



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 dëgjohej. Disa njerëz drejtojnë shoqërinë dhe të rinjtë nuk perceptohen si të rëndësishëm. ”
Femër, 18, Shkup

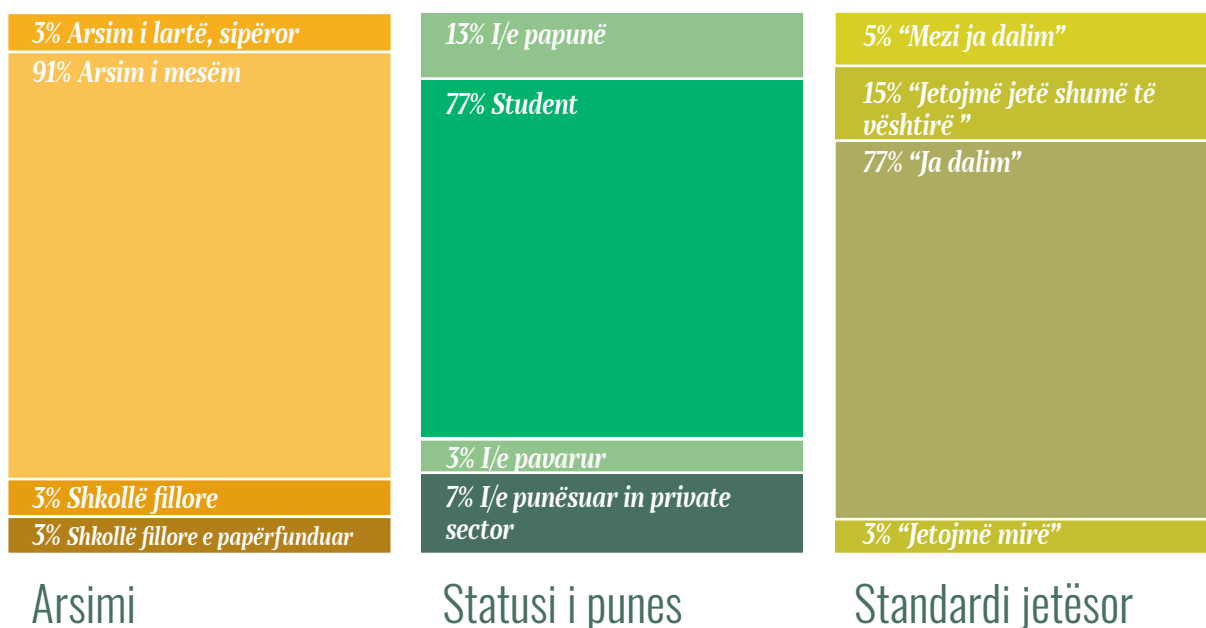
Votuesit për herë të parë - përkufizimi dhe madhësia

“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

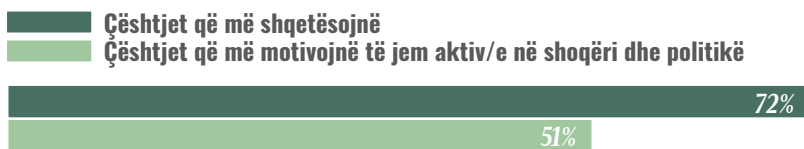
46%

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



Mjedisi



Nevojat e komunitetit tim



Stabiliteti ekonomik dhe social



Nevojat specifike të gjinisë time



Çështjet lokale



Gjygjësori



Nevojat e bashkësisë time etnike



Korupcioni



Marëdhënjet ndëretnike



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 në 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 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.

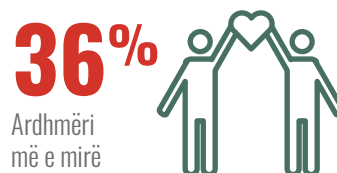
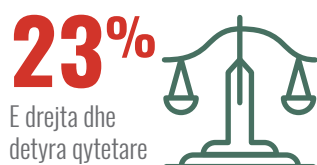
Sidoqoftë, entuziazmi për votim, vendimmarrje dhe pjesëmarrje aktive në politikë bërje nuk është i lartë. Të anketuarit treguan indiferencë, përfshirë besimin se vota e qytetarit nuk ka një ndikim të rëndësishëm dhe se rezultatet e zgjedhjeve nuk reflektojnë vullnetin e njerëzve. Të anketuarit tregojnë 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

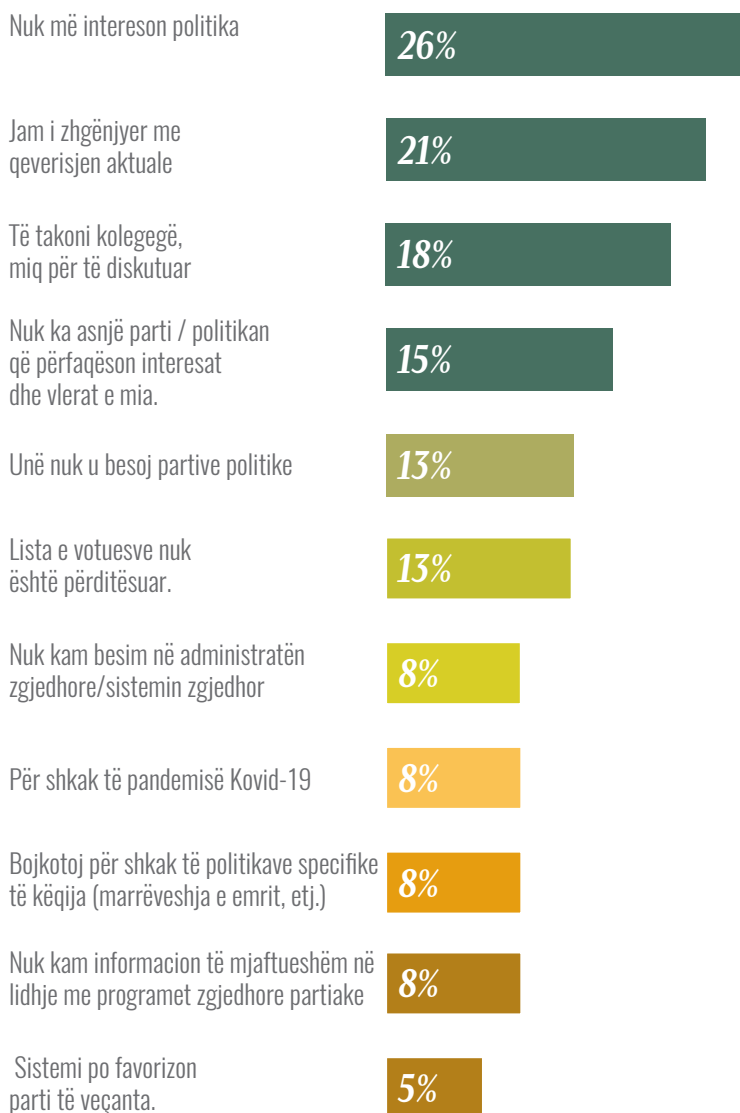
Fokus grupet i konfirmojnë këto gjetje.

“ 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

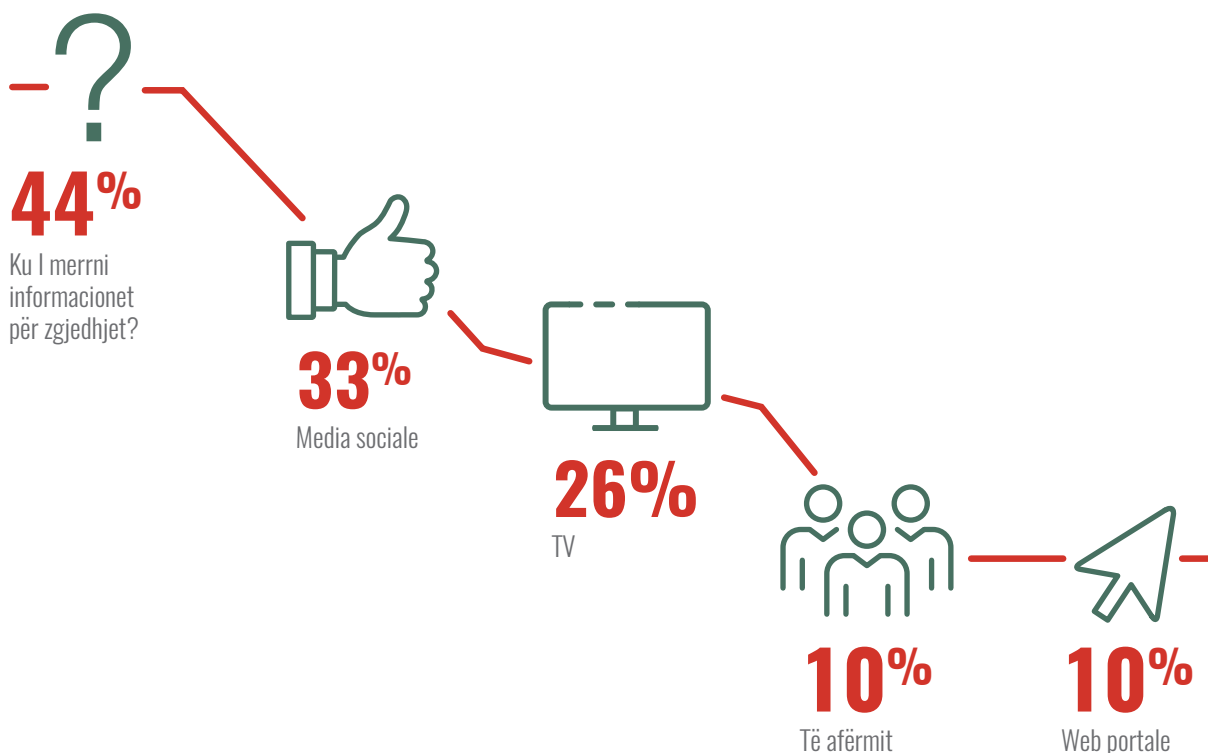
Mediat sociale (33%), TV (26%), portalet në internet (10%), miqtë dhe anëtarët e familjes (10%) janë burimet mbizotëruese të informacionit zgjedhor.

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 - arsimi, shëndetësia 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.