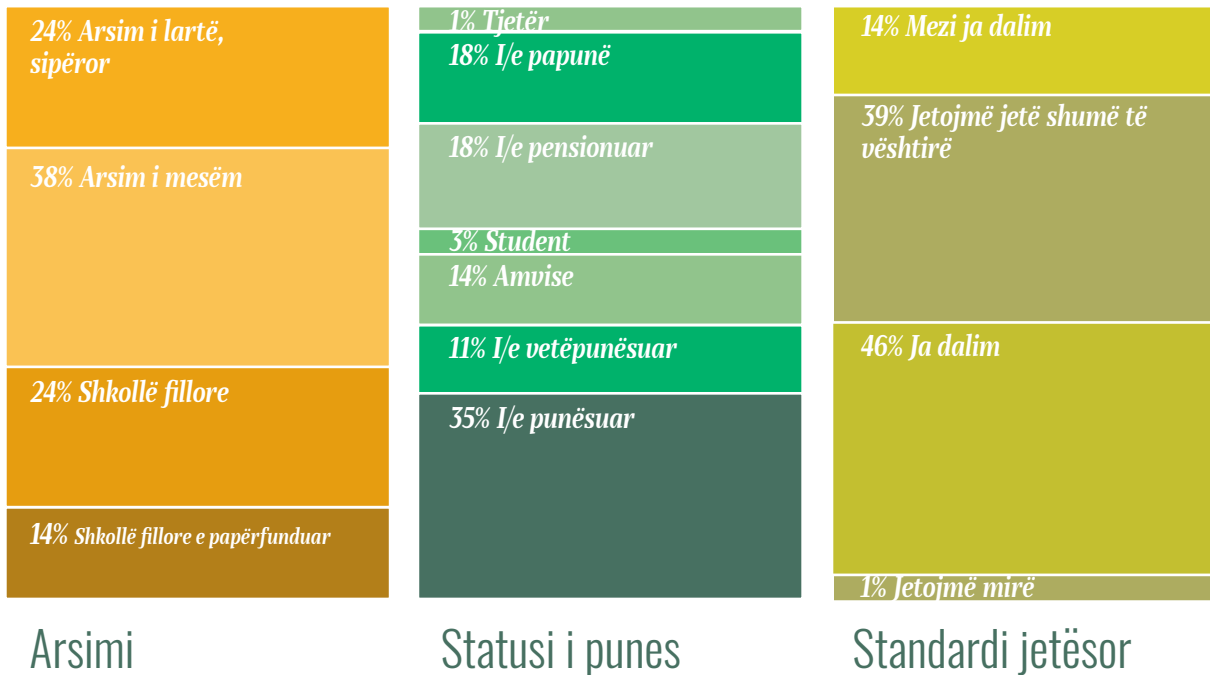
Gjithsej 128 personash shumë të varfër morën pjesë në anketën sasiore ballë për ballë.

Anketa sasiore u plotësua me katër intervista të hollësishme. Kjo metodë u zgjodh për të adresuar mungesën e qasjes së të anketuarve në burime online dhe teknike për zbatimin e grupit të fokusit në mes të kufizimeve të COVID-19.

20 <https://www.un.org/development/desa/dspd/world-summit-for-social-development-1995/wssd-1995-agreements/pawssd-cha-Chapter-2.html>

21 Varfëria absolute i referohet një standardi të caktuar i cili është konsistent me kalimin e kohës dhe ndërmjet vendeve. Varfëria relative, në të kundërt, e shikon varfërinë si të përcaktuar shoqërisht dhe të varur nga konteksti social, bazuar në “distancën ekonomike”, një nivel i të ardhurave zakonisht përcaktohet në 60% të të ardhurave mesatare të familjes

22 Zyra Shtetërore e Statistikave, “Treguesit e varfërisë në Laeken në 2019”, (SSO: Shkup, 2020), në dispozicion në: https://www.stat.gov.mk/pdf/2020/4.1.20.113_mk.pdf, e aksesuar në 14 qershor 2021



TEMAT E INTERESIT

Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

Sa jeni i/e interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?

13%

Shumë

32%

Deri diku

34%

Jo shumë

22%

Aspak

Krahasuar me popullatën e përgjithshme, njerëzit shumë të varfër priren të jenë më pak të interesuar për zhvillimet socio-politike në vend dhe në botë. Ngjashëm me grupet e tjera demografike të marginalizuara dhe të prekshme, kjo ka gjasa të ndodhë për faktin se persona shumë të varfër shqetësohen më së shumti për të mbijetuar ditën.

Ky hulumtim tregon se rreth 45% e të anketuarve në sondazh janë “shumë” ose “disi të interesuar” për çështje socio-politike, ndërsa 56% janë “aspak” ose “jo shumë” të interesuar.

Pesëdhjetë e katër përqind (54%) e të anketuarve ndonjëherë ose shpesh diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë, ndërsa 46% rrallë ose kurrë nuk e bëjnë këtë.

Duke pasur parasysh situatën jashtëzakonisht të vështirë financiare të këtij grupi demografik, shqetësimi i tyre kryesor është se si të mbijetojnë ditën.

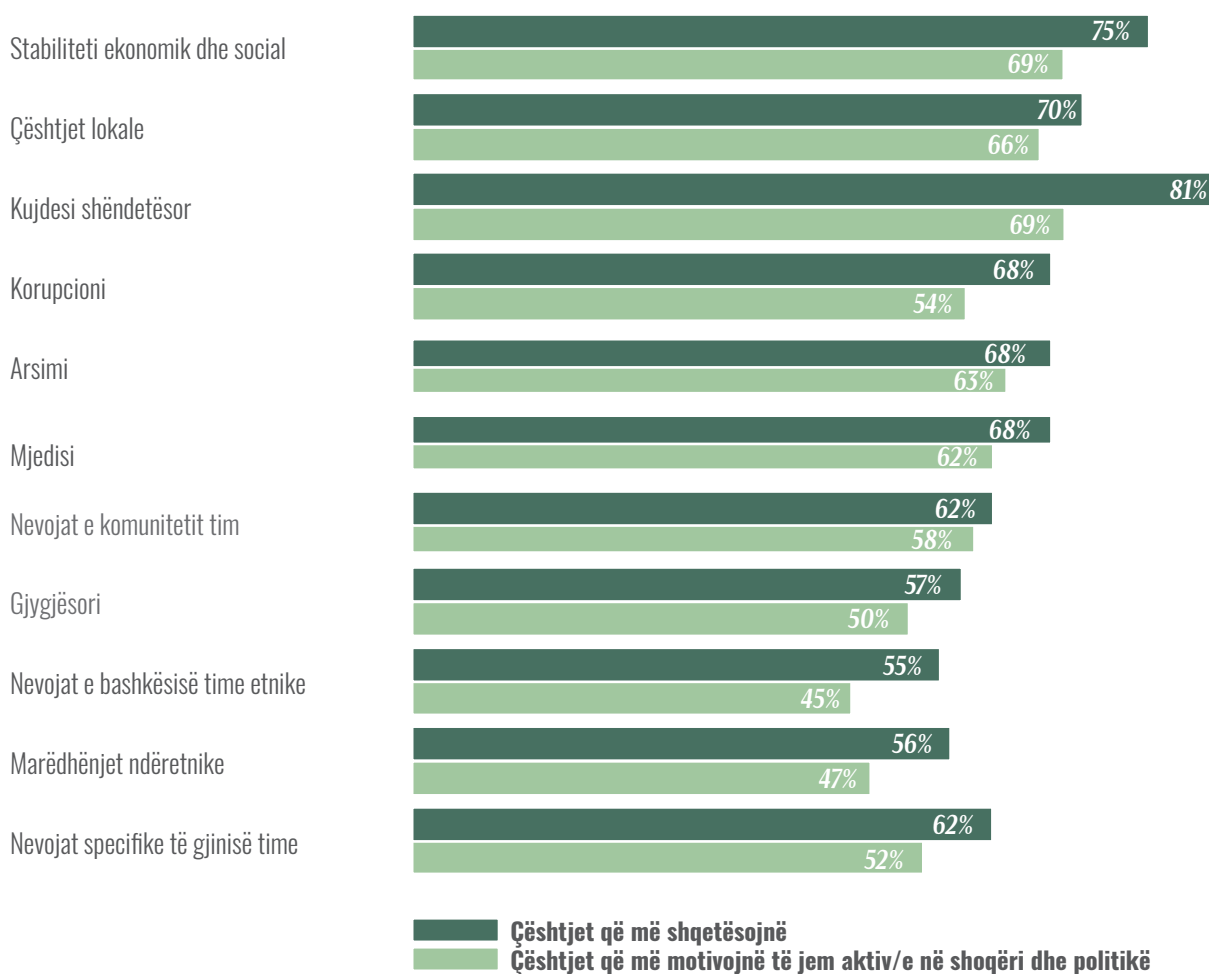
Ngjashëm me grupet e tjera demografike, sipas pjesëmarrësve në grupet e fokusit, kriza me COVID-19, situata ekonomike në vend dhe punësimi renditen më të lartat midis çështjeve socio-politike me rëndësi për cilësinë e jetës.

Zhënjimi nga partitë politike (kryesisht për shkak të mosrespektimit të premtimeve), manipulimet dhe presionet e bëjnë këtë grup më pak të interesuar për çështjet politike kombëtare.

Shqetësimet

Sa mendoni se ju shqetësojnë informacionet/ çështjet/ temat e mëposhtme?

Sa do të thonit që çështjet / temat e mëposhtme ju motivojnë të jeni aktiv/e në shoqëri dhe në politikë?



Kujdesi shëndetësor (81%), stabiliteti ekonomik dhe shoqëror (75%), dhe çështjet lokale (70%) janë tre çështjet më të rëndësishme për këtë grup të të anketuarve.

Çështjet e mësipërme, në radhë të parë çështjet lokale, janë motivuesit kryesorë që ata të jenë më aktivë shoqërisht dhe politikisht.

Njerëzit e varfër janë kryesisht të interesuar për çështje konkrete dhe specifike që mund të përmirësojnë jetën e tyre dhe të anëtarëve të familjes dhe çështjet me të cilat mund të lidhen. Ata janë më pak të interesuar për çështje abstrakte dhe politike, gjë që konfirmohet nga një interes i ulët për zhvillimet socio-politike.

Ky grup shqetësohet më së paku për nevojat specifike të grupit të tyre etnik, arsimin, marrëdhëniet ndëretnike dhe gjyqësorin.

BURIMET E INFORMACIONIT

Televizioni është burimi mbizotërues i informacionit për njerëzit shumë të varfër, siç tregohet nga 69% e pjesëmarrësve në sondazh (20% më shumë krahasuar me popullatën e përgjithshme). Pesëmbëdhjetë përqind (15%) e këtij grupi janë të informuar për zhvillimet socio-politike kryesisht përmes rrjeteve sociale, ndërsa 4% marrin informacion përmes miqve dhe familjes dhe 3% përmes portaleve të internetit.

Televizioni është burimi kryesor i informacionit për njerëzit e varfër, treguar nga 69% e pjesëmarrësve të sondazhit (20% më tepër krahasuar me popullatën e përgjithshme).

TV 69%

Për t'u theksuar është se ky grup demografik përdor rrjete sociale më rrallë krahasuar me popullsinë e përgjithshme (27%) si dhe portale në internet (10%), me gjasë për shkak të burimeve të kufizuara teknike.

Ngjashëm me popullatën e përgjithshme dhe grupet e tjera demografike, njerëzit shumë të varfër besojnë se media është e njëanshme dhe pak i besojnë medias.

PJESËMARRJA QYTETARE

Më shumë se tre të katërtat e të anketuarve nuk kanë qenë kurrë të përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ndikojë në bashkësinë ose vendin ku ata jetojnë, dhe as nuk duan të kanë angazhim më të madhë qytetar.

A keni qenë i/e përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshimet në komunitet ose në vendin ku jetoni?



A jeni i/e interesuar që të keni një përfshirje më aktive qytetare?



0%

100%

Po

Jo

Nuk e din / Refuzon të përgjigjet

Gjashtëdhjetë e dy përqind (62%) e pjesëmarrësve në sondazh nuk besojnë në bërjen e një ndryshimi pozitiv qoftë nga angazhimi individual apo i OJQ-së, ndërsa 25% nuk kanë interes për angazhim qytetar, gjë që shpjegon motivimin e ulët për pjesëmarrjen qytetare.

Për shkak të situatës së tyre të vështirë socio-ekonomike, ata nuk mendojnë për aktivizmin qytetarë dhe kryesisht janë të përqendruar në mbijetesë.

“Nevojat tona themelore ekzistenciale janë në rrezik, kështu që ne nuk mund të mendojmë për asgjë tjetër. Nëse një person ka një jetë dhe të ardhura normale, mbase ai do të ishte një qytetar aktiv. Nëse një person nuk e ka atë, atëherë fokusi i tij i vetëm do të jetë se si të mbijetojë.”

Femër, 42, Kumanovë

Faktorët që kontribuojnë në përfshirjen minimale qytetare dhe nivelet e ulëta të pjesëmarrjes qytetare mund të përmbliidhen si më poshtë:

- ♦ Përqendrimi në mbijetesë - energjia drejtohet drejt gjetjes së një zgjidhjeje për problemet themelore ekzistenciale.
- ♦ Besimi i humbur në sistem dhe institucione;
- ♦ Qytetarët ndihen të paaftë dhe të pafuqishëm.
- ♦ Frika dhe presioni nga partitë politike në pushtet.
- ♦ Mungesa e lirisë së fjalës.

Faktorët që nxisin përfshirjen

Mundësia për përfitime personale ose familjare janë nxitësit kryesorë që shumica e pjesëmarrësve në studim të përfshihen më shumë në aktivitete që mund të sjellin ndryshime në komunitet, siç vërehet nga 18% e të anketuarve. Faktorë të tjerë të rëndësishëm motivues lidhen me përfaqësimin e tyre (17%) dhe përgjegjen e institucioneve (16%).

Shtatë nga dhjetë të anketuar (69%) nuk besojnë se mund të kenë ndikim si qytetarë (17% më shumë krahasuar me popullsinë e përgjithshme), ndërsa më shumë se një e pesta (21%) besojnë se ata mund të kenë një ndikim domethënës në komuna, por jo në institucionet e tjera publike.

Gatishmëria dhe aftësia për të marrë pjesë në aktivitete qytetare

Në pyetjen nëse do të ishin të gatshëm të merrnin pjesë në aktivitete qytetare, 47% e të anketuarve thanë se do t'i përgjigjeshin një pyetësi, 47% do të takonin kolegë/miq për të diskutuar çështjet publike të cilat i shqetësojnë personalisht apo familjarisht dhe 32% do të preferonin të lexonin një broshurë ose një fletushkë. Më të dukshme janë përqindjet e veprimeve që ata do të shmangnin. Gjegjësisht, 86% nuk do të donin të merrnin pjesë në një takim në internet, 81% nuk do të merrnin pjesë në një takim të partisë politike dhe 81% nuk do të merrnin pjesë në një debat publik.

Në cilën nga aktivitetet qytetare dëshironi të merrni pjesë?

47%

Të përgjigjeni
në pyetsorë



32%

Të lexoni broshurë
ose fletushkë



47%

Të takoni kolege/gë,
miq për të diskutuar



PROCESI ZGJEDHOR

Personat shumë të varfër i lidhin zgjedhjet me fraza të tilla si: “falsifikim”, “e kurdisur”, “zhgënjyes”, “pjesërisht demokratik”, “sherifët lokalë të partive politike maqedonase dhe shqiptare bëjnë presion, manipulojnë dhe paguajnë qytetarët për të fituar vota”.

**A besoni se çdo votë është e
rëndësishme dhe mund të ndikojë
në rezultatet e zgjedhjeve?**

72%

Po

20%

Jo

1%

Refuzon të përgjigjet

7%

Nuk e din

Ngjashëm me popullatën e përgjithshme, pothuajse tre të katërtat e pjesëmarrësve në sondazh mendojnë se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve, ndërsa 20% nuk besojnë se çdo votë ka rëndësi.

Rreth gjysma e të anketuarve (51%) tregojnë se vetëm votimi nuk është i mjaftueshëm për të angazhuar qytetarët për të ndryshuar ose ndikuar në politikën, një e treta mendojnë se votimi është i mjaftueshëm, ndërsa 11% pretendojnë se nuk kanë njohuri për këtë çështje.

Motivimi për të votuar

Sa rregullisht ju votoni?

75% rregullisht or shpesh

16% ndonjëherë

6% zakonisht jo

2% asnjëherë

Studimi tregon se në mënyrë të ngjashme me popullatën e përgjithshme, njerëzit shumë të varfër janë votues të rregullt.

Përveç kësaj, 34% shprehen se votojnë për të njëjtën parti, ndërsa 48% votojnë për parti të ndryshme politike. Kjo tregon që mbështetja e tyre për një parti të caktuar politike mund të ndryshojë nëse paraqiten opsione të tjera politike.

Faktorët që ndikojnë në vendimin e tyre për të votuar

Ngjashëm me popullatën e përgjithshme, tre faktorët kryesorë që ndikojnë në vendimin për të votuar janë: perceptimi se votimi është një e drejtë dhe detyrë qytetare (47%), perspektiva më të mira për të ardhmen (34%) dhe frika se dikush do ta keqpërdorë votën e tyre (27%).

47%

E drejta dhe detyra qytetare



34%

Ardhmëri më e mirë



27%

Frika se dikush do ta vjedhë votën e tyre



Nëse ka përfaqësues të grupeve të mëposhtme në listat e kandidatëve, sa është e mundshme që ju të votoni për atë parti politike?

Të rinjë



Njerëzit familjarë



Ka më shumë



Nuk ka ndikim



Ka më pak gj



Nuk e din



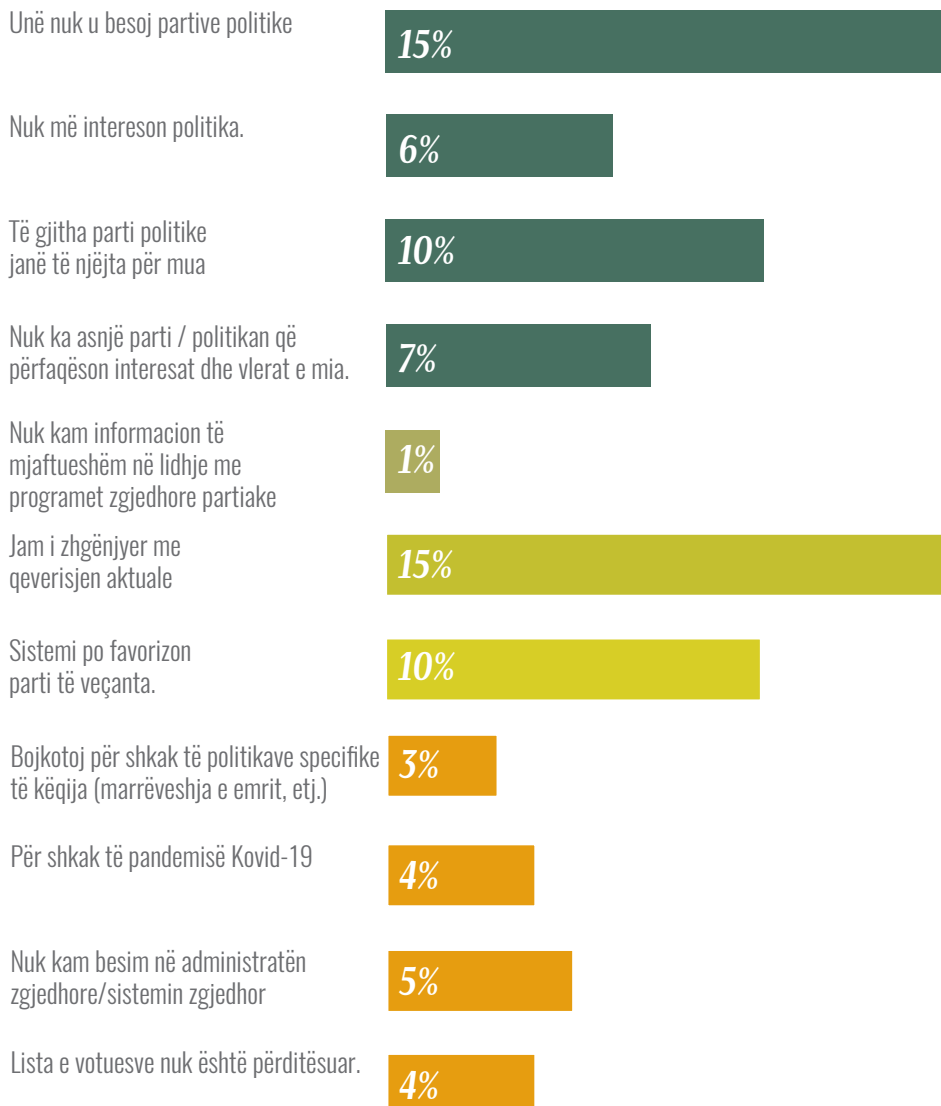
Ngjashëm me popullatën e përgjithshme më shumë se gjysma e të anketuarve (56%) tregojnë se vendimi i tyre për të votuar është i njëjtë ose më shpesh i njëjtë me atë të familjeve të tyre, ndërsa për 38% është ndryshe nga familjet e tyre.

Gjashtë nga dhjetë e të anketuarve nuk ndikohen nga miqtë e tyre mbi vendimin për të votuar. Njerëzit shumë të varfër do të dëshironin të shihnin më shumë të njohur si kandidatë në listat e partive për zgjedhje ose si zyrtarë të zgjedhur (p.sh. në këshillat komunalë).

Demotivimi për të votuar

Pakënaqësia me qeverinë aktuale dhe partitë politike është faktori kryesor që ndikon në vendimin e pjesëmarrësve të anketës për të abstenuar nga votimi.

Çfarë mund të ndikojë në vendimin tuaj për të mos votuar?



Asgjë nuk mund të ndikojë tek unë.

18%

Refuzon të përgjigjet

2%

Nuk e din

3%

Ky grup beson se qytetarët manipulohen nga partitë politike dhe nuk besojnë në ndryshime pozitive dhe në legjitimitetin e rezultateve të zgjedhjeve; megjithatë, ata janë kundër bojkotimit të zgjedhjeve.

Për më tepër, ata besojnë se prej abstenimit nga votimi përfiton qeveria aktuale dhe i ndihmon ata të fitojnë vota.

“Më shumë dëm bëhet duke mos votuar në krahasim me përfitimet nga dërgimi i mesazhit të pakënaqësisë për partitë politike me bojkotim.”
Mashkull, 62, Shkup

KOMUNIKIM ME KANDIDATËT DHE PARTITË

Burimet kryesore të informacionit zgjedhor janë televizioni (68%), media sociale (7%), portale në internet (8%), miqtë dhe anëtarët e familjes (7%).

Për t'u theksuar është se ky grup demografik më shpesh informohet për zgjedhjet përmes televizionit (68%) krahasuar me popullatën e përgjithshme (52%) dhe përdor mediat sociale dy herë më rrallë (7%).

Edicionet e lajmeve (66%) dhe debatet televizive (17%) janë mënyrat më të dobishme për të siguruar informacionin e zgjedhjeve për pjesëmarrësit në sondazh.

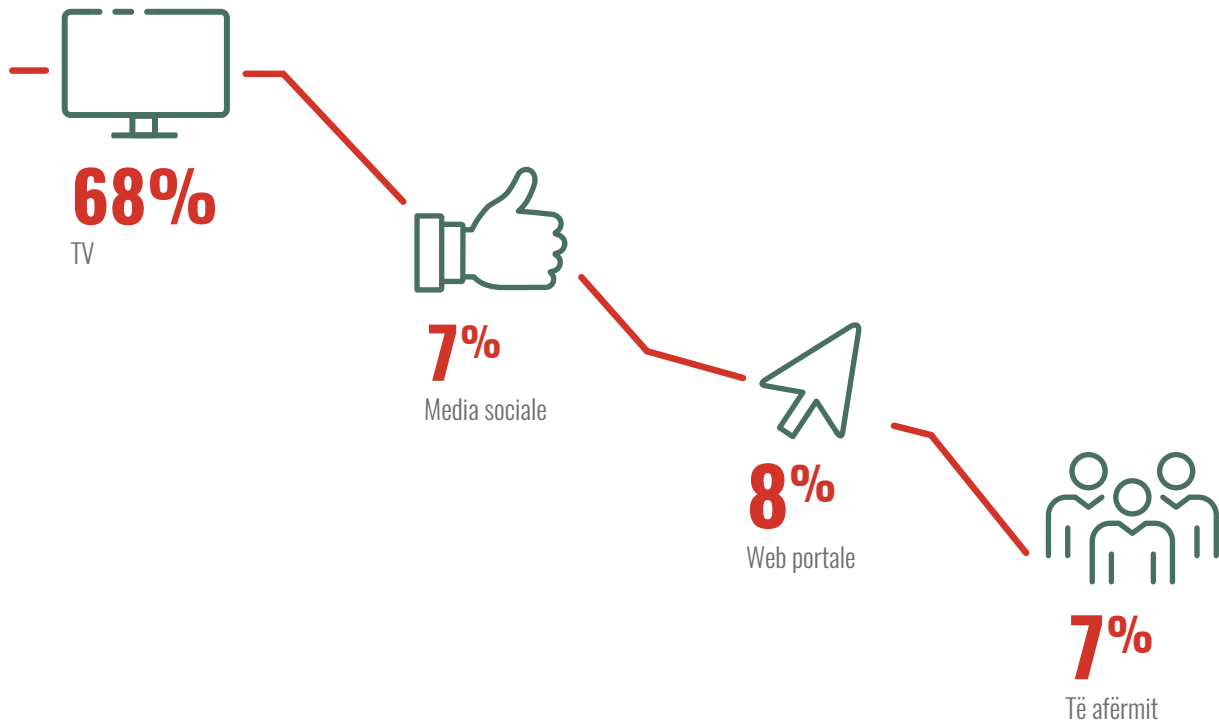
Personat, ky grup preferon komunikimin personal domethënë derë më derë ose komunikimin në grupe më të vogla (tubime në lagje të vogla) dhe informacionin përmes mediave tradicionale.

Lidhur me komunikimin me kandidatë ose përfaqësues nga partitë politike në periudhën ndërmjet zgjedhjeve, përveç komunikimit personal dhe komunikimit në grupe më të vogla, njerëzit shumë të varfër preferojnë të informohen vazhdimisht për arritjet dhe rezultatet e mëparshme politike të kandidatëve.

Të anketuarit pretendojnë se janë të interesuar për programet para-zgjedhore të partive politike për të zbuluar nëse premtimet e partive janë të qarta dhe të realizueshme.

Përshtypja e përgjithshme e këtij grupi të profilit është se partitë politike nuk janë të interesuara të adresojnë nevojat e qytetarëve shumë të varfër.

Këta qytetarë janë veçanërisht të ndjeshëm ndaj manipulimit politik dhe premtimeve partiake në lidhje me punësimin në sektorin publik.



Pritjet e këtij grupi demografik nga partitë politike janë që:

- Të ulin papunësinë dhe të hapin vende të reja të punës;

“ Qytetarët shumë të varfër nuk përmenden askund. Nuk përmenden as familjet me një prind. Ky është diskriminim absolut. ”
Femër, 42, Kumanovë

“ Është utopi të besosh se çdo parti ka një strategji për të ndihmuar njerëzit. ”
Mashkull, 45, Tetovë

- Të ndihmojnë prindërit e vetëm dhe prindërit e fëmijëve me aftësi të kufizuara.
- Të rrisin ndihmën sociale.
- Të ndalojnë manipulimin e qytetarëve për të fituar votat.
- Të ndalojnë ndarjen e qytetarëve në bazë të përkatësisë së tyre partiake.

BARRIERAT

Varfëria është pengesa më e fortë për pjesëmarrjen socio-politike. Sidoqoftë, është e nevojshme të identifikohen më tej faktorët që pengojnë aktivizimin e njerëzve të varfër, siç janë perceptimet, përvoja ose qëndrimet e tyre.

Ato demonstrojnë një nivel të ulët interesi për zhvillimet socio-ekonomike në vend dhe një motivim më të ulët për të marrë pjesë në aktivitete qytetare dhe politike. Pengesat që çojnë në këtë situatë mund të përshkruhen si më poshtë:

- ♦ **Përvojat e mëparshme negative me parti politike**, kandidatë manipulim, marginalizim, gënjeshtria, premtime të parealizuara.
- ♦ **Përqëndrimi në shqetësimet ekzistenciale dhe mbijetesën** kohë dhe energji shpenzohet në adresimin e problemeve themelore ekzistenciale.
- ♦ **Mosbesimi në interesin e institucioneve publike** për të përmirësuar cilësinë e jetës së tyre.
- ♦ **Skepticizmi në lidhje me fuqinë e tyre për të ndikuar.**
- ♦ **Frika nga presioni dhe pasojat** ata besojnë se mbijetesa dhe qasja e tyre në të ardhura, shërbime ose përfitime varet nga marrëdhëniet me zyrtarët, dhe nëse kundërshtojnë, mund të humbasin atë që e kanë.
- ♦ **Mungesë e aftësive dhe njohurive**, si dhe ku të marrin pjesë.
- ♦ **Mungesa e njohurive në lidhje me format dhe mjetet e angazhimit dhe pjesëmarrjes në jetën socio-politike**, veçanërisht njohuritë në lidhje me të drejtat qytetare dhe mënyrën e mbrojtjes dhe ushtrimit të të drejtave qytetare.

REKOMANDIME

Të vazhdohen dhe zgjerohen përpjekjet për edukim qytetar

Të fuqizohet dhe rritet rëndësia e pjesëmarrjes qytetare dhe politike arsimit dhe informacioni janë kritike.

- ♦ Të edukohen në lidhje me mbrojtjen e të drejtave qytetare dhe politike.
- ♦ Të edukohen se si të ushtrojnë të drejtat e tyre qytetare dhe politike.
- ♦ Të edukohen për rrugët përkatëse institucionale për të shprehur interesat, shqetësimet dhe problemet e tyre.
- ♦ Përqëndrim në përfitimet e angazhimit qytetar, format dhe kanalet për pjesëmarrje, një kuptim më të mirë të të drejtave individuale të votuesit dhe aktivitetet në ditën e zgjedhjeve.
- ♦ Të implementohen qasje jo-konvencionale për shkak të kohës dhe burimeve të kufizuara të tilla si takime të drejtpërdrejta, prezantim vizual i materialeve të shtypura, fushata në lagje, edukim për institucionet shoqërore, partneritet me drejtuesit e komunitetit për të pasur qasje deri te Bashkësitë dhe individët me njohuri të dobta të shkrim-leximit.

Të rritet besimi në fuqinë e tyre për të pasur një ndikim në komunitet ose shoqëri

- ♦ Të krijohen mundësi për përfshirje kuptimplotë të njerëzve shumë të varfër në aktivitete lokale ose projekte për përmirësimin e segmenteve të jetës së tyre (shëndërrimi i një institucioni lokal në një qendër të kujdesit për fëmijë ose institucion sanitar, projekte të vogla për përmirësimin e shtëpive).
- ♦ Të promovohen shembuj pozitivë që vërtetojnë se aktivizmi ka rëndësi dhe ka fuqinë për të rregulluar shoqërinë.
- ♦ Të mirren parasysh formate të ndryshme si dëshmi, histori të palëve të treta, projekte të komunitetit lokal të lehtësuara nga parti politike ose organizata.

Të përmirësohet perceptimi negativ të të qenit të nënpërfaqësuar dhe të padukshëm

- ♦ Të demonstrohet ndjeshmëri dhe kuptim për sfidat me të cilat përballen.
- ♦ Të përfshihen dhe mbahen çështjet dhe propozimet e lidhura me varfërinë në agjendën publike të përfaqësuesve përkatës politikë.
- ♦ Të ndiqen dhe kontrollohen kohëpaskohe çështjet me të cilat përballen ky komunitet në periudhën midis zgjedhjeve.
- ♦ Të inkurajohen politikanë dhe aktivistë që janë pjesë e partive kryesore politike që të avokojnë për nevojat e komunitetit me të ardhura të ulëta.
- ♦ Të përdoren mjete të ndryshme siç janë takime të rregullta në komunitet, bashkëpunim me shërbimet sociale për të kuptuar dhe punuar në hartimin e një zgjidhjeje për problemet, avokim publik të çështjeve të lidhura me varfërinë, etj.

Të promovohet komunikimi i përshtatur për grupe të ndryshme me të ardhura të ulëta

Grupi shumë i varfër është tepër heterogjen. Ai përfshin:

- ♦ Prindër beqarë.
- ♦ Familje me fëmijë me aftësi të kufizuara.
- ♦ Njerëz të moshuar pa pension.
- ♦ Familje më të mëdha me një burim të vetëm të ardhurash.
- ♦ Familjet pa dokumente banimi, etj.

Të gjithë ata kanë nevoja dhe shqetësime specifike. Të përshtatet komunikimi ndaj nevojave të tyre.

Të krijohen aleanca:

Me organizatat e shoqërisë civile për përmirësimin e edukimit qytetar dhe të votuesve, në bashkëpunim me autoritetet ose në mënyrë të pavarur.

Meqenëse organizatat qytetare janë gjithnjë e më të përfshira në ofrimin e shërbimeve sociale, ato trashëgojnë si përgjegjësinë ashtu edhe fuqinë për të vepruar si përfaqësues të bashkësive të cilave u shërbejnë. Ata mund të luajnë një rol të rëndësishëm:

- ♦ Për t'i informuar dhe për t'i edukuar për të drejtat qytetare dhe politike.
- ♦ Për të përmirësuar përfaqësimin e personave shumë të varfër përmes OJQ-e dhe subjekteve të tjera që merren me këto komunitete.
- ♦ Për të lehtësuar reagimin e sistemit: duke vepruar si një pikë lidhëse midis këtij grupi dhe sistemit dhe për t'i mbështetur ata në mbrojtjen e të drejtave dhe interesave të tyre.
- ♦ Për të forcuar kapacitetet, pozicionin dhe rrjetëzimin e OJQ-ve që ofrojnë shërbime sociale dhe ndihmojnë për të rritur besueshmërinë dhe fuqinë e tyre për të ndikuar.

Me media (përqendrohuni te qasja tradicionale)

- ♦ Të promovohen narrativat e përqendruara në shembuj pozitivë dhe të suksesshëm të aktivizimit të bashkësive të pa privileguara.
- ♦ Të edukohen për mënyrat se si ata mund të ushtrojnë të drejtat e tyre qytetare dhe politike.
- ♦ Të promovohen tema në lidhje me çështjet dhe shqetësimet e këtyre grupeve të pa privileguara.
- ♦ Të edukohen dhe të informohen për rëndësinë e votimit, mekanizmat për të mbrojtur dhe ushtruar të drejtat e votës.

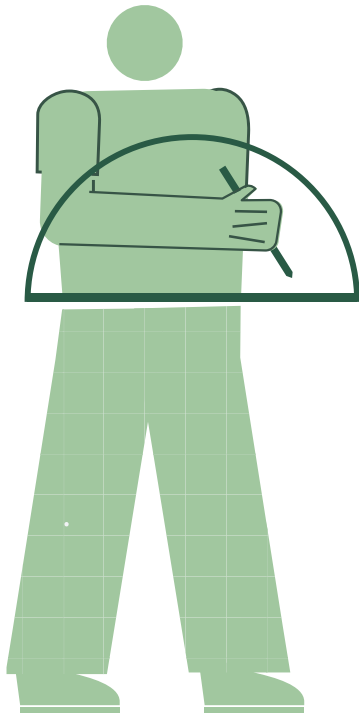
Të zgjidhen kanale përkatëse të komunikimit dhe të zbatohen të dy qasjet jo-konvencionale dhe tradicionale

Të përdoret televizioni për të arritur deri tek bashkësitë shumë të varfra për shkak të qasjes së kufizuar në teknologjinë e përparuar.

- ♦ Të përdoren formate që kontekstualizojnë informacionin.
- ♦ Të mirren parasysh formate të tjera përveç lajmeve, p.sh. debate, editoriale, tregime të shkurtra dhe dëshmi.
- ♦ Përveç shfaqjeve politike, të mirren parasysh përdorimi i programeve të mëngjesit, mënyrës së jetesës dhe shfaqjeve të specializuara (p.sh. për shëndetin).
- ♦ Kur është e mundur, të paraqitet informacioni në një mënyrë ilustruese, veçanërisht në lidhje me procesin e votimit, të drejtat e votës, raportimin e parregullsive zgjedhore.
- ♦ Të organizohen takime të drejtpërdrejta ose ngjarje të tjera të komunitetit.
- ♦ Të përdoren formate për ndërveprim të drejtpërdrejt siç janë mbledhjet e vogla, takimet joformale në lagje për të vendosur besimin dhe për të rritur vetë-perceptimin e tyre pozitiv.
- ♦ Të propozohen projekte ose aktivitete të komunitetit që kanë potencialin të mbledhin njerëzit ose grupet specifike të komunitetit.

Të pilotohen kanale të tjera jo-tradicionale

- ♦ Të mirren parasysh metodat efektive të shpërndarjes së informacionit, për shembull në autobusë, në stacione autobusësh, dyqane lokale, tregje të hapura, parukieri, pako ushqimore, çanta, etj.
- ♦ Të përdoren qendrat sociale dhe institucionet e tjera me interes për trajnim mbi të drejtat qytetare dhe politike dhe si kanale për pjesmarrje.



TË PAPUNË KRONIKISHT

Gjetjet kyqe nga hulumtimi sasior dhe cilësor

“ Edhe mua më ka ndodhur - bashkohuni në partinë tonë dhe ne do t’ju punësojmë. Unë nuk dua të bashkohem në partinë tuaj. Më punëso nëse jam mirë, nëse nuk jam, mos më punëso. Ne të gjithë e dimë se kush është i punësuar në administratën publike dhe kush është i papunë, i ulur në shtëpi me diploma universitare. ”
Femër, 32, Veles

Të papunë kronikisht - përkufizimi dhe madhësia

Duke qenë se nuk ka një përkufizim të pranuar botërisht për personat e papunë kronikisht, për qëllimet e këtij raporti “një person i papunë kronikisht do të konsiderohet një person pa punë të rregullt për të paktën dy vjet rresht ose më gjatë, ndërsa është kryesisht në fuqi punëtore.”²³ Si e tillë, papunësia kronike është identike me të ashtuquajturën papunësi shumë afatgjatë që u referohet personave që nuk kanë pasur punë për 24 muaj ose më shumë.²⁴ Sipas të dhënave më të fundit të Agjencisë së shërbimit të punësimit të Maqedonisë së Veriut, 56.856 persona të regjistruar të papunë kanë qenë të papunë për të paktën 24 muaj në 30.04.2021.²⁵ Sidoqoftë, ky numër mund të jetë më i lartë pasi nuk përfshin të ashtuquajturit “punëkërkues pasivë” domethënë personat e papunë për më shumë se dy vjet që nuk janë regjistruar në Agjencinë e shërbimit të punësimit.

Profili demografik

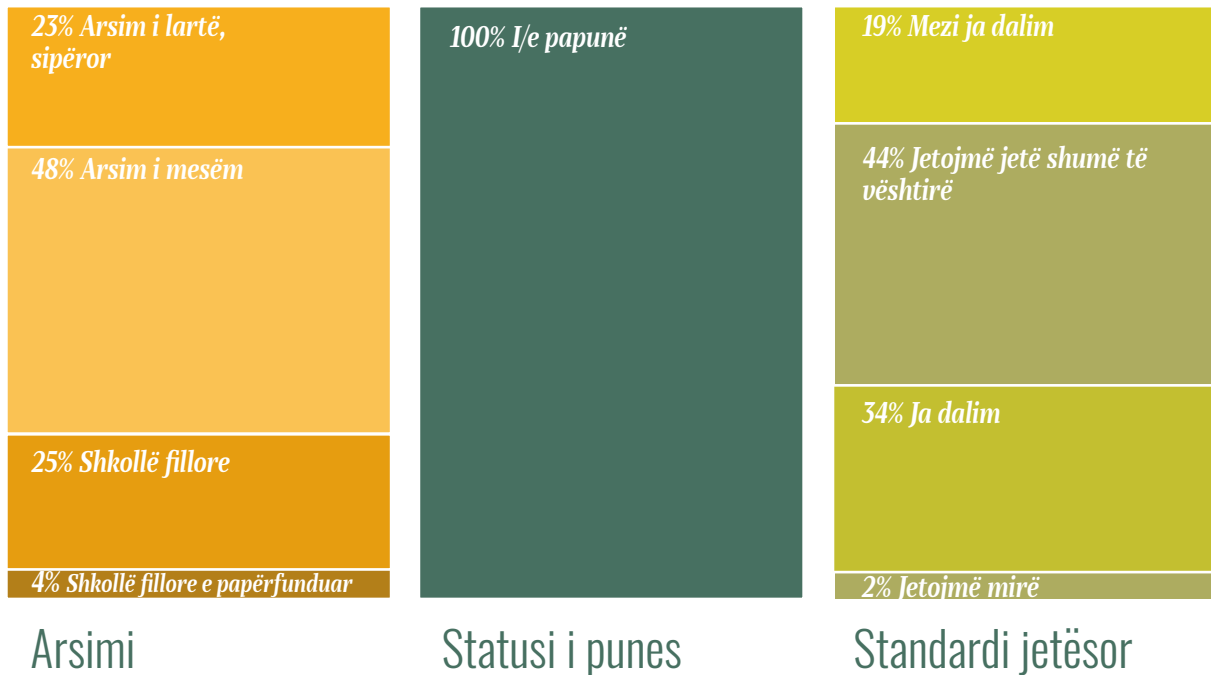
Një total prej 99 personash kronikisht të papunë morën pjesë në sondazhin sasior ballë për ballë.

Për të fituar një pasqyrë të thellë të prejardhjes, perceptimeve dhe mendimeve të grupit, sondazhi sasior u plotësua nga një fokus grup.

23 Simo Aho et al., “Magnitude, structure and dynamics of chronic unemployment in Denmark, Finland and Germany”, IAB-Discussion Paper 9|2019, p. 9, e disponueshme në: <http://doku.iab.de/discussionpapers/2019/dp0919.pdf>, e aksesuar në 14.10.2020.

24 “Papunësia afatgjatë: Propozimi i Komisionit për një Rekomandim të Këshillit - pyetje të bëra shpesh”, 17.9.2015, në dispozicion në: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_15_5562, e aksesuar në 14.10.2020.

25 “Agjencia e Punësimit e Republikës së Maqedonisë së Veriut, “Raporti mbi Personat e Papunë Sipas Kohëzgjatjes së Pritjes së Punësimit” [„Преглед на евидентирани невработени лица според време на чекање на вработување“], available at: https://av.gov.mk/content/Statisticki%20podatoci/%D0%90%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BB%202021/04_vrcekanje042021.pdf, e aksesuar në qershor 14, 2020.



TEMAT E INTERESIT

Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

Sa jeni i/e interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?

7%

Shumë

36%

Deri diku

32%

Jo shumë

22%

Aspak

2%

Nuk e din

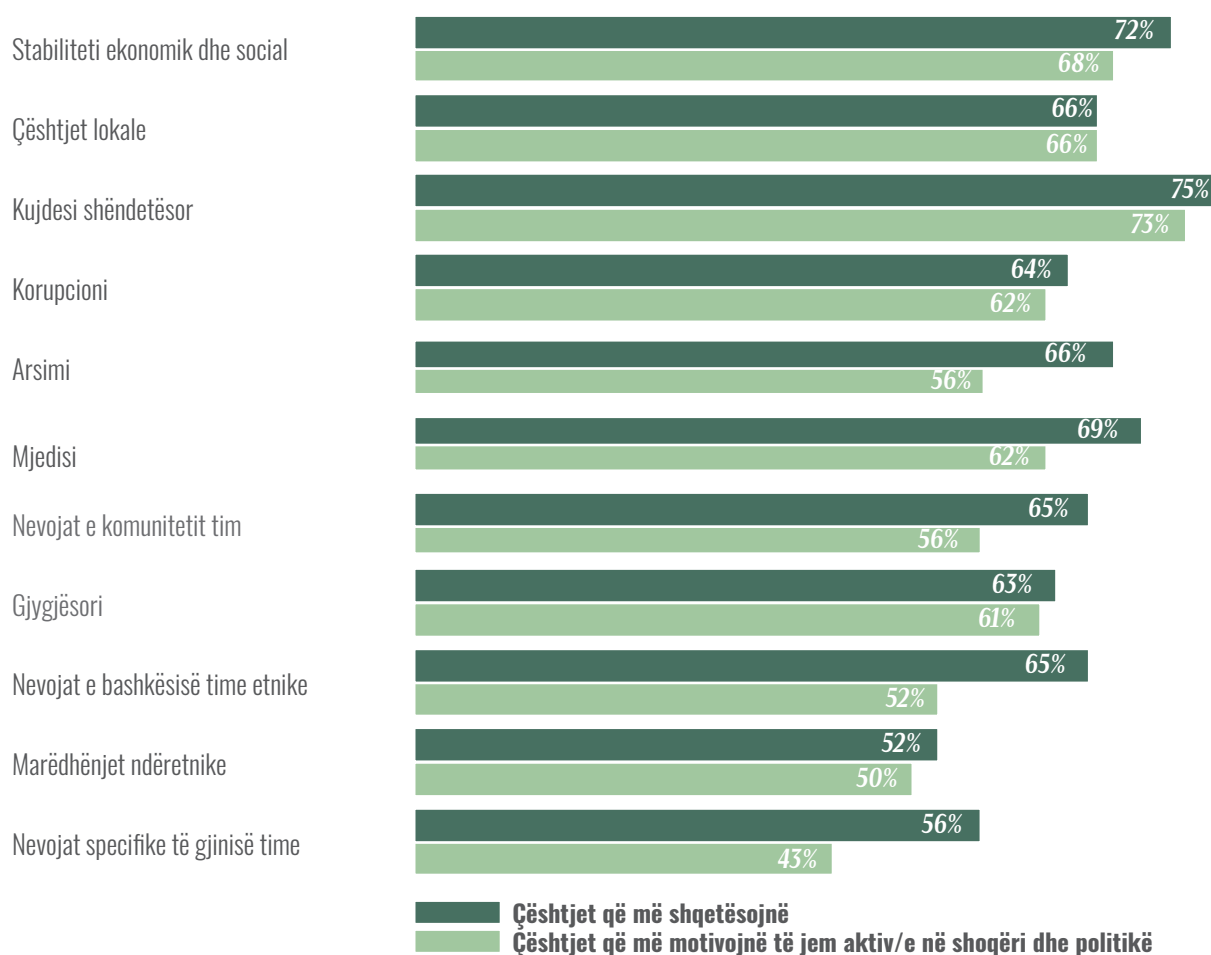
Krahasuar me popullatën e përgjithshme, personat e papunë në mënyrë kronike duken më pak të interesuar për zhvillimet socio-politike dhe më rrallë diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë. Studimi tregon se 43% e të anketuarve në sondazh janë “shumë” ose “disi të interesuar” në çështjet e zhvillimit socio-politik, ndërsa 54% janë “aspak” ose “jo shumë” të interesuar. Ngjashëm me grupet e tjera demografike të marginalizuara dhe të pambrojtura, kjo ka gjasa të jetë për shkak të qëndrimit se “nuk e përballojnë dot muajin” të përqaftuar nga shoqëria e cila përballet me sfida socio-ekonomike. Katër nga dhjetë të anketuar ndonjëherë ose shpesh diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë, ndërsa gjashtë në dhjetë rrallë ose kurrë nuk e bëjnë këtë.

Sipas pjesëmarrësve në grupin e fokusit, pandemia me KOVID-19 renditet më e larta midis çështjeve socio-politike me rëndësi për cilësinë e jetës. Ata janë gjithashtu të shqetësuar për situatën aktuale ekonomike në vend, papunësinë, stabilitetin shoqëror, arsimin dhe gjyqësorin.

Shqetësimet

Sa mendoni se ju shqetësojnë informacionet/ çështjet/ temat e mëposhtme?

Sa do të thonit që çështjet / temat e mëposhtme ju motivojnë të jeni aktiv/e në shoqëri dhe në politikë?



Kujdesi shëndetësor dhe stabiliteti ekonomik dhe shoqëror janë çështjet më të rëndësishme për personat e papunë kronikisht, siç thonë më shumë se 70% e të anketuarve. Për më tepër, këto çështje janë motivuesit kryesorë për aktivizimin e tyre shoqëror dhe politik. Kjo mund të shpjegohet me faktin se personat e papunë kronikisht, në mënyrë të ngjashme me popullsinë e varfër, janë në mënyrë disproporcionale më të prekur dhe kujdesi shëndetësor, stabiliteti ekonomik dhe shoqëror janë përkeqësuar.

Ky grup nuk ka mekanizma kompensuese siç janë kursimet, kapitali shoqëror dhe lidhjet që do t'i ndihmojnë ata të përshtaten në rrethana të reja.

Ngjashëm me popullatën e përgjithshme dhe grupet e tjera demografike, ky grup shqetësohet më së paku për nevojat specifike gjinore dhe marrëdhëniet ndëretnike në përgjithësi, ndërsa luftojnë për të përmbushur nevojat themelore ekzistenciale.

BURIMET E INFORMACIONIT

Pothuajse gjysma e pjesëmarrësve (48%) u shprehën se televizioni është burimi kryesor i informacionit dhe gati një e katërta (23%) thanë se ata informohen për zhvillimet aktuale socio-politike përmes rrjeteve sociale. Sidoqoftë, çdo i anketuar i dhjetë nuk merr asnjë lloj informacion.

Pothuajse gjysma e pjesëmarrësve (48%) u shprehën se televizioni është burimi kryesor i informacionit.



TV 48%

Ngjashëm me popullatën e përgjithshme dhe grupet e tjera demografike, personat e papunë kronikisht e perceptojnë median si të njëanshme dhe partiake - duke paraqitur informacionin nga këndvështrimi i partisë politike që financon median. Kjo çon në besim shumë të ulët në media për shkak të së cilës të anketuarit kanë tendencë të ndjekin informacionin në media të ndryshme dhe të krahasojnë dhe analizojnë. Përhapja e lajmeve të rreme të paraqitura në media shkakton konfuzion dhe shqetësime shtesë për këtë grup.

“Unë nuk mbështetem aspak në mediat sociale, sepse ato janë shumë të njëanshme. Ata shkruajnë atë që partia e tyre u thotë të shkruajnë. Besoj se shumica i kanë lexuar tashmë gënjeshttrat e tyre dhe nuk u besojnë më.”

Mashkull, 51, Strumicë

PJESËMARRJA QYTETARE

Tetëdhjetë përqind e të anketuarve janë të interesuar për një angazhim më aktiv qytetar.

A keni qenë i/e përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshime në komunitet ose në vendin ku jetoni?



A jeni i/e interesuar që të keni një përfshirje më aktive qytetare?



Gjashtëdhjetë e një përqind (61%) e pjesëmarrësve në sondazh nuk besojnë se mund të bëjnë një ndryshim pozitiv me angazhimin individual dhe me angazhimin në OJQ, nd OJQ 25% nuk kanë interes për angazhim qytetar, gjë që shpjegon motivimin e ulët për pjesëmarrjen qytetare.

Faktorët që kontribuojnë në përfshirjen minimale qytetare dhe nivelet e ulëta të pjesëmarrjes qytetare, ndër të tjera, mund të përmblihen si më poshtë:

- ♦ Ndikim i fortë politik në të gjitha institucionet shtetërore dhe sektorin privat.
- ♦ Përqendrimi i pushtetit në partitë politike.
- ♦ Qytetarët kanë frikë nga etiketimi (partitë politike ua atribuojnë aktivitetet qytetare partive kundërshtarë) dhe kanë frikë të shprehin hapur pakënaqësinë.
- ♦ Sundim i dobët i ligjit dhe mungesë e qeverisjes së mirë.
- ♦ Kufizimet e lirisë së shprehjes.

“ Unë mendoj se njerëzit janë shumë të frikësuar, dhe nuk mund të organizohen. Kanë frikë se do të humbin punën, të ardhurat e tyre. Kur flasim me njëri-tjetrin, thonë: hajde, të shkojmë, të tregojmë pak forcë, forca dhe fuqia janë me njerëzit. Por kur vjen koha për të dalë, për të thënë gjërat me zë të lartë dhe të qartë, ndryshon puna. Njerëzit fillojnë të thonë: por pse duhet të shkoj, le të shkojnë të tjerët dhe ta thonë ... ”

Femër, 59, Shtip

Faktorët që nxisin përfshirjen

Përgjegjësia e sistemit institucional është motivuesi kryesor që ky grup të përfshihet më shumë në aktivitete që mund të sjellin ndryshime në komunitet, për të cilën u shprehën një e katërta e të anketuarve (25%). Faktorë të tjerë të rëndësishëm motivues kanë të bëjnë me përfaqësimin e interesave të tyre (15%) dhe marrjen e përfitimeve personale ose familjare (14%).

Përkundër kësaj, pothuajse gjysma e të anketuarve (54%) nuk besojnë se ata mund të kenë ndikim si qytetar, 30% besojnë se mund të kenë një ndikim domethënës në komunën e tyre. Institucionet e tjera u përmendën nga më pak se 3% e të anketuarve.

Gatishmëria dhe aftësia për të marrë pjesë në aktivitete qytetare

Në pyetjen nëse do të ishin të gatshëm të merrnin pjesë në aktivitete qytetare, 46% e të anketuarve thanë se do t'i përgjigjeshin një pyetësori, 42% do të takonin kolegë / miq për të diskutuar çështjet publike të cilat i shqetësojnë personalisht apo familjarisht dhe 46% do të lexonin një fletushkë ose një broshurë.

Ngjashëm me popullatën e përgjithshme dhe grupet e tjera demografike, përqindja e veprimeve që ata do të shmangnin është më e theksuar: 83% nuk do të merrnin pjesë në një takim të partisë politike, 76% nuk do të merrnin pjesë në një debat publik dhe 79% nuk do të merrnin pjesë në një takim në internet .

Në cilën nga aktivitetet qytetare dëshironi të merrni pjesë?

46%

Të përgjigjeni në pyetësorë



46%

Të lexoni broshurë ose fletushkë



42%

Të takoni kolege/gë, miq për të diskutuar



PROCESI ZGJEDHOR

Qytetarët e papunë kronikisht i lidhin zgjedhjet me fraza të tilla si: “katastrofë”, “kaotike”, “manipuluese”, “falsifikim”, “presione”, “premtime boshe”, “pa ndryshime, të njëjtët njerëz”, “njerëzit janë të pafuqishëm”.

A besoni se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve?

78%

Po

22%

Jo

2%

Refuzon të përgjigjet

8%

Nuk e din

Krahasuar me popullatën e përgjithshme, personat e papunë kronikisht besojnë më pak në rëndësinë e votës së qytetarëve dhe ndikimin e saj në rezultatet zgjedhore.

Më shumë se dy të tretat e të anketuarve besojnë se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve (78%) krahasuar me 74% të popullsisë së përgjithshme që besojnë në rëndësinë e votës së qytetarëve. Njëzet e dy përqind (22%) e këtij grupi nuk besojnë se çdo votë ka rëndësi. Për më tepër, gjetjet e grupeve të fokusit tregojnë se ky grup beson se zgjedhjet janë të rregullta dhe paqësore në ditën e zgjedhjeve, por që fushatat parazgjedhore janë brutale dhe vulgare.

Më shumë se gjysma e të anketuarve (56%) tregojnë se votimi nuk është i mjaftueshëm për të angazhuar qytetarët për të ndryshuar ose ndikuar në politikat, më shumë se një e katërta (26%) besojnë se votimi është i mjaftueshëm, ndërsa 16% nuk kanë mendim.

Motivimi për të votuar

Sa rregullisht ju votoni?

68% rregullisht or shpesh

16% ndonjëherë

9% zakonisht jo

4% asnjëherë

Hulumtimi tregon se 68% votojnë pothuajse rregullisht ose shpesh, 16% ndonjëherë, 9% zakonisht nuk votojnë dhe 4% nuk votojnë kurrë.

Ngjashëm me popullatën e përgjithshme, 38% e këtij grupi deklarojnë se ata gjithmonë votojnë për të njëjtën parti, ndërsa 44% votojnë për parti të ndryshme politike.

Faktorët që ndikojnë në vendimin e tyre për të votuar

Ngjashëm me popullatën e përgjithshme, tre faktorët kryesorë që ndikojnë që të anketuarit në këtë grup të dalin dhe të votojnë janë: perceptimi se votimi është një e drejtë dhe detyrë qytetare (44%), perspektiva për një të ardhme më të mirë (28%) dhe frika se dikush do të keqpërdorin votën e tyre (24%).

44%

E drejta dhe detyra qytetare



28%

Ardhmëri më e mirë



24%

Frika se dikush do ta vjedhë votën e tyre

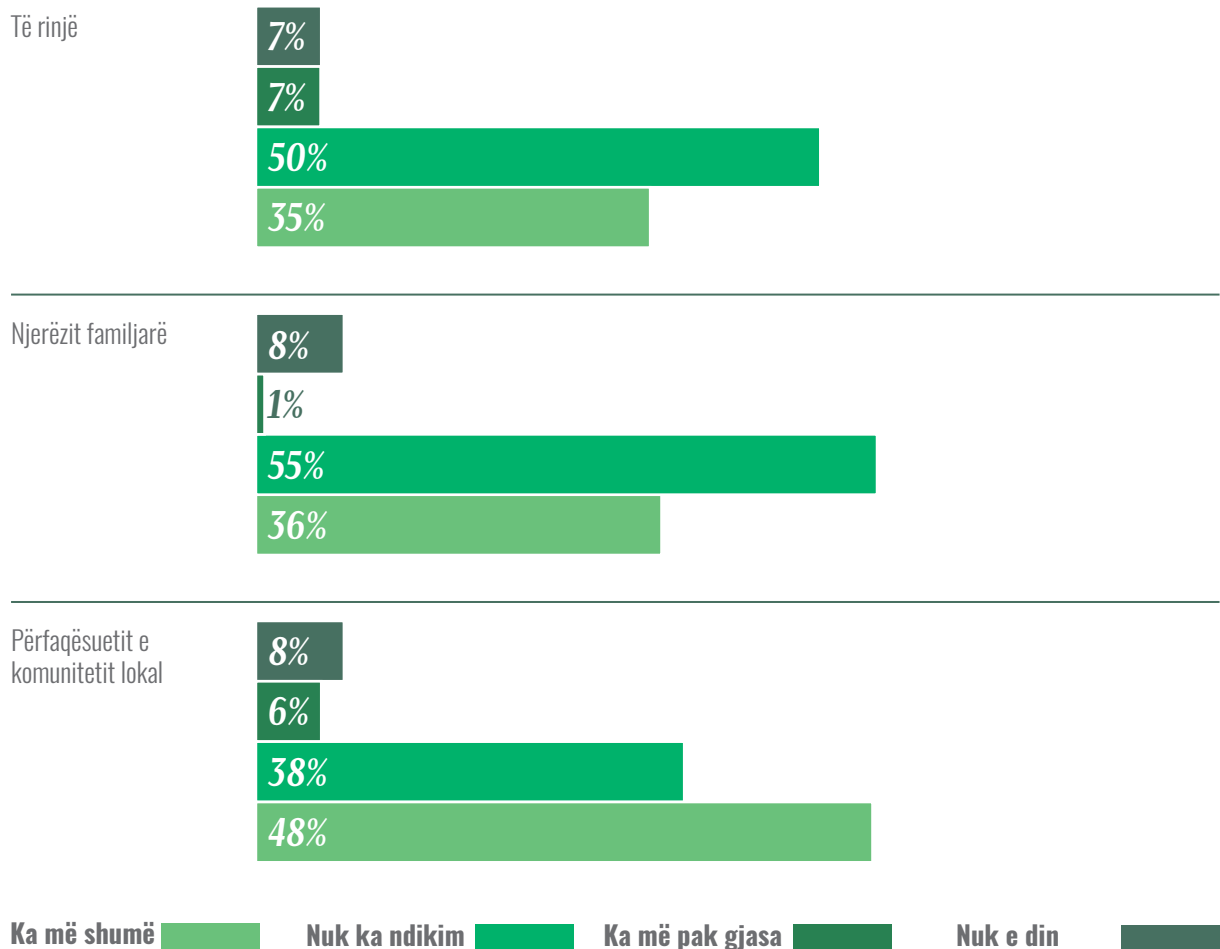


Më shumë se gjysma e të anketuarve (56%) tregojnë se vendimi i tyre për të votuar është i njëjtë ose më shpesh i njëjtë me atë të familjeve të tyre, ndërsa 38% votojnë ndryshe.

Gjashtë nga dhjetë të anketuar nuk ndikohen nga miqtë e tyre mbi vendimin për të votuar.

Ngjashëm me grupet e tjera demografike, të anketuarit e këtij grupi do të dëshironin të shihnin njerëz nga komuniteti i tyre lokal si përfaqësues në listat e kandidatëve ose si përfaqësues të zgjedhur në parlament ose këshillat komunale.

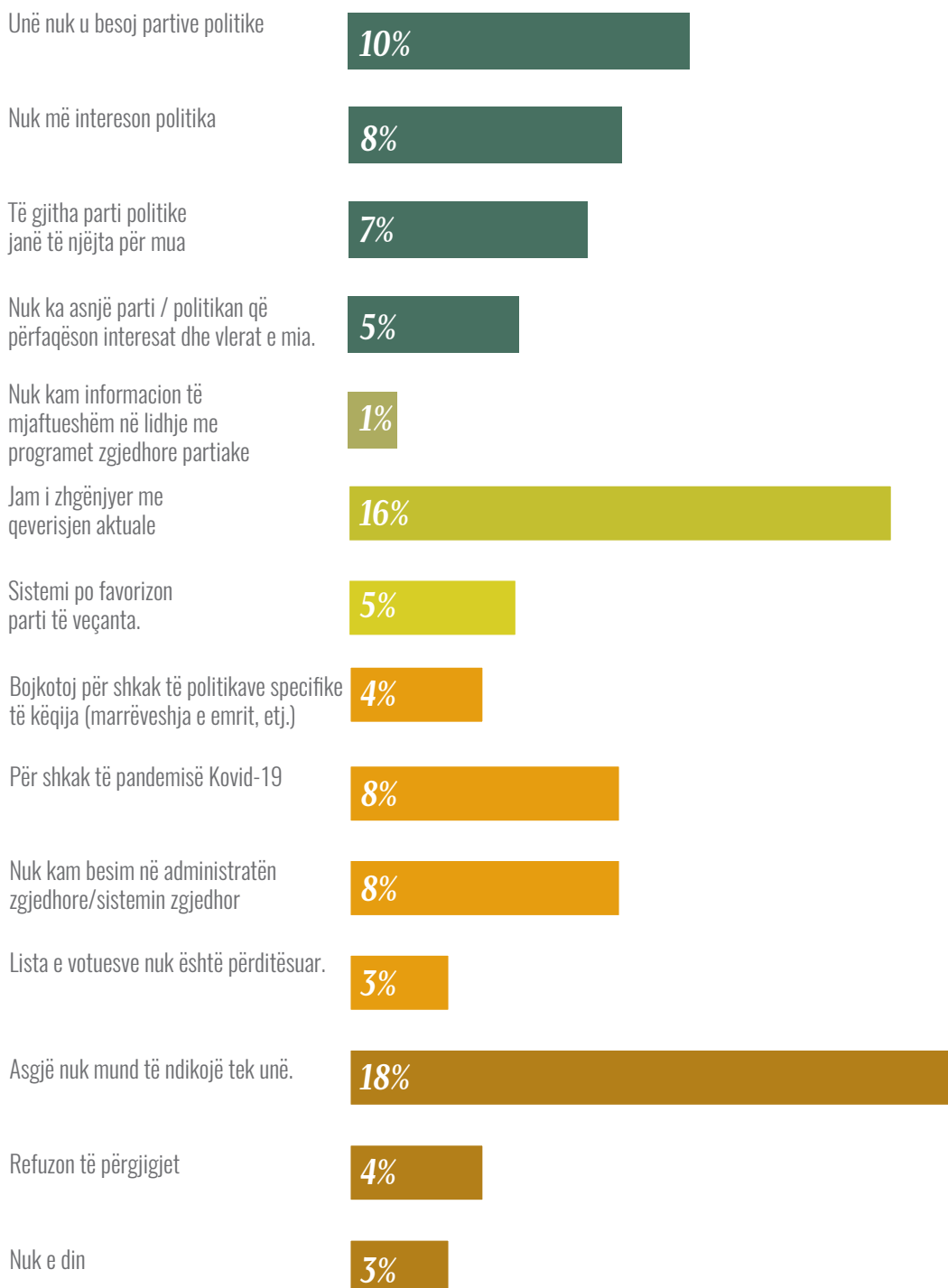
Nëse në listat e kandidatëve ka përfaqësues të grupeve në vijim, sa gjasa ka që ju të votoni për atë parti politike?



Demotivimi për të votuar

Pakënaqësia me qeverisjen dhe partitë politike demotivon personat e papunë në vazhdimësi që të dalin dhe të votojnë.

Çfarë mund të ndikojë në vendimin tuaj për të mos votuar?



Ngjashëm me grupet e tjera, ky grup demografik beson se diskriminimi më i fortë bazohet në anëtarësimin në parti politike, domethënë të jesh anëtar i një partie politike është parakushti kryesor për punësim.

Pavarësisht nga gjinia, përkatësia etnike ose vendbanimi, anëtarët dhe anëtarët aktivë të partive politike në pushtet kanë më shumë gjasa të sigurojnë punësim. Nepotizmi dhe lidhjet familjare shkaktojnë një revoltë të madhe në mesin e të anketuarve. Si pasojë, rritet apatia dhe pakënaqësia, si dhe motivimi për të lënë vendin dhe për të kërkuar punë jashtë vendit.

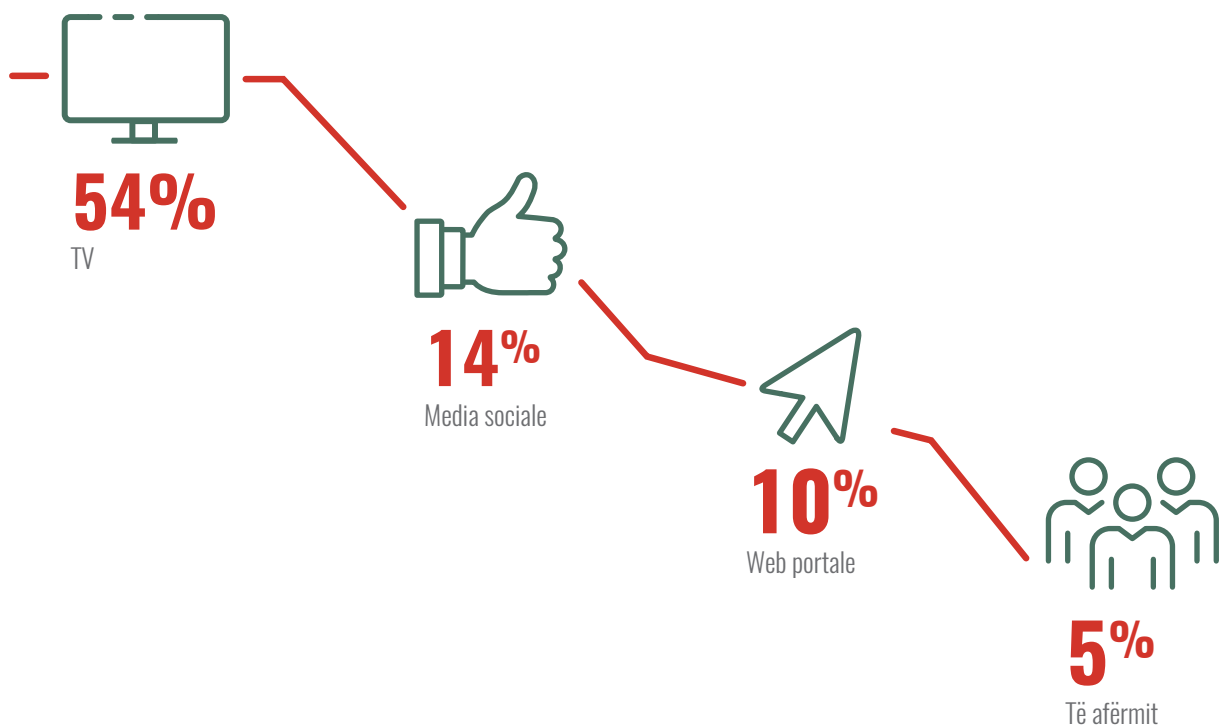
KOMUNIKIM ME KANDIDATËT DHE PARTITË

Burimet kryesore të informacionit në lidhje me zgjedhjet janë televizioni (54%), media sociale (14%), portale në internet (10%), miqtë dhe anëtarët e familjes (5%).

Edicionet e lajmeve (46%) dhe debatet televizive (22%) janë mënyrat më të dobishme për të gjetur informacion në lidhje me zgjedhjet për pjesëmarrësit në sondazh.

Lidhur me llojin e komunikimit me kandidatët në periudhën e zgjedhjeve, ky grup preferon komunikimin personal derë më derë (19%) ose komunikimin personal, por në grupe më të vogla (20%).

Shtatëmbëdhjetë përqind (17%) e të anketuarve mbështeten në të kaluarën politike të kandidatit kur marrin vendimin e tyre.



Në lidhje me komunikimin me kandidatët ose përfaqësuesit e partive politike në periudhën ndërmjet zgjedhjeve, të anketuarit preferojnë të informohen personalisht (derë më derë ose në grupe më të vogla). Sidoqoftë, media është gjithashtu një burim i rëndësishëm informacioni rreth kandidatëve ndërmjet zgjedhjeve, siç tregohet nga një e treta e të anketuarve.

Programet dhe tubimet e partive politike janë forma më pak e preferuar e komunikimit për këtë grup gjatë periudhës së zgjedhjeve dhe ndërmjet zgjedhjeve.

Vetëm 5% e të anketuarve përmendin programet e partive politike si një lloj i rëndësishëm informacioni për kandidatët në periudhën e zgjedhjeve.

Në këtë drejtim, pjesëmarrësit e grupeve të fokusit theksuan se programet parazgjedhore janë plot me premtime boshe dhe joreale, të përsëritura shpesh para çdo zgjedhje.

Pjesëmarrësit deklarojnë se partitë në programet e tyre zgjedhore ofrojnë zgjidhje për punësime që zakonisht nuk janë të zbatueshme në praktikë. Ata bëjnë premtime të mëdha në periudhën parazgjedhore - investime të mëdha të huaja, paga mesatare më të larta, shkallë të përmirësuar të punësimit, por pasi fitojnë një mandat, ata harrojnë të papunët, veçanërisht ata që nuk janë anëtarë të ndonjë partie politike.

Pritjet e këtij grupi demografik nga partitë politike janë:

- ♦ Premtime që mund të mbahen.
- ♦ Pa gënjeshtër dhe vjedhje.
- ♦ Peagim ndaj kërkesave të qytetarëve, takime personale për të diskutuar nevojat dhe problemet e qytetarëve.
- ♦ Përfundimi i punësimeve dhe diskriminimeve të bazuara në përkatësinë partiake.

BARRIERAT

Grupi i të papunëve kronik është shumë i ngjashëm me grupin e shumë të varfërve për sa i përket interesit dhe sjelljes ndaj pjesëmarrjes socio-politike. Në këtë drejtim, shumica e pengesave të identifikuara në grupin shumë të varfër janë të rëndësishme për të papunët kronikë:

Ngjashëm me grupet e tjera të anketuara ata:

- ♦ **Ndjehen të nënperfaqësuar**, ka shumë pak përfaqësues ose kandidatë për zgjedhje nga të papunët.
- ♦ **Nuk besojnë se kanë fuqinë për të ndikuar në politikat në vend** për të përmirësuar cilësinë e jetës .
- ♦ **Kanë përvoja të mëparshme negative** (manipulim, premtime të papërbushura zgjedhore, gënjeshtër).
- ♦ **Nuk besojnë se institucionet mund të përmirësojnë pozicionin dhe statusin e tyre.**
- ♦ **Frikësohen nga presioni dhe pasojat** (mundësitë për punësim shpesh varen nga përkatësia partiake, e cila, nëse sfidohet, mund të rrezikojë mundësitë për punë).
- ♦ **Nuk kanë aftësi dhe njohuri për** atë se si dhe ku mund të marrin pjesë
- ♦ **Janë fuqimisht të bindur në “partizimin” e secilit segment të shoqërisë, veçanërisht në lidhje me punësimin.**

REKOMANDIME

Të rritet besimi në fuqinë e tyre për të pasur ndikim në bashkësinë ose shoqërinë.

- ♦ Të krijohen mundësi për përfshirje kuptimplotë të personave kronikisht të papunë në proceset e vendimmarrjes dhe të promovohen shembujt në të cilët përfaqësuesit e këtij grupi kanë role drejtuese në iniciativat e bazuara në komunitet. Nëse njerëzit besojnë se ata mund të bëjnë një ndryshim në bashkësinë / lagjen e tyre ose të përmirësojnë cilësinë e jetës përmes veprimeve të tyre, atëherë ata do të jenë më të gatshëm të marrin pjesë në aktivitete qytetare.
- ♦ Të promovohen projekte dhe iniciativa të komunitetit që trajtojnë çështje të ndryshme shqetësuese. Përqendrim më i madh në projekte qytetare sesa në aktivitete politike që kanë përfitime të prekshme për bashkësinë ose lagjen dhe lidhen me interesat dhe aftësitë e tyre (p.sh. iniciativa humanitare, gatimi për një qëllim tjetër, kujdesi për lagjen, rinovimi ose mirëmbajtja e sheshit të lojërave, etj.)
- ♦ Të promovohen shembuj pozitivë që vërtetojnë se aktivizmi ka rëndësi dhe ka fuqinë për të rregulluar shoqërinë.
- ♦ Të mirren parasysh formate të ndryshme të tilla si mikro-projekte në nivelin e komunitetit,

dëshmi, histori të palëve të treta.

Të përmirësohet perceptimi negativ i nën-përfaqësimit nga partitë politike, zyrtarët e zgjedhur dhe organizatat e tjera.

- ♦ Të përfshihen dhe promovohen aktivistë qytetarë dhe politikë që janë të papunë.
- ♦ Të përfshihen dhe mbahen çështjet dhe propozimet e papunësisë në agjendën publike të përfaqësuesve përkatës politikë.
- ♦ Të përdoret një larmi mjetesh të tilla si takime të rregullta në komunitet, bashkëpunim me shërbimet sociale për të punuar në zgjidhjen e çështjeve, avokim publik për të varfërit, etj.

Të zgjerohen përpjekjet për edukim qytetar

- ♦ Të rritet ndërgjegjësimi në lidhje me mbrojtjen e të drejtave të tyre qytetare dhe politike.
- ♦ Të edukohen për mënyrat se si mund të ushtrojnë të drejtat e tyre qytetare dhe politike.
- ♦ Të rritet ndërgjegjësimi për rrugët e duhura institucionale për shprehjen e këtyre interesave, shqetësimeve dhe problemeve.
- ♦ Përqendrim në përfitimet nga angazhimi qytetar, format dhe kanalet për pjesëmarrje, kuptim më të mirë të të drejtave të zgjedhësve dhe aktivitetet në ditën e zgjedhjeve.
- ♦ Të implementohen qasje jo-konvencionale siç janë takimet e drejtpërdrejta, fushatat në lagje, tubimet joformale në lagje, partneritetet e drejtuesve të komunitetit për të arritur Bashkësitë dhe individët dhe kanalet konvencionale ku ata mund të artikulojnë shqetësimet e tyre (ditë të hapura, sondazhe, etj.).

Të forcohen kapacitetet e tyre për pjesëmarrje të sigurt

- ♦ Të ndërtohen kapacitete për të folur dhe debatuar në publik
- ♦ Të rritet ndërgjegjësimi për të drejtat qytetare dhe politike

Të krijohen aleanca:

Me mediat (digjitale dhe tradicionale)

- ♦ Të promovohen narrativat e përqendruara në shembuj pozitivë dhe të suksesshëm të aktivizmit të bashkësive në nevojë në përgjithësi.
- ♦ Të edukohen për mënyrat se si mund të ushtrojnë të drejtat e tyre qytetare dhe politike.
- ♦ Të promovohen tema në lidhje me çështjet dhe shqetësimet e të papunëve.
- ♦ Të edukohen dhe informohen për rëndësinë e votimit, mekanizmat për të mbrojtur të

drejtat e votimit dhe për t'u aftësuar për procesin e votimit gjatë zgjedhjeve.

- ♦ Të ndërgjegjësohen rreth parregullsive zgjedhore, dhunës dhe gjuhës së urrejtjes.

Të zgjidhen kanalet përkatëse të komunikimit dhe të zbatohen qasjet jo-konvencionale dhe tradicionale

Të përdoret TV për t'iu qasur të papunëve.

- ♦ Të përdoren formate që japin mundësi për të kontekstualizuar informacionin dhe për të rritur rëndësinë e tij.
- ♦ Të mirren parasysh formate të tjera përveç lajmeve, p.sh. debate, editoriale, tregime të shkurtra dhe dëshmi që paraqesin shqetësime dhe ofrojnë depërtim në procesin e votimit.
- ♦ Të konsiderohet përdorimi i programeve të mëngjesit, të stilit të jetesës dhe programeve të specializuara përveç atyre politike.

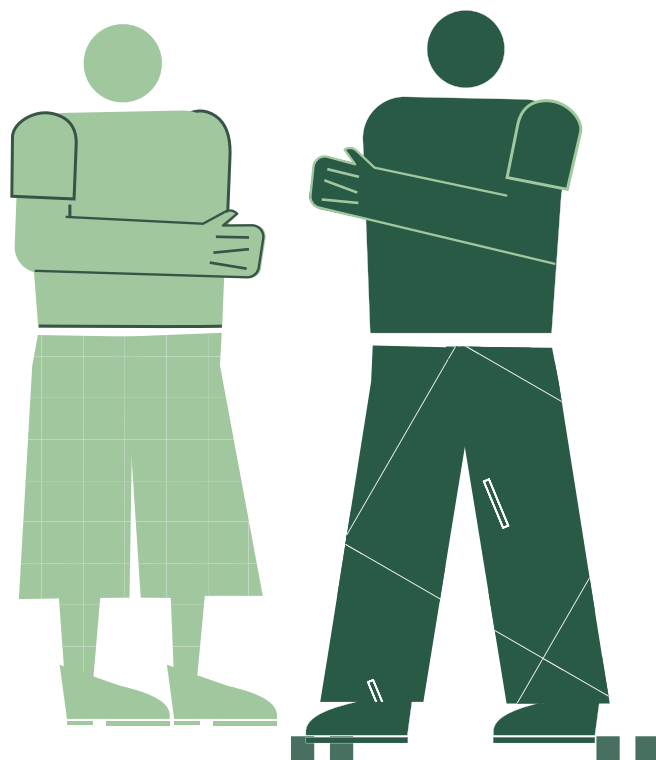
Të organizohen takime ballë për ballë ose ngjarje të tjera të komunitetit.

- ♦ Të përdoren formate të ndryshme për ndërveprim të drejtpërdrejtë siç janë mbledhjet e vogla, takimet joformale (p.sh. përpara dyqanit tradicional ose pikave të tjera të takimit në lagje, në shtëpi private / oborre etj.), në lagjet e tyre për të vendosur raporte besimi dhe për të rritur perceptimin e tyre për vetëvlerësimi dhe rëndësi. Kjo është veçanërisht e përshtatshme në lagjet me një shkallë më të lartë të papunësisë.
- ♦ Të propozohen projekte ose aktivitete të komunitetit që kanë potencialin të grumbullojnë njerëzit ose grupet specifike nga komuniteti.

Të pilotohen kanale të tjera jo-tradicionale

- ♦ Të mirren parasysh teknikat efektive të komunikimit për shpërndarjen e informacionit në autobusë, në stacione autobusësh, dyqane lokale, tregje të hapura, dyqane berberësh, pako ushqimore, çanta, ose vende ose produkte të përshtatshme të konsumuara nga ky grup.

Të përdoren mediat sociale për të rritur pjesëmarrjen dhe ndikimin ose për të ngritur iniciativa pasi ato mundësojnë një komunikim më të përqendruar dhe të personalizuar. Mediat sociale janë një kanal i rëndësishëm për anëtarët e rinj dhe të moshës mesatare të këtij grupi (më shumë se 20% marrin informacion në lidhje me situatën socio-politike dhe zgjedhjet nga mediat sociale).



BASHKËSITË E **TJERA ETNIKE**

Gjetjet kyqe nga hulumtimi sasior dhe cilësor

Bashkësitë e tjera etnike - përkufizimi dhe madhësia

Sipas regjistrimit të vitit 2002, shqiptarët etnikë janë bashkësitë më e madhe etnike në vend, me 25.1% të popullsisë së përgjithshme, ndërsa bashkësitë e tjera jo-shumicë përbëjnë 10% të popullsisë së përgjithshme. Këto përfshijnë: turqit etnikë (3.85%), romët (2.66%), serbët etnikë (1.78%), boshnjakët etnikë (0.84%) dhe vlllehët (0.48%). Bashkësitë e tjera etnike (kroate, malazeze, sllovene, ruse dhe të tjerë) përfaqësohen me rreth 1%.

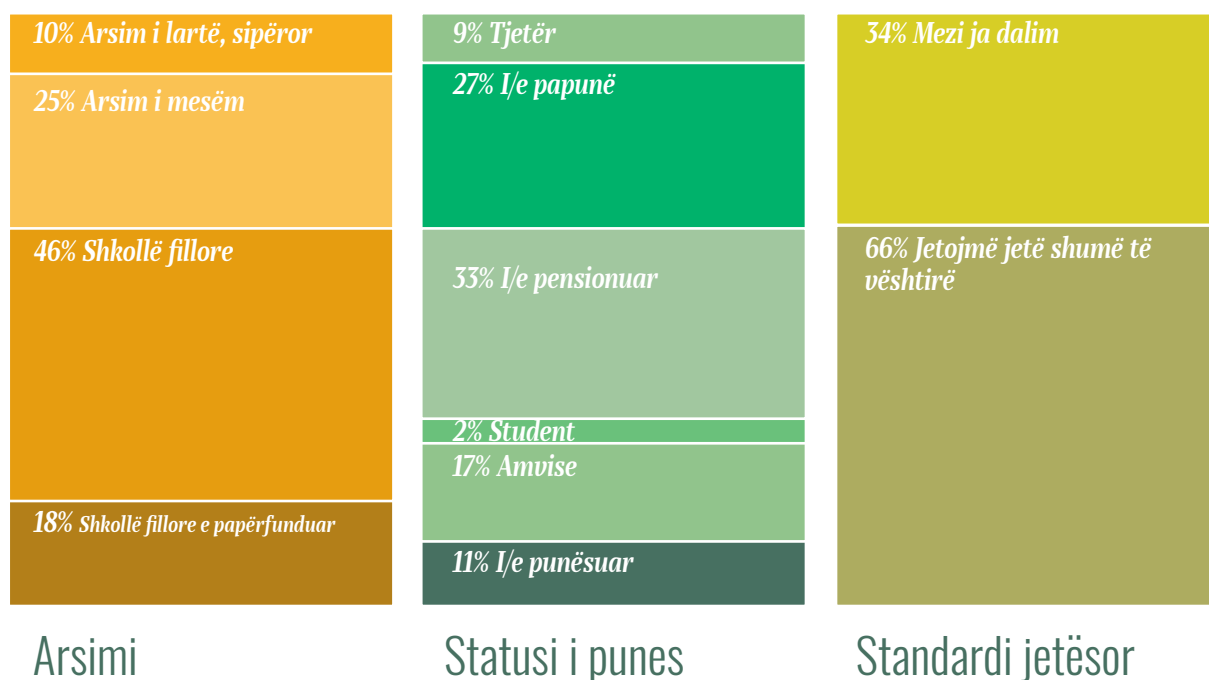
Struktura demografike etnike në Maqedoninë e Veriut përfshin bashkësinë me shumicë etnike maqedonase (në disa rajone komunitet jo-shumicë), bashkësinë jo-shumicë etnik shqiptar (në disa rajone komuniteti shumicë) dhe romët, turqit etnikë, serbët etnikë, vlllehët dhe grupet të tjera jo-shumicë.

Bashkësitë e tjera etnike udhëhiqen nga Ligji për promovimin dhe mbrojtjen e të drejtave të anëtarëve të bashkësive etnike që përbëjnë më pak se 20% të popullsisë së Maqedonisë së Veriut.

Profili demografik

Gjithsej 119 qytetarë nga bashkësitë e tjera etnike morën pjesë në anketën sasiore ballë për ballë.

Për të fituar një pasqyrë të thellë të prejardhjes, perceptimeve dhe mendimeve të grupit, sondazhi sasior u plotësua nga një fokus grup.



TEMAT E INTERESIT

Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

Sa jeni i/e interesuar për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë?

17%

Shumë

35%

Deri diku

31%

Jo shumë

17%

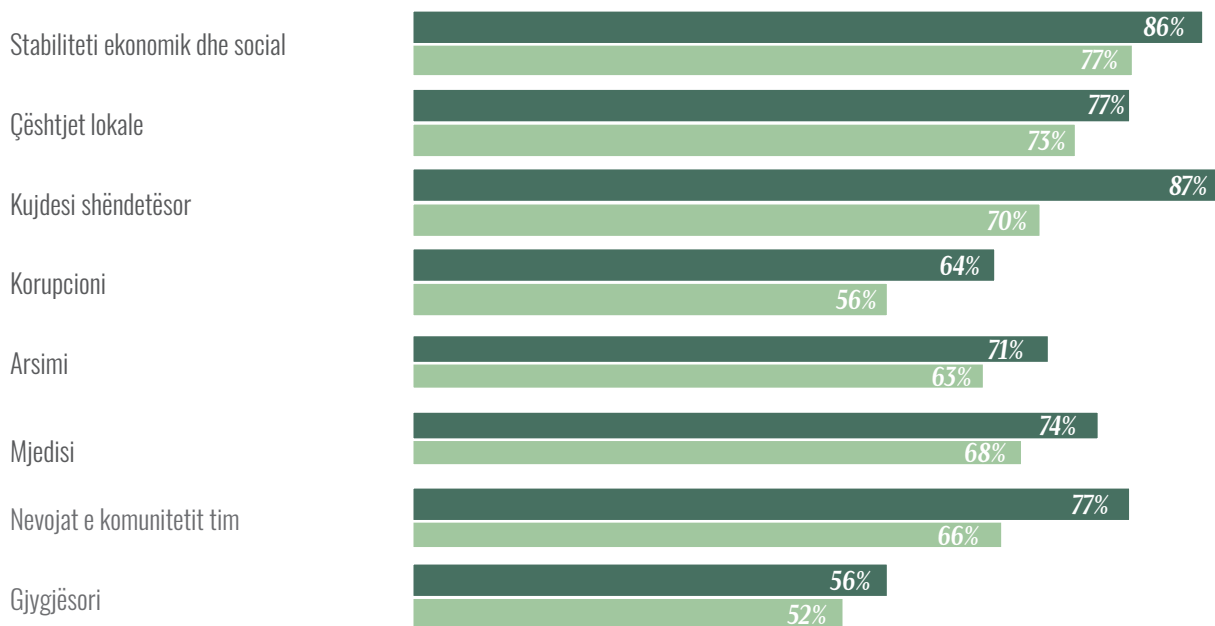
Aspak

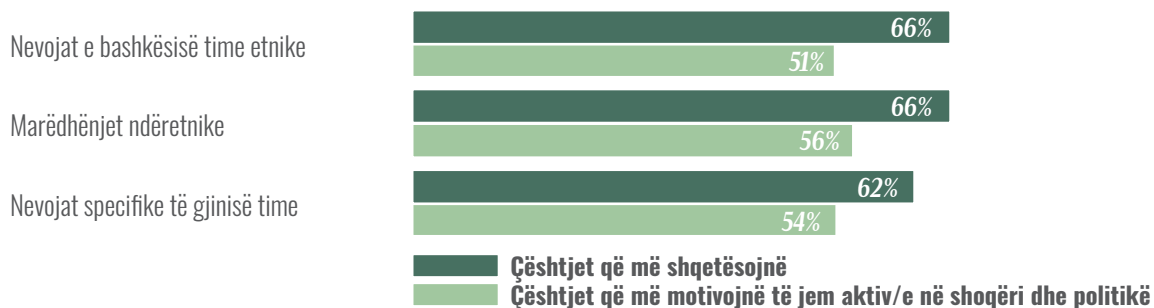
Pothuajse gjysma e të anketuarve (48%) nuk janë “aspak” ose “jo shumë të interesuar” për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe në botë, ndërsa 52% janë “shumë” ose “disi të interesuar”. Hulumtimi tregon se nuk ka ndonjë dallim të theksuar të interesit për zhvillimet socio-politike krahasuar me popullatën e përgjithshme. Gjysma e pjesëmarrësve në sondazh rrallë ose kurrë nuk i diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë, gjashtë përqind më tepër krahasuar me popullatën e përgjithshme (44%).

Shqetësimet

Sa mendoni se ju shqetësojnë informacionet/çështjet/temat e mëposhtme?

Sa do të thoshit që çështjet/temat e mëposhtme ju motivojnë të jeni aktiv/e në shoqëri dhe në politikë?





Më shumë se tre të katërtat e të anketuarve treguan se kujdesi shëndetësor (87%), stabiliteti ekonomik dhe social (86%) dhe çështjet lokale (77%) janë shqetësoime e tyre kryesore. Po këto çështje janë dhe motivuesit kryesorë që ata të jenë më aktivë në shoqëri dhe në politikë.

Pjesëmarrësit e sondazhit janë më së paku të shqetësuar për nevojat specifike në lidhje me gjyqësorin, nevojat specifike lidhur me gjininë dhe korrupsionin.

BURIMET E INFORMACIONIT

Pjesëmarrësit në diskutimin në grupin e fokusit treguan se ata ndjekin media të ndryshme për të marrë informacione të llojllojshme. Kryesisht ndjekin zhvillimet shtetërore dhe, ndryshe nga grupet e tjera, janë gjithashtu të interesuar edhe për zhvillimet globale dhe rajonale. Të anketuarit i perceptojnë mediat si të njëanshme dhe fort të politizuara dhe përpiqen të shmangin lajmet politike.

Më shumë se gjysma e pjesëmarrësve (55%) kanë treguar se televizioni është burimi kryesor i informacionit.

TV 55%

Pothuajse të gjithë pjesëmarrësit deklarojnë se nuk u besojnë mediave për shkak të mungesës së objektivitetit: “ngaqë paraqesin informacionin për t’i pëlqyer një partie të caktuar”. Për t’iu kundërvënë këtij fenomeni, të anketuarit marrin dhe krahasojnë informacione nga disa media.

Lidhur me zhvillimet kombëtare, pjesëmarrësit e grupeve të fokusit janë përgjithësisht të interesuar në lidhje me formimin e qeverisë së re, pandeminë me COVID-19, kujdesin shëndetësor, rifillimin e prezencës fizike në shkolla dhe arsimin në përgjithësi.

Më shumë se gjysma e të anketuarve (55%) theksojnë se televizioni është burimi kryesor i informacionit për ta dhe dy nga dhjetë thonë se për zhvillimet socio-politike njoftohen përmes rrjeteve sociale. Një pjesë e konsiderueshme e të anketuarve (34.8%) përdorin portalet e internetit si burim informacioni dhe 8% familjen dhe miqtë e tyre. Ngjashëm me popullatën e përgjithshme, 7% e të anketuarve nga bashkësitë e tjera etnike deklarojnë se nuk janë të informuar fare.

PJESËMARRJA QYTETARE

Shtatëdhjetë e shtatë përqind (77%) e të anketuarve nuk janë të interesuar për angazhim më të madh qytetar.

A keni qenë i/e përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshime në komunitet ose në vendin ku jetoni?



A jeni i/e interesuar që të keni një përfshirje më aktive qytetare?



Për më tepër, pjesëmarrësit në studim përshkruan faktorët e mëposhtëm që kontribuojnë në pjesëmarrjen e tyre të ulët qytetare:

- ♦ Mendësia, kultura dhe edukimi pasiv dhe indiferent që nuk njeh, stimulon ose koordinon sjellje aktive.
- ♦ Ndarja e njerëzve, mungesa e solidaritetit.
- ♦ Ndikim i fortë politik në sektorin e shoqërisë civile.
- ♦ Frika nga sanksionet.

“ Çoni njerëzit deri në prag të ekzistencës, frikësoni ata dhe mendësia e tyre nuk do të jetë më problem. ”
Mashkull, 46, turk etnik, Manastir

Faktorët që nxisin përfshirjen

Përgjegjësia e sistemit (24%) dhe përfitimet personale ose familjare (23%) janë nxitësit kryesorë që shumica e të anketuarve të bëhen më të angazhuar qytetarisht dhe të shkaktjnë ndryshime në komunitet, siç bëhet e qartë nga një e katërta e të anketuarve. Faktorë të tjerë motivues kanë të bëjnë me përfaqësimin e interesave të tyre (14%).

Gjashtë nga dhjetë të anketuar (57%) nuk besojnë se mund të ushtrojnë një ndikim qytetar, duke përfshirë një rritje prej 5% krahasuar me popullsinë e përgjithshme (52%). Më shumë se një e katërta (27%) besojnë se ata mund të kenë një ndikim domethënës në komunën e tyre.

Pjesa më e madhe e të anketuarve besojnë se nuk mund të ndikojnë në punën e parlamentit pavarësisht modelit të përfaqësimit të drejtpërdrejtë. Në përputhje me trendin në të gjitha grupet demografike, të anketuarit besojnë se nuk mund të ushtrojnë një ndikim domethënës në ndonjë institucion tjetër përveç komunës së tyre.

Gatishmëria dhe aftësia për të marrë pjesë në aktivitete qytetare

Në lidhje me pjesëmarrjen në jetën publike, pjesëmarrësit në sondazh janë më të gatshëm që t'i përgjigjen një pyetësori (52%), të takojnë kolegë/miq për të diskutuar çështje personale ose familjare (46%), dhe të lexojnë një broshurë ose një fletushka (40%).

Ne cilen nga aktivitetet qytetare deshironi te merrni pjese?

52%

Të përgjigjeni në pyetësorë



40%

Të lexoni broshurë ose fletushkë



46%

Të takoni kolege/gë, miq për të diskutuar



PROCESI ZGJEDHOR

Pjesëmarrësit e sondazhit kanë tendencë t'i lidhin zgjedhjet në vend me fraza të tilla si “të parregullta”, “humbje parash”, “premtime të rreme”, “falsifikim zgjedhjesh” dhe “korrupsion”.

A besoni se çdo votë është e rëndësishme dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve?

73%

Po

13%

Jo

3%

Refuzon të përgjigjet

10%

Nuk e din

Një pjesë e të anketuarve besojnë se dita e zgjedhjeve rrjedh në qetësi, pa parregullsi të konsiderueshme krahasuar me ditët e votimit në fillim të viteve 2000 të cilat u dëmtuan nga incidente, të shtëna me armë zjarri dhe mbushje të kutive të votimit; megjithatë, presioni, kërcënimi, punësimet politike dhe ryshfeti vazhdojnë.

Një pjesë e konsiderueshme e të anketuarve besojnë në rëndësinë e çdo vote. Rreth tre të katërtat e të anketuarve besojnë se çdo votë ka rëndësinë e vet dhe mund të ndikojë në rezultatet e zgjedhjeve (73%), përkundrazi 13% që nuk e besojnë këtë. Përqindja e fundit është dukshëm më e ulët krahasuar me popullsinë e përgjithshme (18,5%).

Më shumë se gjysma e të anketuarve (53%) tregojnë se votimi në vetvete nuk është i mjaftueshëm për të përfshirë qytetarët në ndryshime të politikave, tre nga dhjetë të anketuar (29%) besojnë se votimi është i mjaftueshëm, ndërsa 11% nuk kanë mendim për këtë çështje.

Motivimi për të votuar

Sa rregullisht ju votoni?

53% rregullisht

25% shpesh

12% ndonjëherë

3% zakonisht

3% asnjëherë

Pesëdhjetë e tre përqind (53%) e pjesëmarrësve në sondazh votojnë pothuajse rregullisht, 25% votojnë shpesh, 12% ndonjëherë, 3% zakonisht nuk votojnë dhe 3% nuk votojnë kurrë.

Të anketuarit kanë tendencë të ndryshojnë zgjedhjen e tyre elektorale më shpesh sesa grupet e tjera të profilit. Më shumë se gjysma votojnë për parti të ndryshme politike, ndërsa 30% votojnë rregullisht për të njëjtën parti, e cila është një rënie prej dhjetë përqind krahasuar me popullsinë e përgjithshme.

Faktorët që ndikojnë në vendimin e tyre për të votuar

Ngjashëm me popullatën e përgjithshme, tre faktorët kryesorë që ndikojnë tek të anketuarit në këtë grup të dalin dhe të votojnë janë: perceptimi se votimi është një e drejtë dhe detyrë qytetare (48%), perspektiva më të mira (44%) dhe frika se dikush mund të keqpërdorë votën e tyre (34%).

48%

E drejta dhe detyra qytetare



44%

Ardhmëri më e mirë



34%

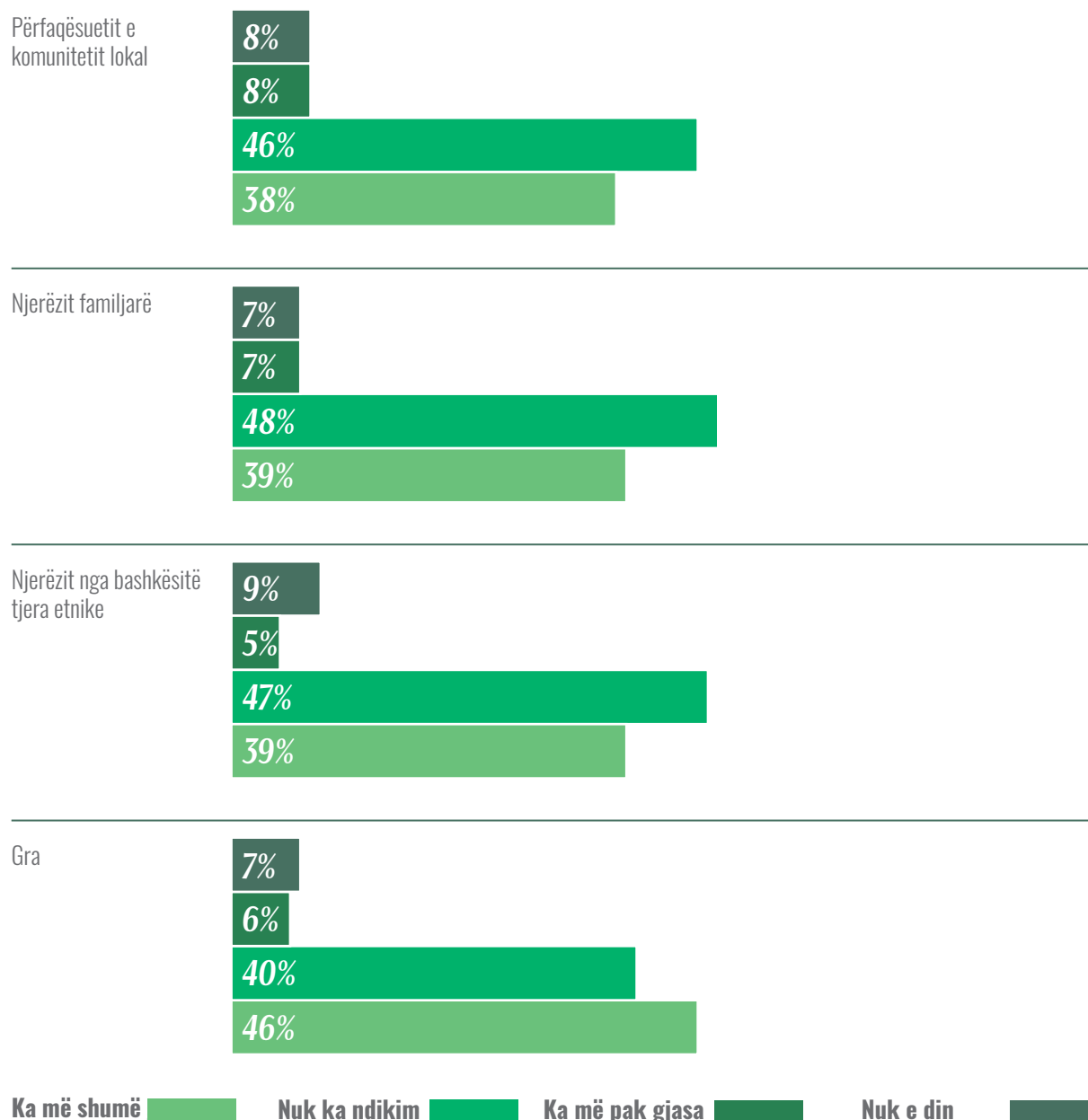
Frika se dikush do ta vjedhë votën e tyre



Pothuajse dy të tretat e të anketuarve (65%) thonë se vendimi i tyre për të votuar zakonisht ose shumë shpesh përputhet me atë të familjeve të tyre, ndërsa një e treta (34%) thonë se vendimi i tyre është i njëjtë apo se është shpeshherë i njëjtë me atë të miqve të tyre.

Ky grup demografik ka më shumë të ngjarë të votojë për një parti politike nëse gratë përfshihen në listat e kandidatëve për zgjedhjet parlamentare ose lokale .

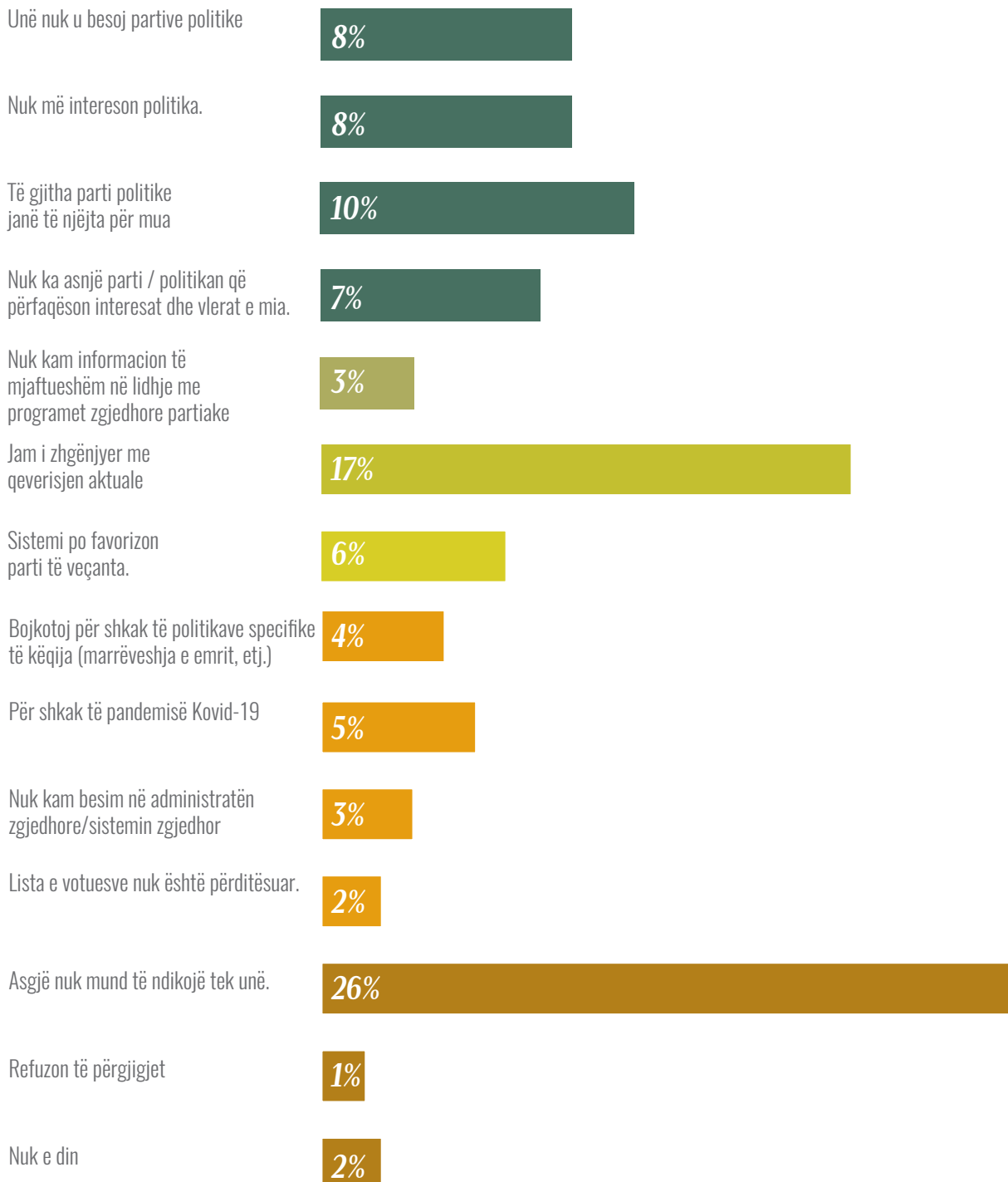
Nëse ka përfaqësues të grupeve të mëposhtme në listat e kandidatëve për zgjedhjet parlamentare ose lokale, sa ka gjasa që ju të votoni për atë parti politike?



Demotivimi për të votuar

Pakënaqësia me qeverinë aktuale dhe partitë politike është faktori kryesor që ndikon në vendimin e pjesëmarrësve të anketës për të abstenuar nga votimi.

Çfarë mund të ndikojë në vendimin tuaj për të mos votuar?



Grupi i fokusit konfirmon gjetjet e sondazhit sasior. Shumica e pjesëmarrësve në diskutim shprehin pakënaqësinë dhe zhgënjimin e tyre me punën e partive politike.

Gjetjet e grupeve të fokusit tregojnë një perceptim të përbashkët se partitë politike abuzojnë me kompetencat e tyre kur janë në detyra publike dhe shteti nuk ia del që t'i mbajë nën kontroll. Kjo gjë krijon zhgënjim dhe mosbesim tek qytetarët, duke rezultuar në apati dhe indiferencë ndaj politikës.

Si rrjedhojë, faktorët që parandalojnë qytetarët të dalin dhe të votojnë janë:

- ♦ Perceptimi se vota e tyre nuk do të ndryshojë asgjë, pasi marrëveshjet tashmë janë bërë.
- ♦ Opinioni se partitë politike llogarisin, bëjnë marrëveshje, “luajnë së bashku”.
- ♦ Indiferenca për rezultatin e zgjedhjeve për shkak të një mendimi të përhapur se “asgjë nuk do të ndryshojë”.
- ♦ Mungesa e mekanizmave të përgjegjësive për bartësit e funksioneve publike.
- ♦ Njerëzit kanë humbur besimin, “gjithçka ecën në një rreth, vetëm njerëzit humbin vazhdimisht”.
- ♦ SHBA është faktori vendimtar në formimin e koalicionit qeveritar. “Ata plotësojnë fletëvotimin e fundit”.

KOMUNIKIM ME KANDIDATËT DHE PARTITË

TV (62%), mediat sociale (9%), portalet në internet (7%), miqtë dhe anëtarët e familjes (8%) janë burimet kryesore të informacionit në lidhje me zgjedhjet.

Pjesëmarrësit në studim vunë në dukje se lajmet (59%) dhe debatet (18%) janë mënyrat më të dobishme për të siguruar informacionin për zgjedhjet, ndërsa çdo i dhjeti i anketuar (13%) nuk i ndjek fare zgjedhjet.

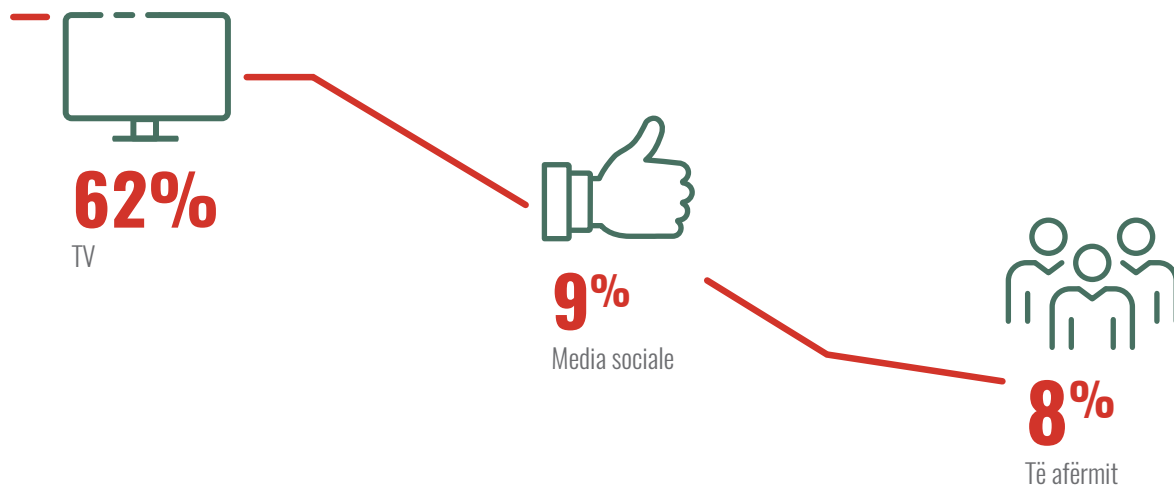
Komunikimi personal derë më derë (18%) dhe media tradicionale (18%) janë llojet e preferuara të komunikimit me kandidatët e partive dhe përfaqësuesit e zgjedhur në periudhën midis zgjedhjeve dhe të anketuarit mbështeten kryesisht në historikun politik të kandidatëve (17%).

Gjetjet e fokus grupeve tregojnë se të anketuarit i perceptojnë kontaktet para-zgjedhore të partive me qytetarët si një marifet marketingu. Të anketuarit mendojnë se **partitë politike takohen me njerëzit në periudhën parazgjedhore** për të “lypur vota” dhe kjo është hera e vetme kur ata janë të interesuar të njoftohen me nevojat e njerëzve.

Të anketuarit në grupet e fokusit shprehin një indiferencë të lartë në lidhje me programet e partive, gjë që paraqitet në të gjithë grupet e tjera demografike. Të anketuarit kanë tendencë të mendojnë se programet trajtojnë të njëjtat çështje (“rreth 80% copy-paste”) dhe bëjnë premtime joreale që bëjnë që njerëzit mos të lexojnë programet e gjata.

Për më tepër, pjesëmarrësit në sondazh do të dëshironin që partitë politike:

- ♦ Të bëjnë premtime që ata mund t'i mbajnë.
- ♦ Të bëjnë ndryshim.
- ♦ Të përdorin fondet e shtetit për mirëqenien e publikut.
- ♦ Të jenë të drejtë dhe të sinqertë.
- ♦ Të jenë më empatikë ndaj qytetarëve, në vend të elitës.



Për më tepër, gjetjet e fokus grupeve tregojnë se plotësimi i nevojave dhe kërkesave të grupeve të ndryshme etnike ofendon anëtarët e bashkësive të tjera etnike. Pjesëmarrësit në diskutimin në grup theksuan se përkatësia etnike nuk duhet të ndikojë në bërjen e politikave. Programet e partive politike nuk duhet të bazohen në përfaqësimin e grupeve etnike, por të adresojnë të gjitha interesat e qytetarëve, pavarësisht nga përkatësia e tyre etnike. Ata e perceptojnë Maqedoninë e Veriut si një vend dy-kombësh, ku bashkësitë e tjera jo-shumicë janë lënë pas dore. Janë të zhgënjyer me dinamikën maqedono-shqiptare dhe konsiderojnë se vendi ose duhet të përqafojë përfshirjen ose të bëhet etnocentrik.

Në lidhje me pyetjen nëse programet e partive politike adresojnë në mënyrë të barabartë nevojat e grave dhe burrave dhe popullsisë rurale dhe urbane, të anketuarit besojnë se ekziston një ndarje e theksuar në vend. Programet e partisë përqendrohen në nevojat dhe kërkesat e anëtarëve të partisë në pushtet, ndërsa interesat e qytetarëve të tjerë neglizhohen.

“Asnjëherë nuk ka pasur dhe nuk do të ketë “një shoqëri për të gjithë”. Në këtë vend ka dygjuhësi dhe të gjitha grupet e tjera etnike përveç shqiptarëve etnikë janë të përjashtuara. Kjo parullë ishte një karrem për t'i bërë për vete bashkësitë e tjera më të vogla etnike.”
Mashkull, 46, turk etnik, Manastir

BARRIERAT

Njerëzit nga bashkësitë e tjera etnike ndajnë të njëjtat qëndrime dhe sjellje si popullata e përgjithshme për sa i përket interesit të tyre për pjesëmarrje qytetare dhe politike. Pengesat përkatëse për të gjitha grupet demografike që ndikojnë në gatishmërinë dhe aftësinë për të qenë politikisht dhe qytetarisht aktivë, janë gjithashtu të rëndësishme për Bashkësitë e tjera etnike:

- ♦ **Skepticizmi** në lidhje me fuqinë e tyre për të ndikuar në politikën në vend.
- ♦ **Niveli i ulët i besimit** në synimet dhe kapacitetin e politikanëve për të përmirësuar cilësinë e jetës.
- ♦ **Mungesa e kanaleve** për pjesëmarrje aktive.
- ♦ **Frika nga presioni dhe hakmarrja për aktivizmin qytetar.**

Sidoqoftë, sjellja qytetare dhe politike e këtij grupi demografik formohet nga pengesa specifike:

- ♦ Perceptimi se shoqëria formohet nga vlera etnike e jo nga ato qytetare.
- ♦ Perceptimi se ata jetojnë në një shoqëri bi-etnike, ku interesat e tyre nuk përfaqësohen.

REKOMANDIME

Si përgjigje ndaj këtyre sfidave dhe pengesave të identifikuar, rekomandohen një sërë ndërhyrjesh që mund të kontribuojnë në mënyrë efektive për të përmirësuar pjesëmarrjen qytetare dhe politike të etnive të tjera në vend:

Të rritet ndërgjegjësimi për rëndësinë e pjesëmarrjes në jetën socio-politike

- ♦ Përqëndrim në përshkrimin e përfitimeve të angazhimit qytetar për demokracinë dhe shoqërinë civile.
- ♦ Të identifikohen modelet e roleve dhe ndikuesve dhe të promovohen aktivitetet dhe ndikimi i tyre.

Përqëndrim në promovimin e vlerave qytetare dhe demokratike, dhe të nevojave të grupeve etnike

- ♦ Të promovohet përfshirja dhe jo shoqëria etnocentrike.
- ♦ Të promovohet arsimi, të drejtat e njeriut, shëndeti, prosperiteti, cilësia e mirë e jetës, etj.
- ♦ Të raportohen dhe diskutohen çështje që kanë të bëjnë me bashkësinë.

Përqëndrim në krijimin e listave të larmishme të kandidatëve

- ♦ Të promovohet diversiteti etnik, gjinor dhe i moshës.

Të rritet besimi në fuqinë e tyre për të ushtruar ndikim në komunitet ose shoqëri

- ♦ Të promovohen shembuj pozitivë lokalë që njihen dhe respektohen nga komuniteti dhe nënvizohet ndikimi i tyre.
- ♦ Të përmirësohet reagimi i institucioneve shtetërore dhe i partive politike ndaj nevojave të qytetarëve.

Të promovohen kanale dhe procedura për të inkurajuar pjesëmarrjen në jetën qytetare

Ky grup ka mungesë të vetëdijes për kanalet e pjesëmarrjes në jetën socio-politike.

Të krijohen aleanca:

Me mediat (dixhitale dhe tradicionale)

- ♦ Të promovohen narrativat e përqendruara në shembuj pozitivë dhe të suksesshëm të pjesëmarrjes qytetare.
- ♦ Të rritet ndërgjegjësimi në lidhje me përfitimet e pjesëmarrjes aktive qytetare.
- ♦ Të promovohen kanale dhe mënyra për pjesëmarrjen qytetare.
- ♦ Të përfshihe qytetarët në debate dhe emisione për të hapur diskutime rreth çështjeve të interesit.

Me ndikues/persona të famshëm

Të zhvillohen partneritete me ndikues për të promovuar pjesëmarrjen qytetare dhe vlerat qytetare dhe demokratike; Narrativi duhet të përqendrohet në gjithë shoqërinë në tërësi, e jo vetëm në përkatësinë etnike.

Të zgjidhen kanale përkatëse të komunikimit dhe të zbatohen të dy qasjet, tradicionalen dhe jokonvencionalen

Të përdoret televizioni për të arritur deri tek shumica e këtij grupi.

Opsionet më të rekomanduara janë edicionet e lajmeve, debatet, emisionet, studiot e hapura, etj.

Të merret parasysh përdorimi i llojeve të tjera të programeve për të arritur deri te ky segment i popullatës, për shkak të rezistencës ndaj programeve politike. Të merren parasysh programet e stilit të jetesës, shëndetit, emisionet e gatimit, etj.

Ky grup ka tendencë të preferojë stacione televizive rajonale dhe të huaja për t'u informuar lidhur me bashkësinë etnike. Të kombinohet televizioni dhe mediat sociale dhe portalet në internet për të siguruar një komunikim efektiv me këtë komunitet.

Të përdoren mediat sociale për të arritur deri tek të rinjtë, përfshirë pjesën e arsimuar dhe të punësuar të popullsisë.

- ♦ Mediat sociale janë kanali kryesor i informacionit me një potencial të madh për të angazhuar të rinjtë e këtij grupi demografik.

Të organizohen takime ballë për ballë ose ngjarje të tjera të komunitetit.

- ♦ Formati i këtyre takimeve duhet të jetë joformal, siç janë takimet në kafe, debatet, projektet e përbashkëta të komunitetit).

Të pilotohen kanale të tjera jo-tradicionale

- ♦ Të organizohen ngjarje rajonale argëtuese ose sportive.
- ♦ Të organizohen aktivitete dhe ngjarje humanitare për të nxitur interesin dhe pjesëmarrjen.



**SUPPORT TO
ELECTORAL REFORMS**

ПОДРШКА НА ИЗБОРНИ РЕФОРМИ
MBËSHETJE E REFORMAVE ZGJEDHORE

www.electoralreforms.mk

www.facebook.com/Support-to-Electoral-Reforms