

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

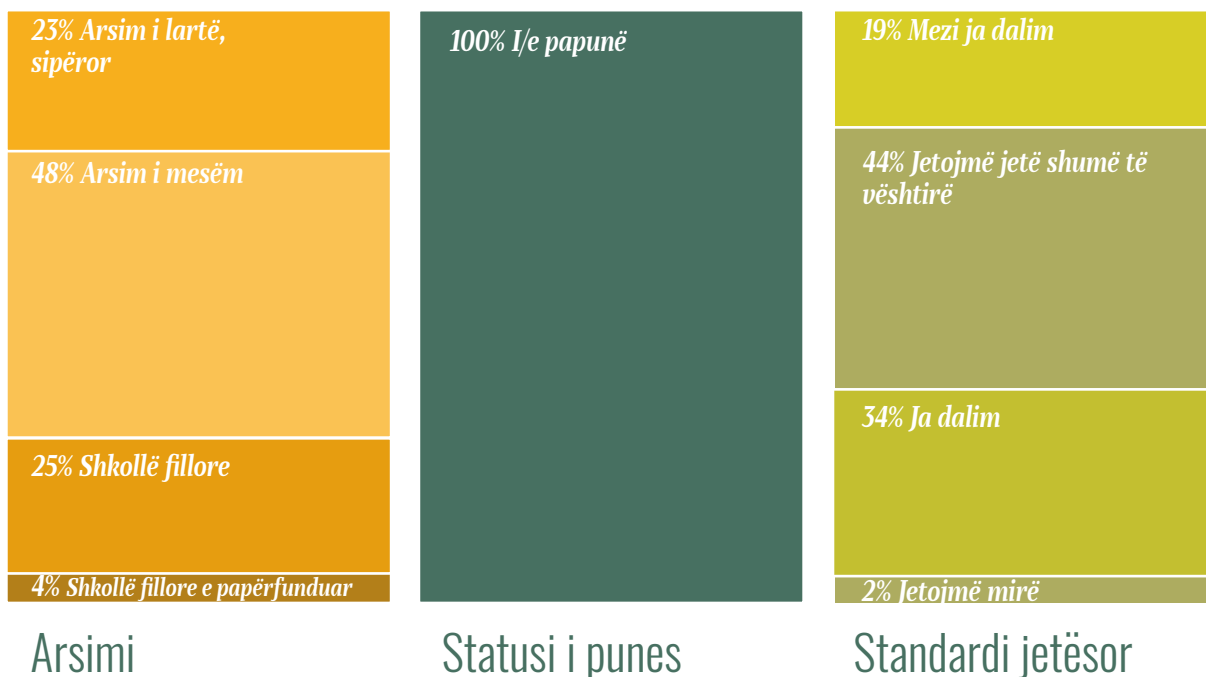
Një total prej 99 personash kronikisht të papunë morën pjesë në sondazhin sasior ballë për ballë.

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

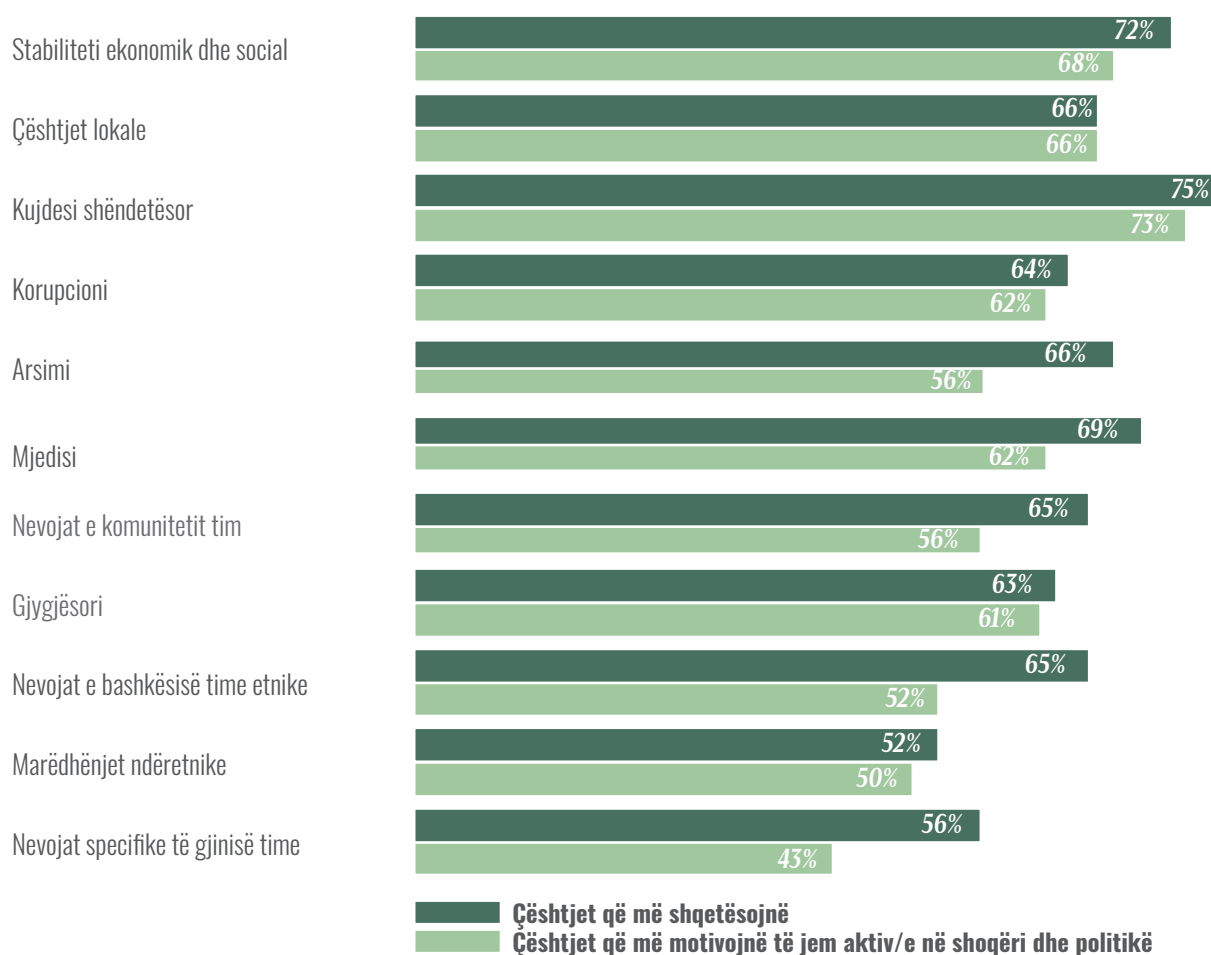
Krahasuar me popullatën e përgjithshme, personat e papunë në mënyrë kronike duken më pak të interesuar për zhvillimet socio-politike dhe më rrallë diskutojnë këto çështje me njerëz të tjerë. Studimi tregon se 43% e të anketuarve në sondazh janë “shumë” ose “disi të interesuar” në çështjet e zhvillimit 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?

Të rinjë



Njerëzit familjarë



Përfaqësuesit e komunitetit lokal



Ka më shumë



Nuk ka ndikim



Ka më pak gjasa



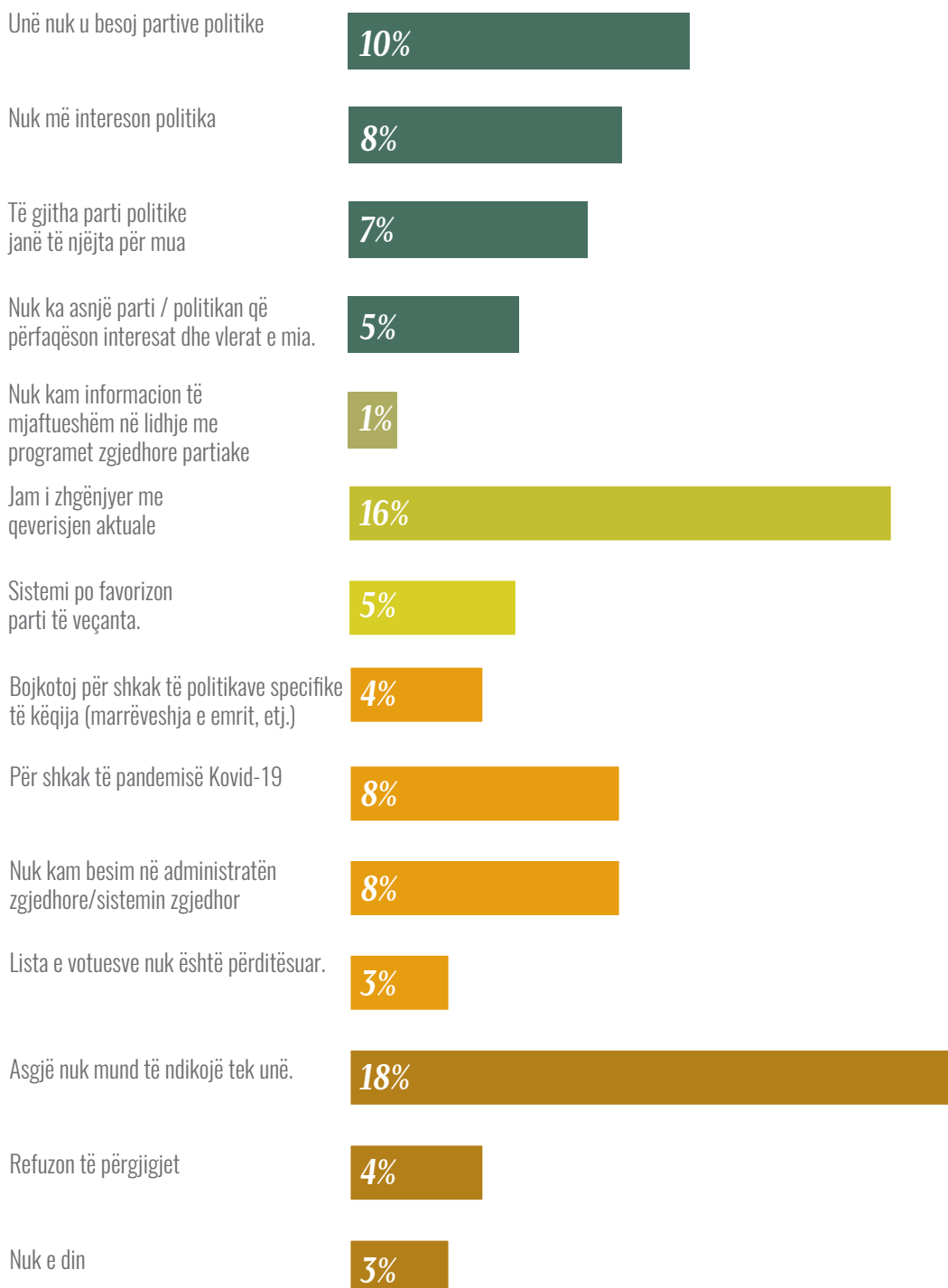
Nuk e din



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.

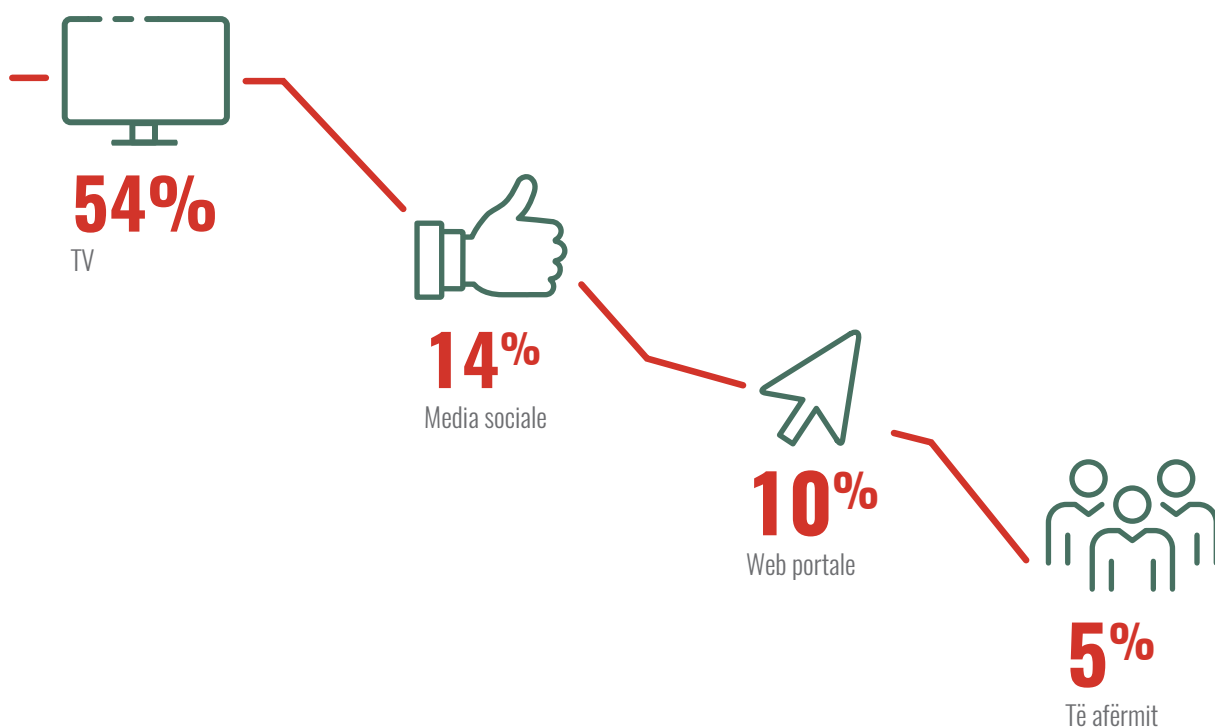
KOMUNIKIM ME KANDIDATËT DHE PARTITË

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 gënjeshtria 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 nënpërfaqësuar**, 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 ndërjegjësohen 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).