

PERSONA NGA KOMUNITETET E LARGËTA

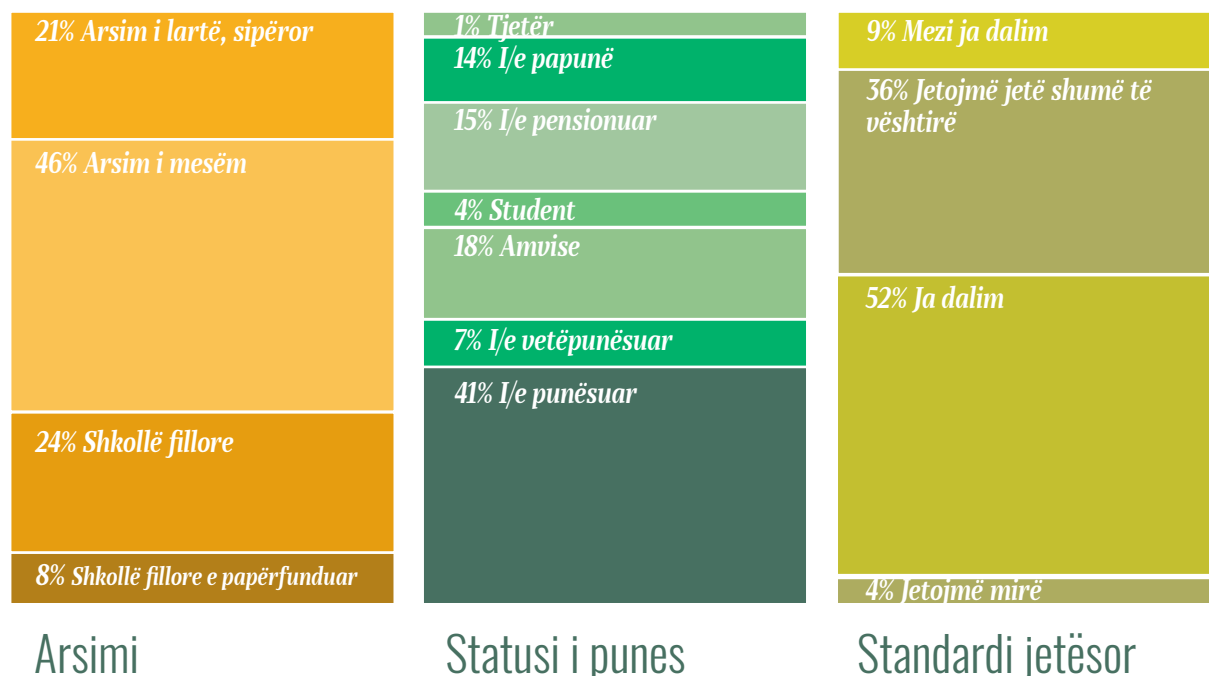
Gjetjet kyqe nga hulumtimi sasior dhe cilësor

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?

14%

Shumë

45%

Deri diku

24%

Jo shumë

18%

Aspak

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.

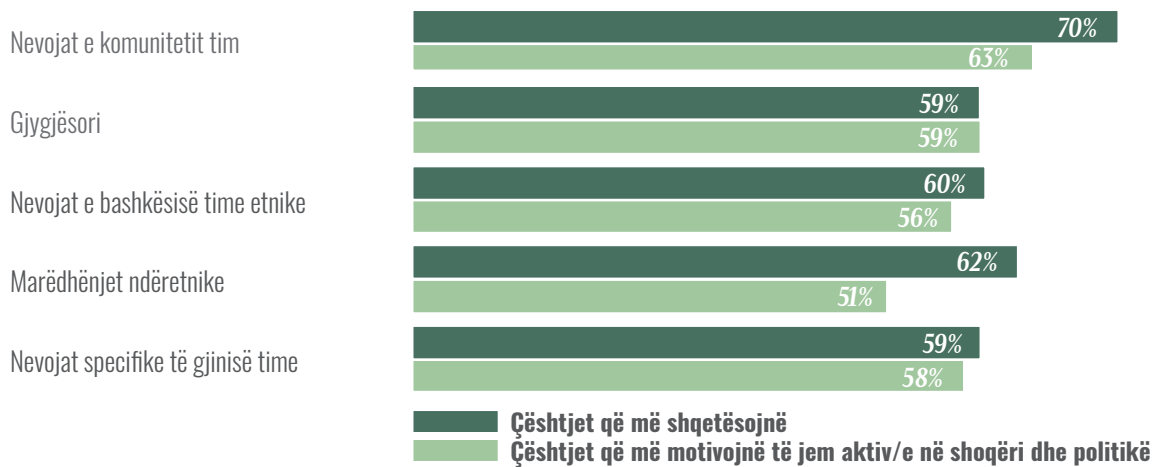
Sipas pjesëmarrësve në grupet e fokusit, pandemia KOVID-19 dhe formimi i qeverisë së re renditen në nivelin më të lartë midis çështjeve socio-politike me interes. Këto dy çështje me përparësi preken nga zhvillimet në periudhën e kryerjes së hulumtimit. Çështje të tjera shqetësuese janë situata aktuale 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 pyetëso, 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 kërket 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



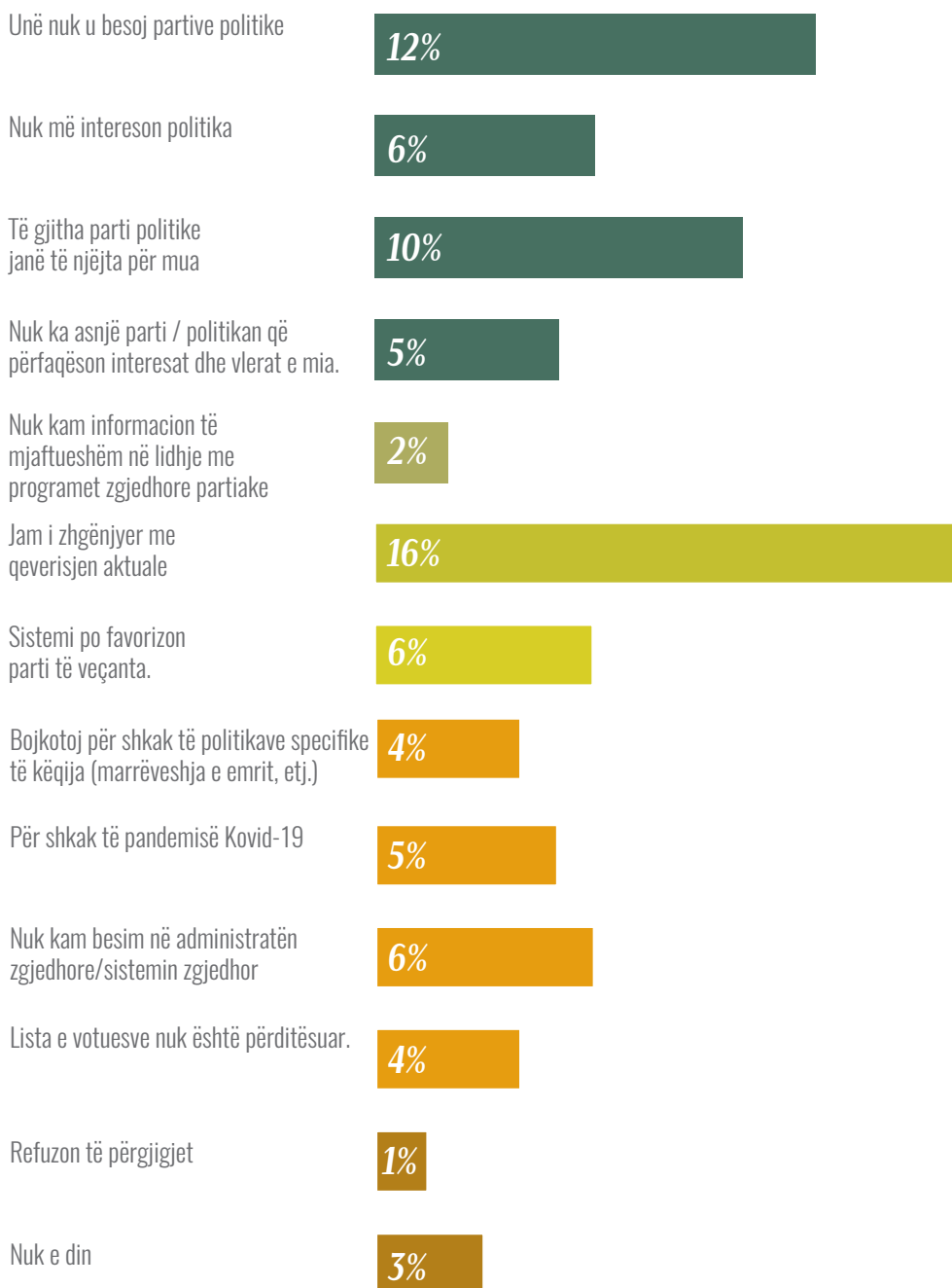
Nuk e din



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?



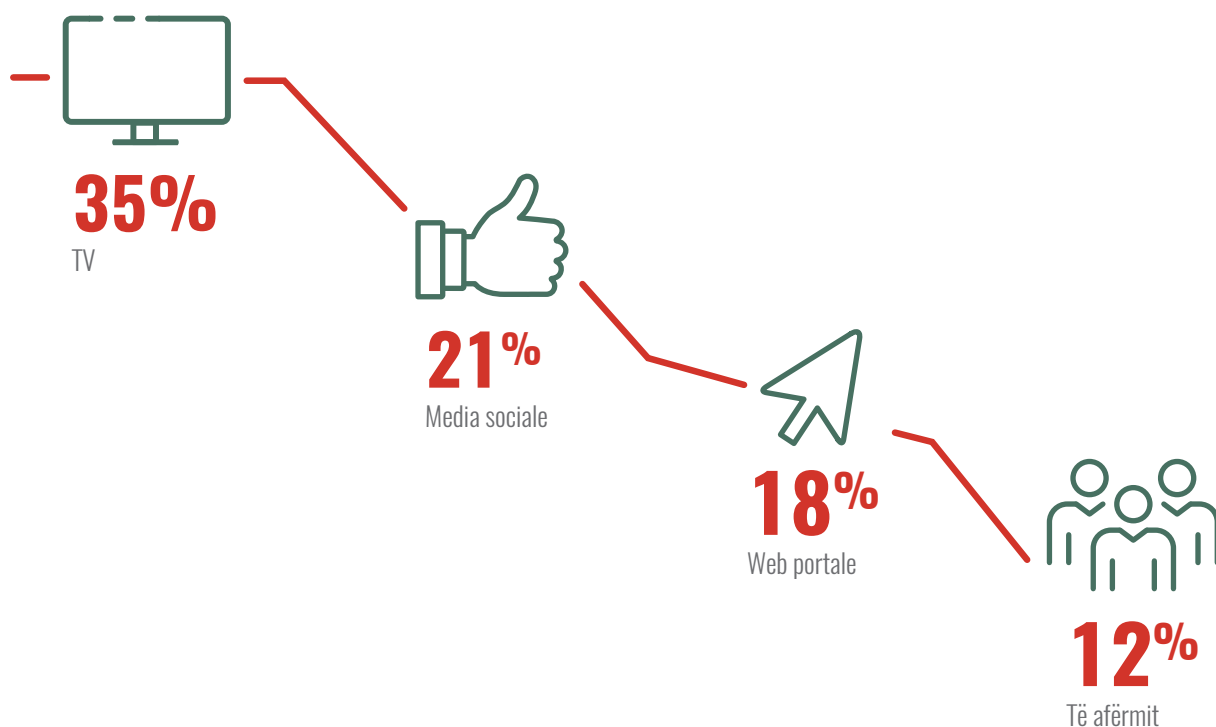
Ky grup demografik beson se imigrimi masiv i qytetarëve nga bashkësitë e largëta është provë e mjaftueshme që partitë politike nuk kanë plane dhe strategji të suksesshme zhvillimore për bashkësitë e largëta dhe zonat rurale. Ata besojnë se fokusi i partive politike është kryesisht në zonat urbane dhe 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.