



**SUPPORT TO  
ELECTORAL REFORMS**

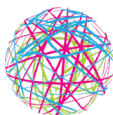
ПОДДРШКА НА ИЗБОРНИ РЕФОРМИ  
МВЭСНТЕТЈЕ Е РЕФОРМАВЕ ЗГЈЕДНОРЕ

# 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.

# 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 hulumtimet 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)<sup>3</sup>. 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.

---

<sup>3</sup> [https://www.stat.gov.mk/Default\\_en.aspx](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 TIM<sup>4</sup>.

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

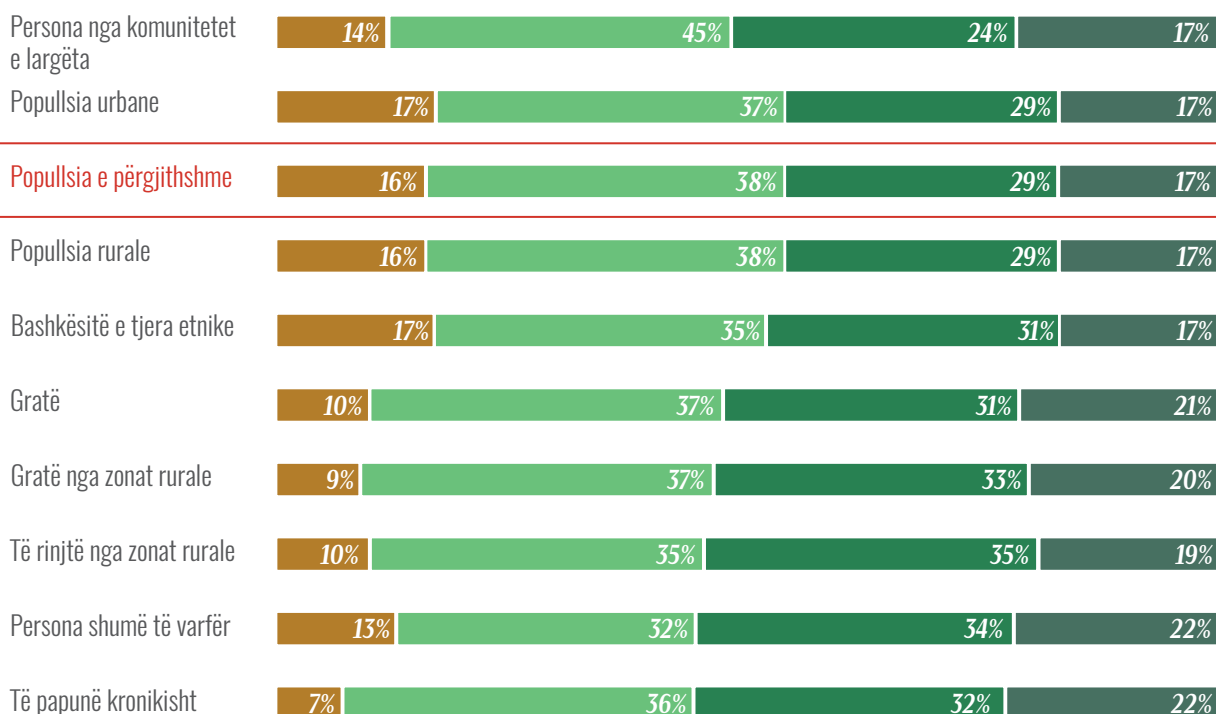
## Interesi për zhvillimet socio-politike në vend

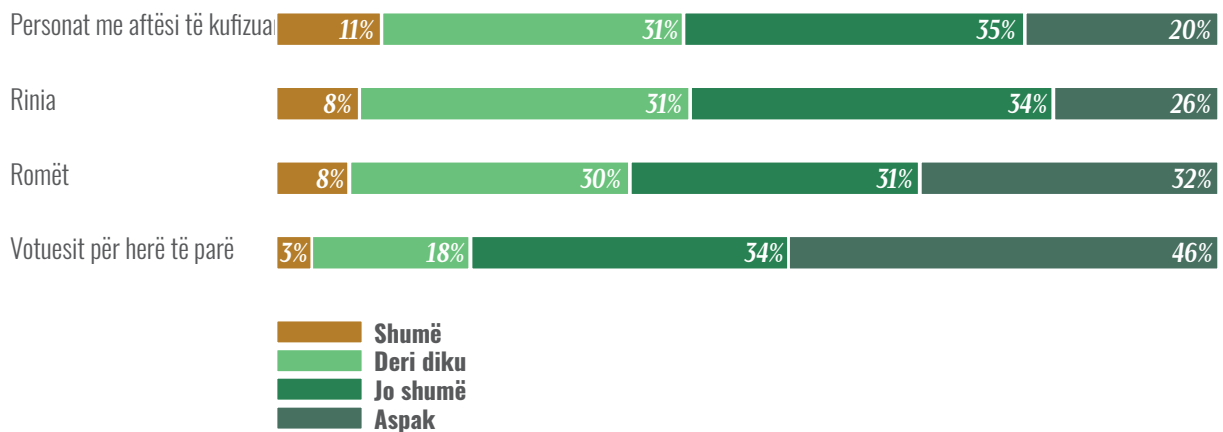
Pak më shumë se gjysma e popullsisë së përgjithshme (54%) janë “shumë” ose “disi të interesuar” për zhvillimet aktuale socio-politike në vend dhe botë, ndërsa pothuajse se gjysma e qytetarëve (46%) “nuk janë aspak” ose “jo shumë i interesuar”.

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.

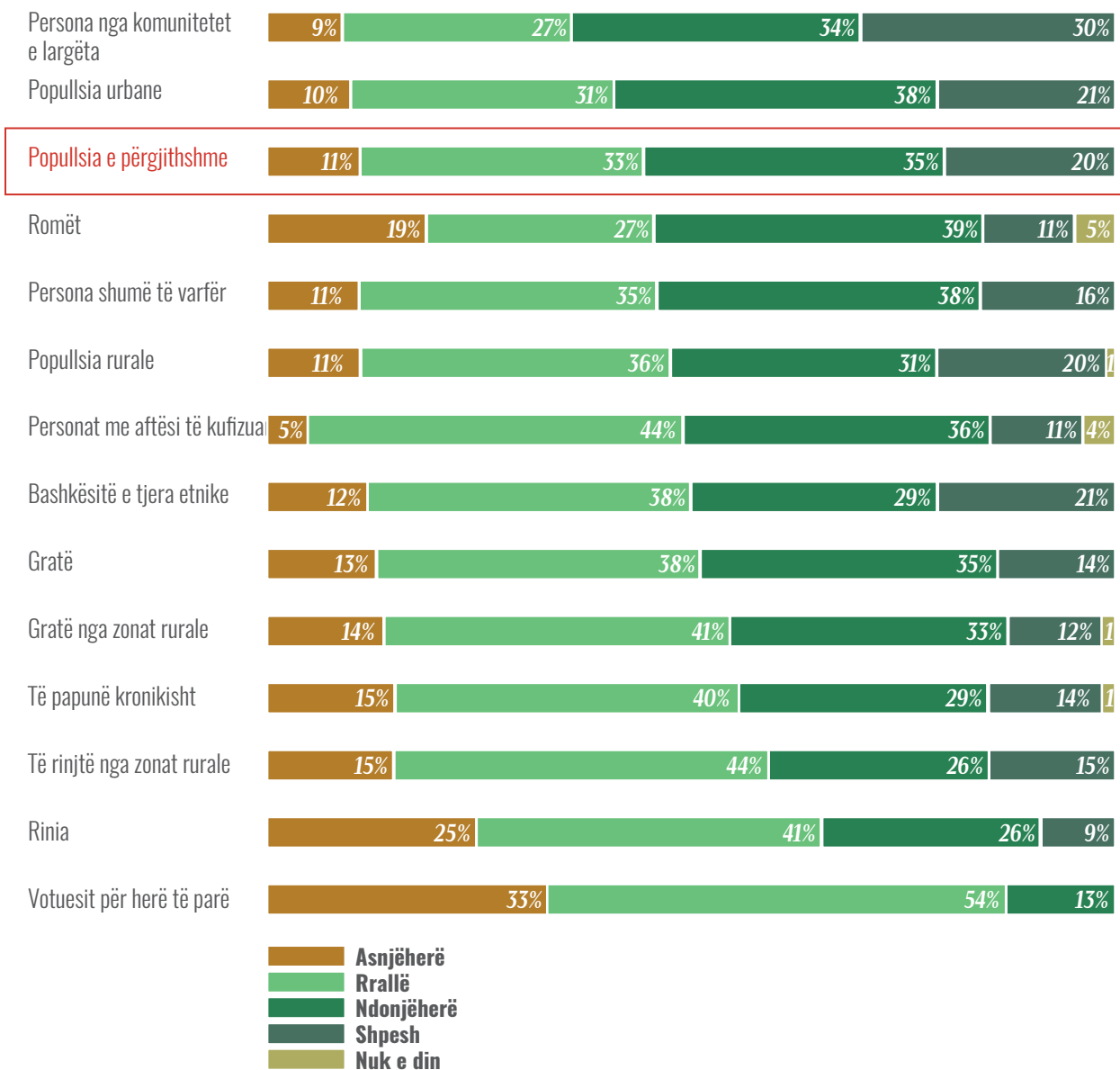
**Njerëzit që jetojnë në vendbanimet rurale dhe në komunitetet e largëta** po ballafaqohen me qasjen në shërbime si: kujdesi shëndetësor, uji i pastër, energjia elektrike, sistemi i kanalizimeve dhe rrugët. Ndërsa njerëzit në vendbanimet urbane janë të shqetësuar për ndotjen e ajrit në qytete, urbanizimin 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?*



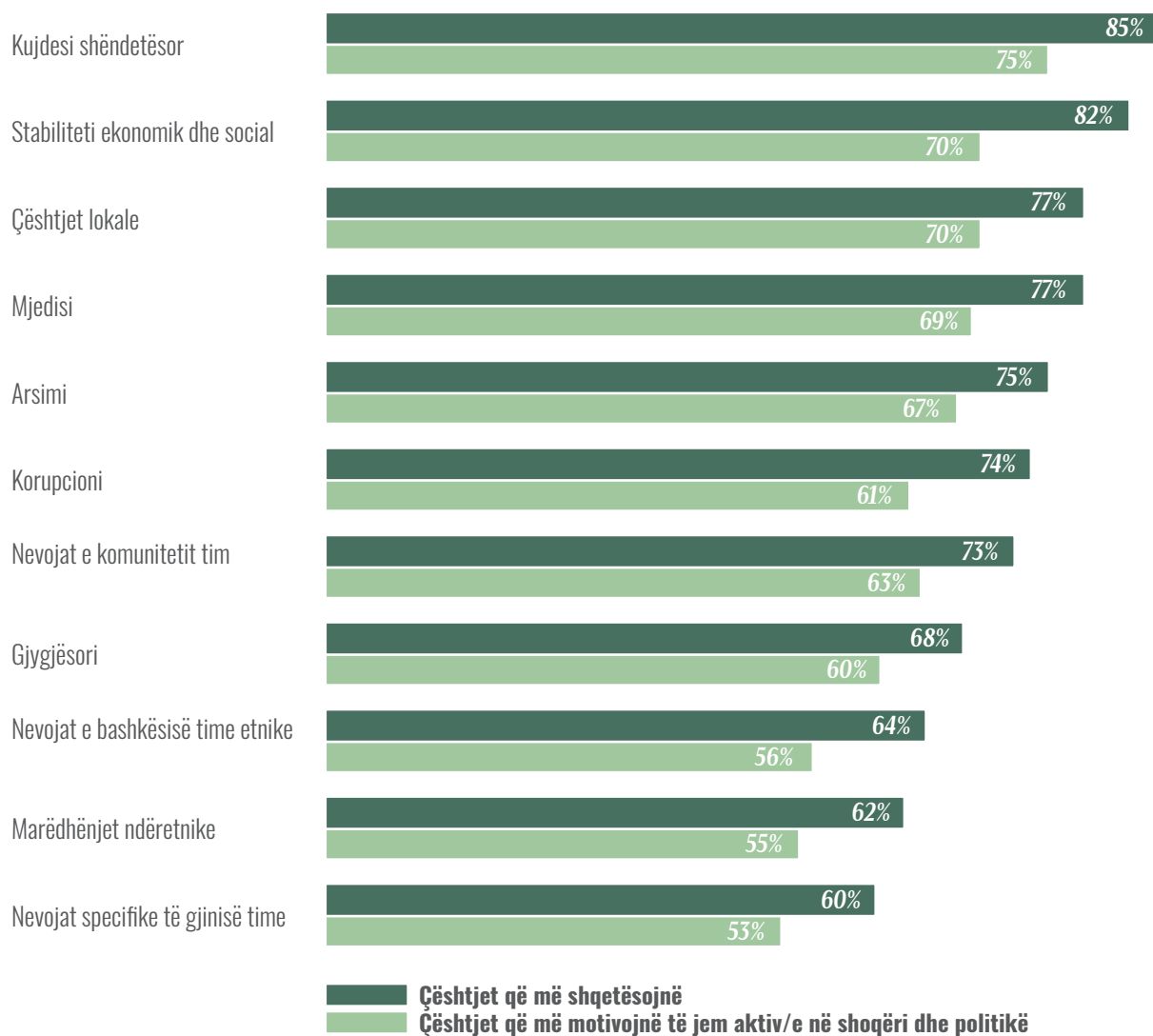
Më shumë se gjysma (55%) e popullsisë së përgjithshme ndonjëherë ose shpesh diskutojnë rreth zhvillimeve aktuale socio-politike në vend, ndërsa 44% rrallë ose kurrë nuk e bëjnë këtë.

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.

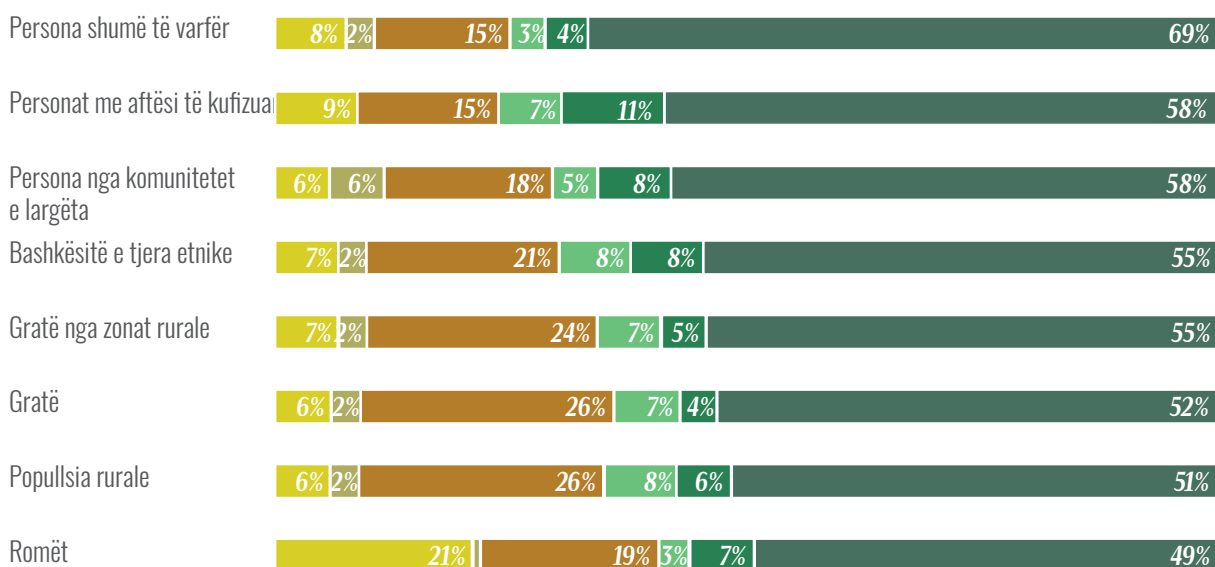
Pothuajse gjysma e popullatës së përgjithshme (49%) kanë treguar se burimi kryesor i informacionit është televizioni.

TV 49%

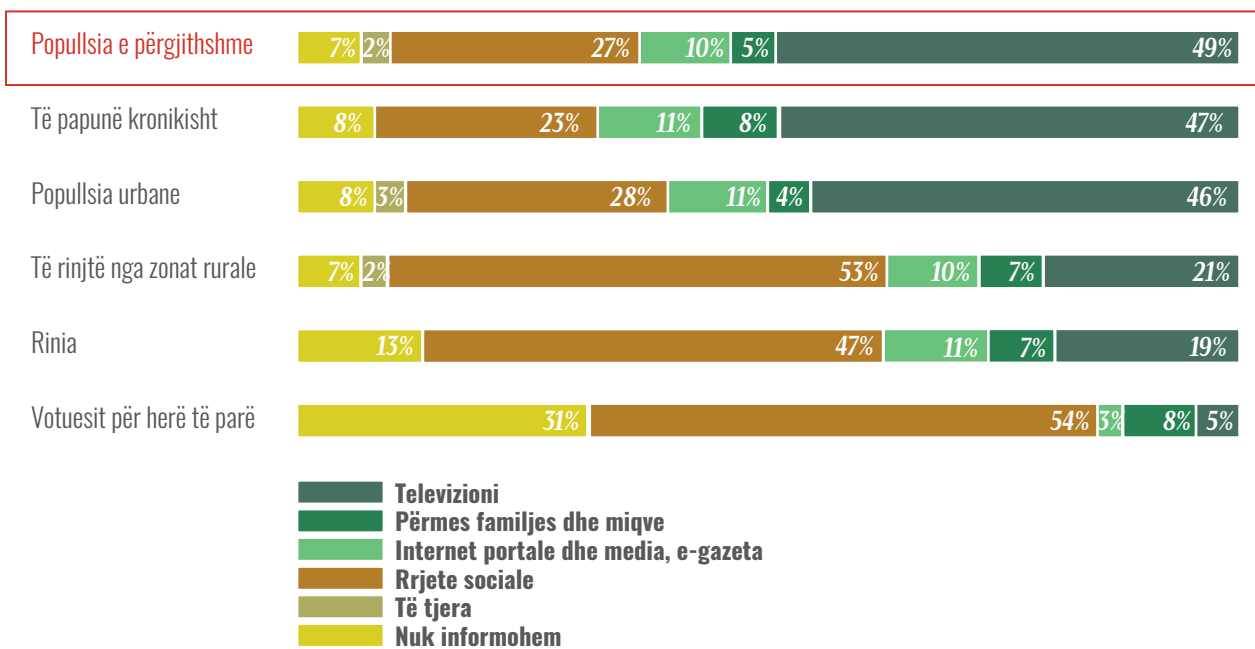
Analiza socio-demografike tregon se televizioni është burimi më i zakonshëm i informacionit nga të anketuarit më të moshuar, mbi 65 vjeç (87%), dhe më pak i përdorur nga të rinjtë, të moshës deri në 24 vjeç (20%). Ata me arsim të ulët priren të informohen përmes televizorit më shumë (70%) sesa ata me 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.

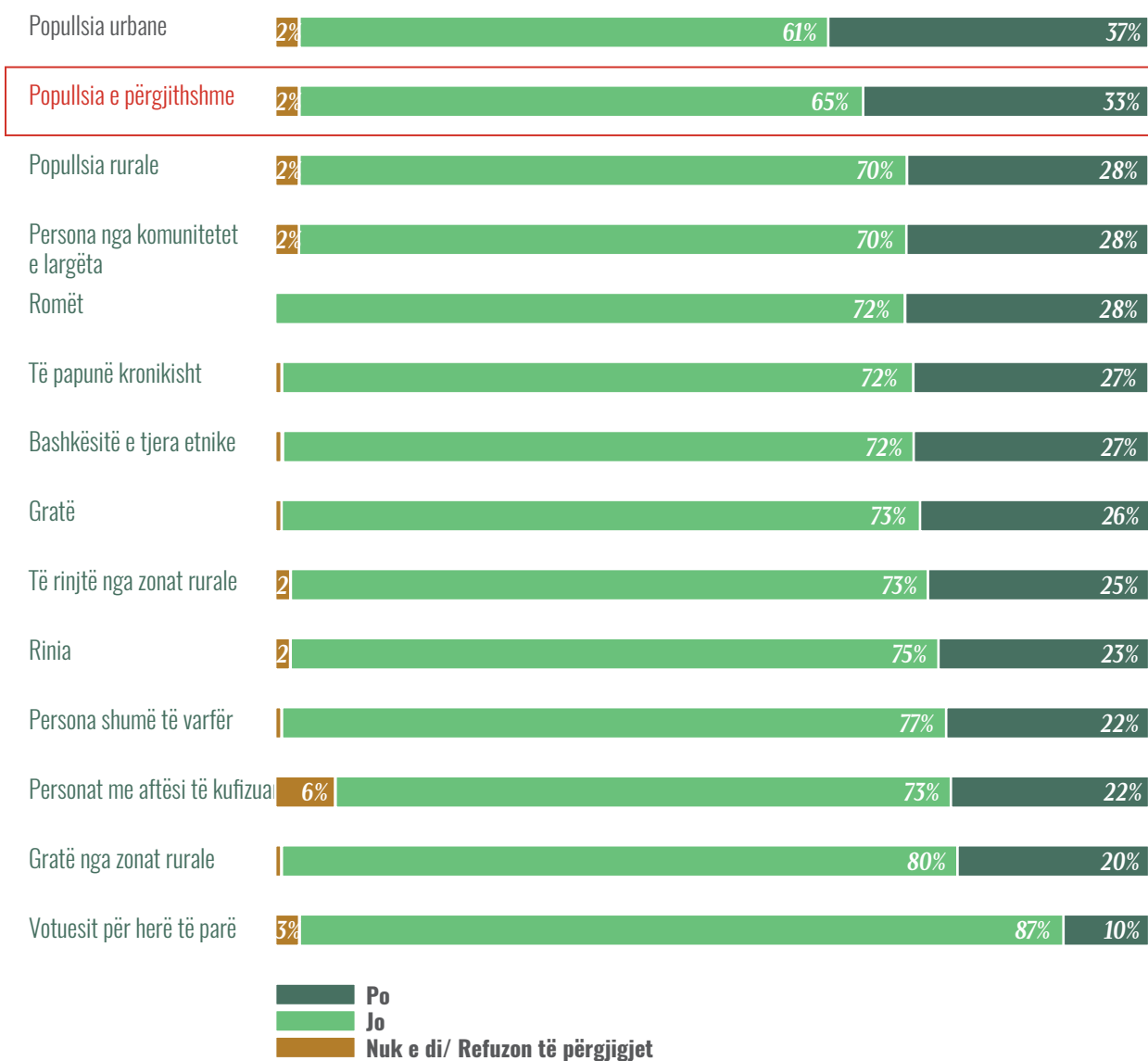
Prandaj, ekziston një tendencë e ndjekjes së informacionit nga disa media të ndryshme për ta krahasuar dhe për të formuar mendimin e tyre.

## 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.

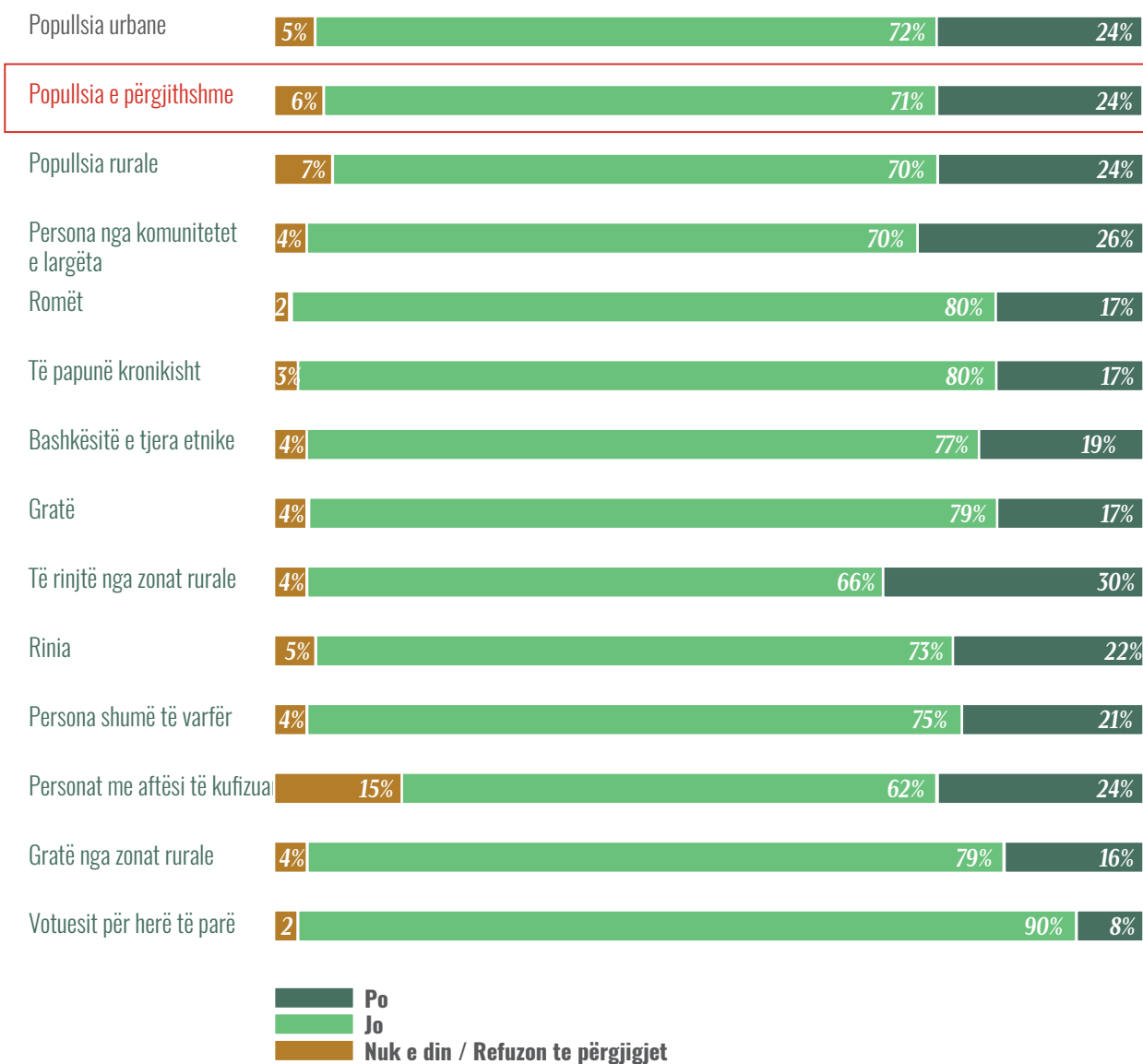
**A keni qenë i/e përfshirë në ndonjë ngjarje, aktivitet ose proces që mund të ketë ndikuar në ndryshime në komunitet ose në vendin ku jetoni?**



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%).

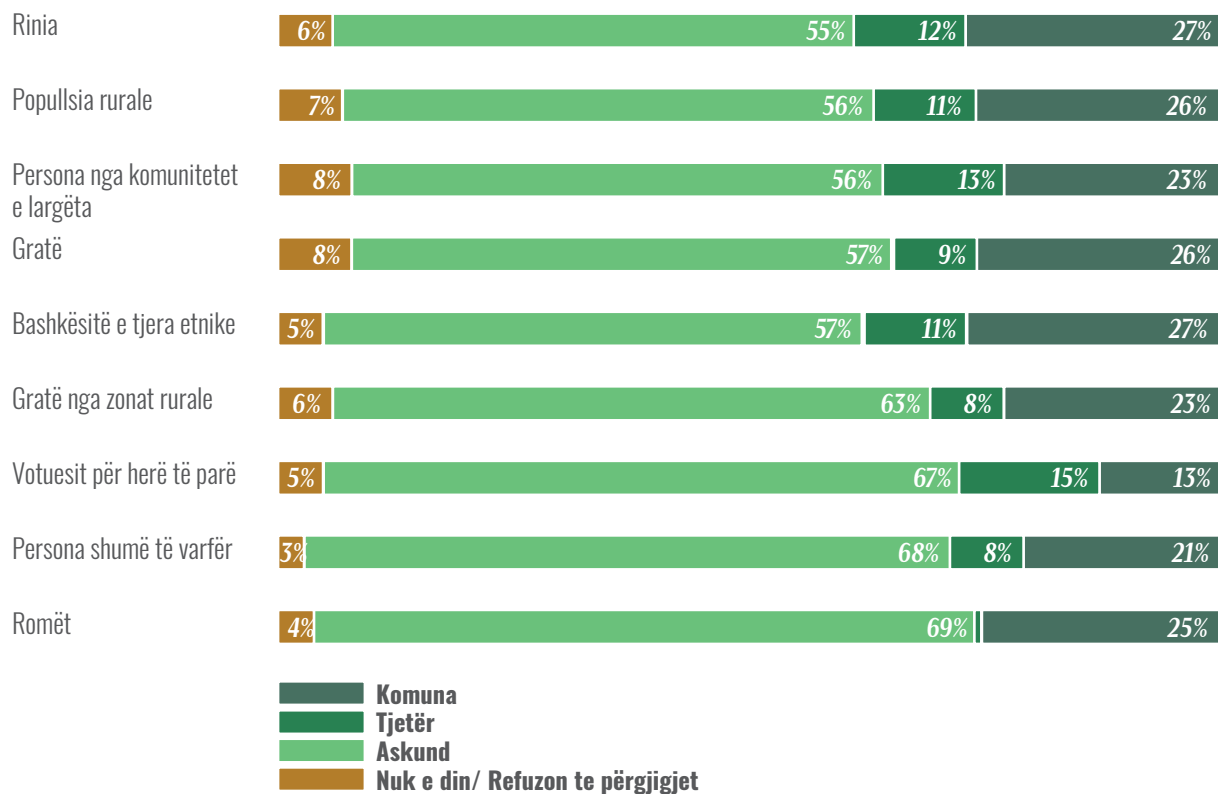
### ***Ku mendoni se mund të keni ndikimin më të madh si qytetar?***

Të rinjtë nga zonat rurale **4%** **48%** **19%** **29%**

Popullsia urbane **8%** **50%** **13%** **29%**

Personat me aftësi të kufizuara **15%** **51%** **7%** **27%**

**Popullsia e përgjithshme** **7%** **53%** **12%** **28%**



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 fletushkë



**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”, “gënjeshtër”, “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

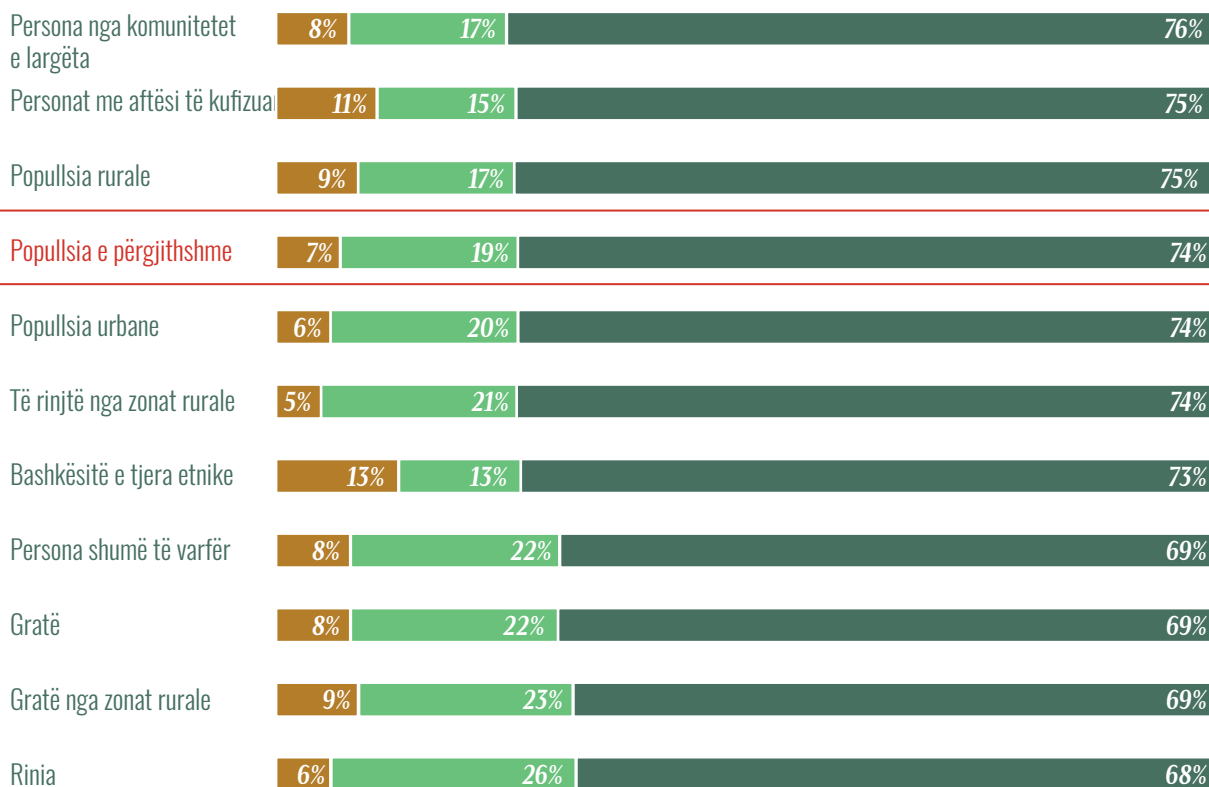
- ♦ “ngecje”, “pa ndryshime, të njëjtët njerëz”

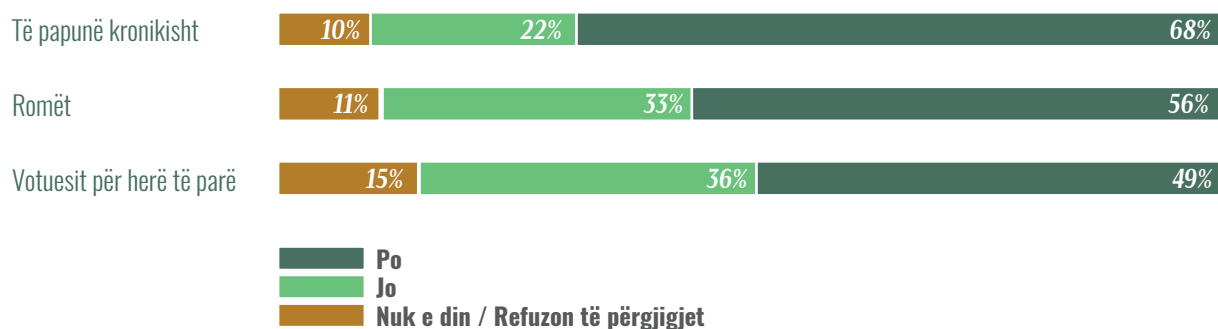
Gjetjet e grupit të fokusit tregojnë se një pjesë e pjesëmarrësve besojnë se dita e zgjedhjeve kalon në mënyrë paqësore, pa parregullsi të konsiderueshme, krahasuar me zgjedhjet e vitit 2000 të cilat u dëmtuan nga incidentet, zjarret me armë, dhe thyerja dhe mbushja e kutive të votimit. Megjithatë, ata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

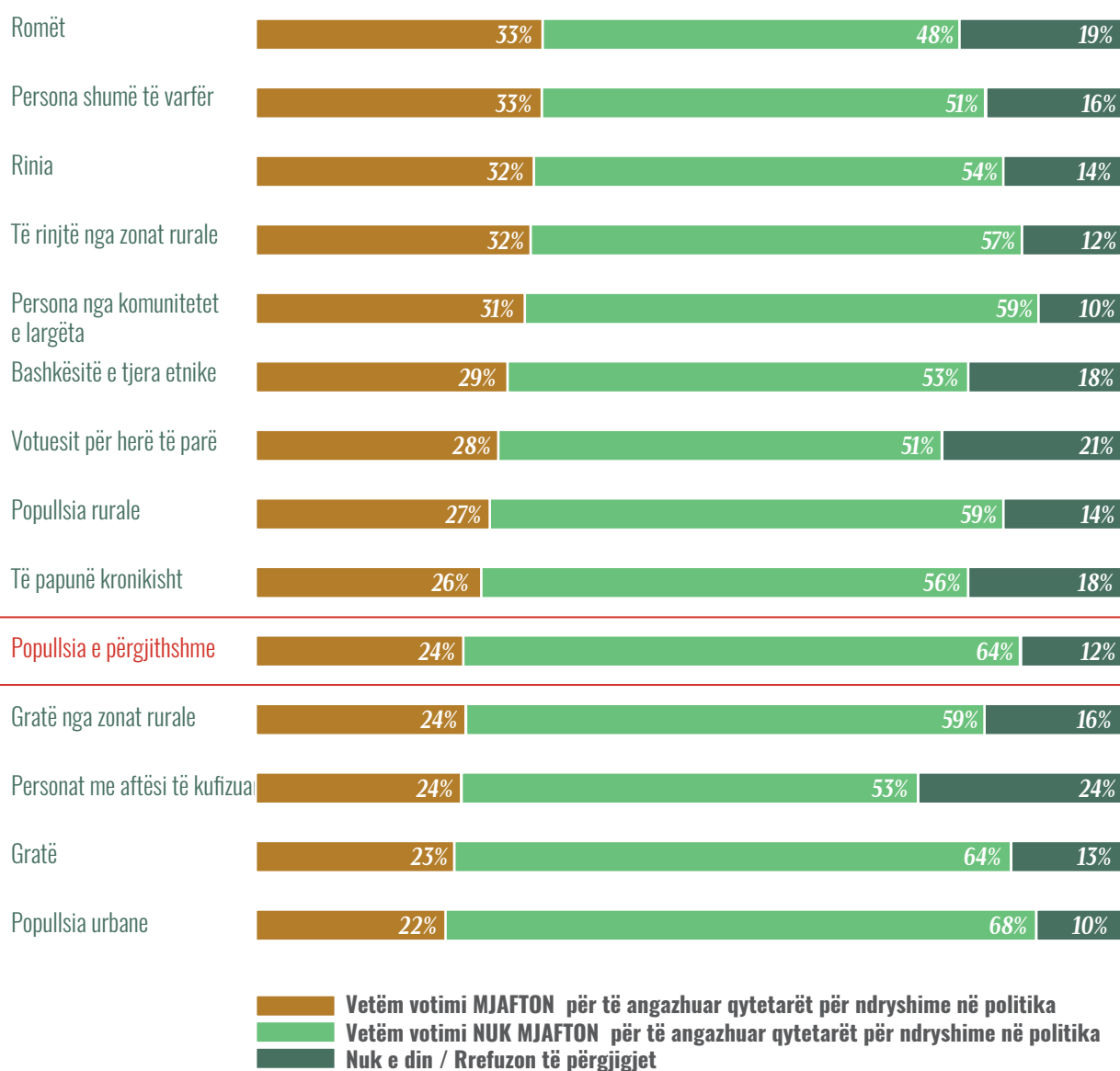




Krahasimi midis grupeve të ndryshme tregon se votuesit për herë të parë dhe romët janë më skeptikët për efektet e votimit, ndërsa njerëzit që jetojnë në komunitete të largëta, personat me aftësi të kufizuara dhe popullsia rurale janë më pak skeptik.

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.

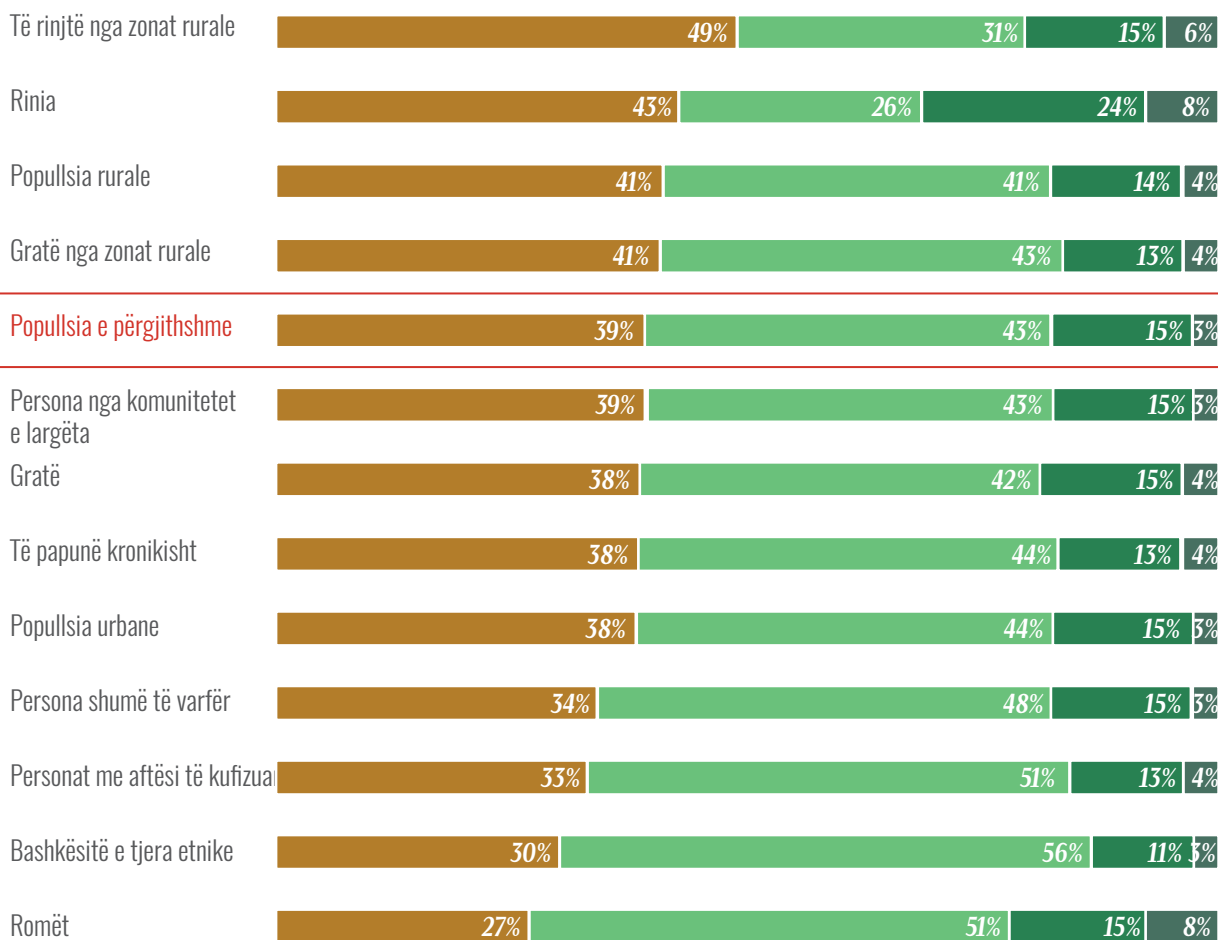
Qytetarët e moshuar (87%), ata me arsim të lartë (82%), punonjësit e sektorit publik (91%) dhe qytetarët në pension (85%) janë votuesit më të rregullt gjatë cikleve të ndryshmeve zgjedhore.

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?

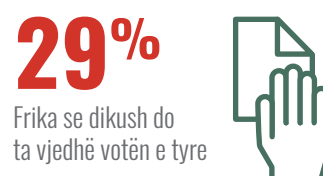
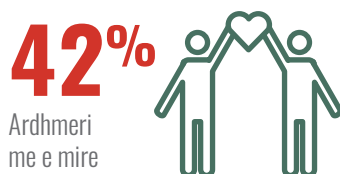
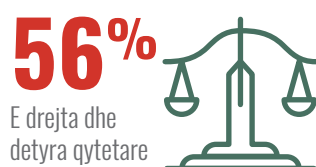


**Gjithmonë votoj për të njëjtën parti politike**  
**Kam votuar për parti të ndryshme politike**  
**Refuzon të përgjigjet**  
**Nuk e din**

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%).

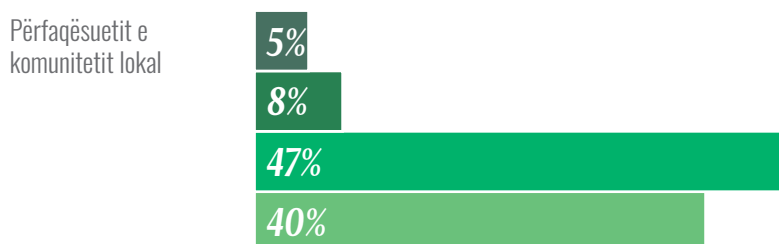
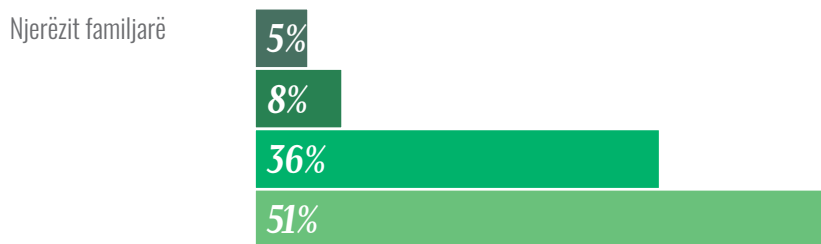


Faktorët që ndikojnë pozitivisht në pjesëmarrjen e qytetarëve janë të njëjtë për të gjitha grupet demografike. Nga këto, perceptimi se votimi si e drejtë dhe detyrë qytetare tenton të jetë faktori më i rëndësishëm për të gjitha grupet, me përjashtim të votuesve për herë të parë që priren të votojnë për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



Të rinjë



Gra



Ka më shumë

Nuk ka ndikim

Ka më pak gjasa

Nuk e din

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?*

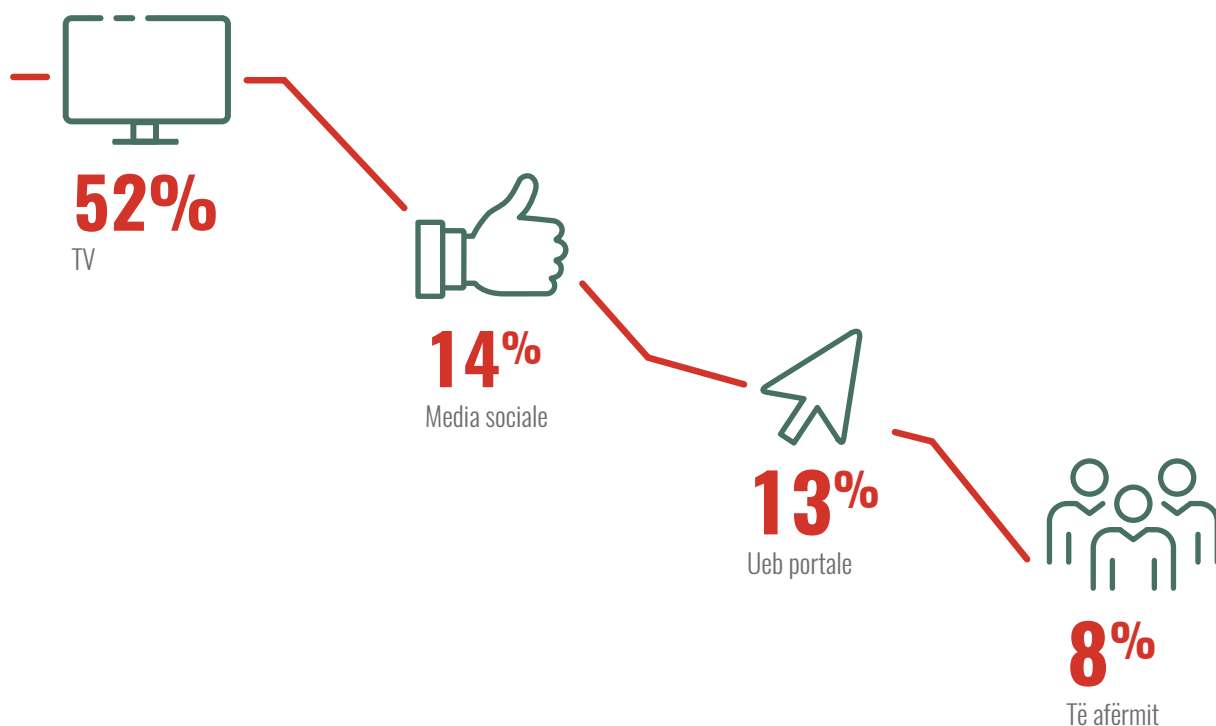


Grupe të ndryshme demografike (popullsia urbane, të rinj, gra) tregojnë se një numër në rritje i qytetarëve vendosin të mos votojnë për shkak të pakënaqësisë me partitë politike në vend. Përkundër mendimit mbizotërues se votimi është një detyrë qytetare, gjetjet e fokus grupeve tregojnë se shumë grupe 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 identifikuara, 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.
- ♦ Influenserët 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.