



**SUPPORT TO
ELECTORAL REFORMS**

ПОДДРШКА НА ИЗБОРНИ РЕФОРМИ
MBËSHËTETJE E REFORMAVE ZGJEDHORE

Влијанието на демографските фактори врз учеството на граѓаните во јавниот живот и едукацијата на гласачите во Северна Македонија



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.

Овој извештај е дел од проектот „Поддршка на изборни реформи“ на Швајцарската амбаса/Швајцарската агенција за развој и соработка (СДЦ), имплементиран од ИФЕС и НМСМ. Искажаниите ставови, мислења и содржини не ги описуваат ставовите и мислењата на донаторот, проектот или имплементаторите.

Вовед

Извештајот за влијанието на демографските фактори врз учеството на граѓаните во јавниот живот и едукацијата на гласачите во Северна Македонија е резултат на опсежно истражување врз основа на докази кое обезбедува податоци за испитаниците и дава увид во приоритетите на гласачите, ограничувањата и мотивациските фактори за 13 демографски профили на гласачи.

Извештајот содржи опсежни препораки за секој анализиран демографски профил што се однесуваат на модалитетите на граѓанското образование, подигнување на свеста за важноста на изборниот процес, изборот на медиуми, алатки и канали за комуникација и видот на пораките што се пренесуваат.

Наодите и препораките од истражувањето имаат за цел да придонесат кон подобрување на ефективностa и ефикасноста на кампањите за едукација на гласачите. Сите засегнати страни кои спроведуваат активности за граѓанско образование и едукација на гласачите можат да се повикаат на истите и со тоа да обезбедат алтернативни модалитети за ангажирање на гласачите.

Извештајот е изработен од ТИМ Институт¹ заедно со Институтот за општествени и хуманистички науки² и претставува дел од Проектот „Поддршка на изборните реформи во Северна Македонија“ на Швајцарската агенција за развој и соработка (СДЦ), што се имплементира од Меѓународната фондација за Изборни системи (ИФЕС) и нејзиниот партнер, Националниот младински совет на Македонија (НМСМ).

Главната цел на проектот е да ги поддржи демократските и кредибилни изборни процеси што го олеснуваат политичкото учество и социјалната интеграција, овозможувајќи им на гласачите слободно да ги избираат своите претставници и да ги повикуваат на одговорност.

Активностите на проектот се наменети да го поддржат исполнувањето на оваа цел преку постигнување на три резултати:

Резултат 1: Зајакнатите институции спроведуваат фер и ефикасни изборни процеси.

Резултат 2: Внатрешно демократизираните политички партии презентираат политики и изборни програми ориентирани кон граѓаните.

Резултат 3: Граѓаните бараат одговорност од политичките партии и избраните претставници.

Корисници на проектот се органите за управување со избори на сите нивоа, владините институции како Министерството за информатичко општество и администрација, Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, Државниот завод за статистика, Народниот правобранител, Државниот завод за ревизија, Министерството за внатрешни работи, Министерството за правда, политичките партии, невладини организации, гласачите и граѓаните воопшто.

¹ <http://www.timinstitut.mk>

² <http://www.isshs.edu.mk/>

ОПШТ ПРЕГЛЕД

Квантитативната анкета лице в лице беше спроведена на национален репрезентативен примерок од 1209 испитаници (на возраст над 18 години), со просечна маргина на грешка од +2,81 постотни поени на 95% ниво на доверба. Маргината на грешка е поголема кај подгрупите на испитаници.

Методологија

Опсежното демографско истражување опфаќа квантитативна анкета лице в лице и квалитативно истражување и беше спроведено во периодот од 30 јули до 31 август 2020 година.

Примерокот е дизајниран точно да ги одразува демографските карактеристики на земјата, со репрезентативна дистрибуција во демографските групи и региони (според последниот попис и проценките на Државниот завод за статистика)³. Истиот беше дистрибуиран пропорционално меѓу постојаните жители на домаќинствата во урбаните и руралните области од осумте статистички региони во Северна Македонија. Интервјуирани беа претставници на етничките заедници на Македонците, Албанците, Ромите, Турците и други заедници.

Покрај тоа, за да се добијат повеќе податоци и поголема точност, 9 дополнителни целни интервјуа беа одржани со граѓани од следниве девет групи:

- ♦ Жени од рурални области
- ♦ Лица што гласаат првпат (од 18- до 20 години)
- ♦ Млади од рурални области
- ♦ Многу сиромашни
- ♦ Долгорочно невработени
- ♦ Лица со попреченост
- ♦ Лица од оддалечени заедници
- ♦ Роми
- ♦ Други етнички заедници (Турци, Срби, Власи, Бошњаци и др.)

Од секоја од девет целни групи, во истражувањето беа вклучени по 32 испитаници од осум статистички региони во земјата.

Со тоа, вкупниот број на испитаници кои учествуваа во квантитативната анкета лице в лице за двата примерока изнесува 1.497 граѓани.

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

Во квалитативното истражување беа вклучени 12 фокус групи и 4 длабински интервјуа со претставници на следниве демографски групи:

- ♦ Урбано население
- ♦ Рурално население
- ♦ Жени
- ♦ Жени од рурални области
- ♦ Млади
- ♦ Млади од рурални области
- ♦ Лица што гласаат првпат
- ♦ Лица со попреченост
- ♦ Лица од оддалечени заедници
- ♦ Роми
- ♦ Други етнички заедници
- ♦ Многу сиромашни лица
- ♦ Долгорочно невработени лица

Поради пандемијата со КОВИД-19, фокус групите беа организирани онлајн, преку платформата Zoom.

Длабински интервјуа беа спроведени само со групата на многу сиромашни лица. Овој метод беше избран поради недоволниот пристап на испитаниците до интернет и технички ресурси потребни за учество во фокусната група што се одржуваше онлајн.

Податоците за истражувањето беа собрани од ТИМ Институт⁴.

Наодите за секоја демографска група се структурирани во следните секции:⁵

- ♦ **Теми на интерес**
- ♦ **Извори на информации**
- ♦ **Граѓанско учество**
- ♦ **Изборен процес**
- ♦ **Комуникација со кандидатите и партиите**
- ♦ **Баријери**
- ♦ **Препораки**

Овој извештај ги презентира единствено наодите на прашањата за кои постои статистичка значајност и оние кои се важни за читателите.

4 ТИМ Институт е член на ESOMAR, организација што ги претставува интересите на професионалците од областа на анализа на податоци и истражување на меѓународно ниво. Како член на ESOMAR, секој вработен во ТИМ Институт е должен да работи согласно кодексот на однесување на ESOMAR како и Општата регулатива за заштита на податоци на Европската унија. Секој вработен поминува низ систематска едукација за етика и обука во врска со собирање, управување и заштита на податоците.

5 Наодите од истражувањето даваат мислења и информираат за теми кои се специфични за одреден временски период. Анкетите и истражувањата можат да содржат грешки и непредвидени фактори, вклучително и грешки во примерокот, опфатот и мерењето. Поради заокружување на броевите, збирот на процентите не изнесува секогаш 100.

ТЕМИ НА ИНТЕРЕС

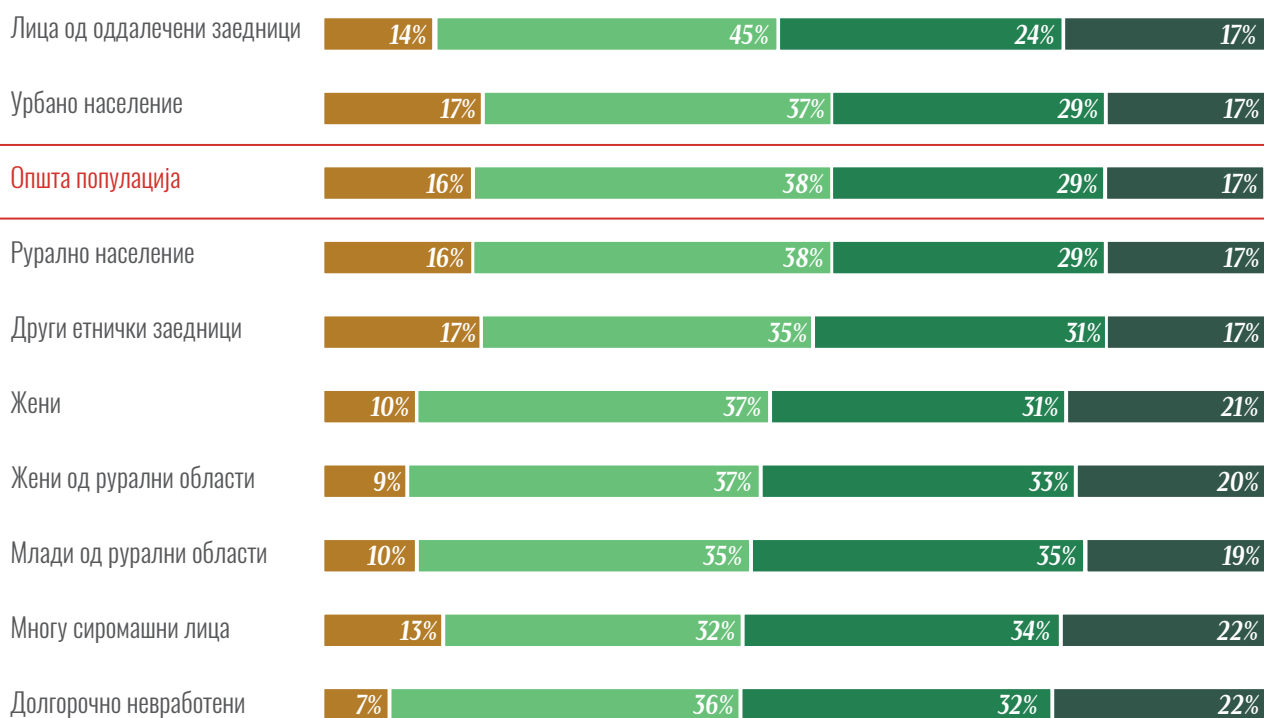
Интерес за општествено-политичките случувања во земјата

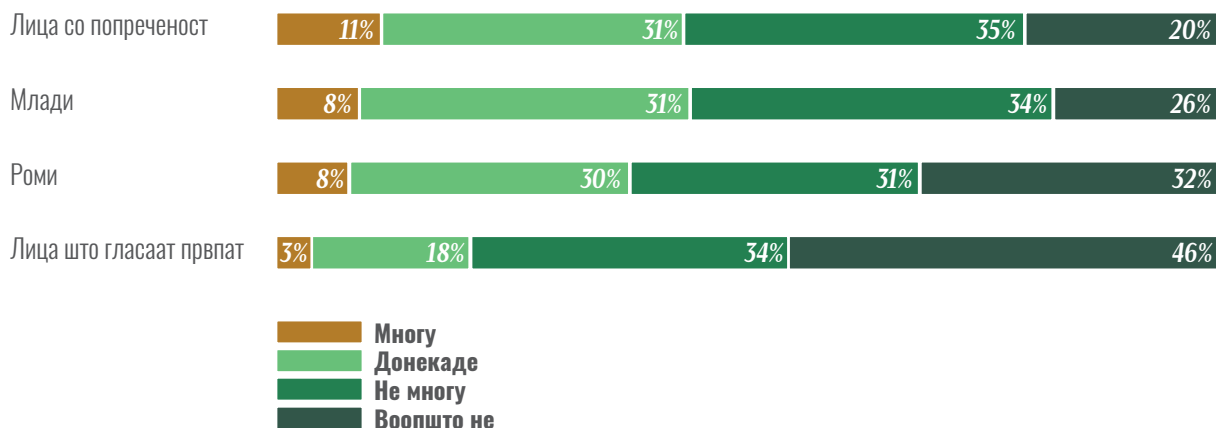
Нешто повеќе од половина од општата популација (54%) е „многу“ или „донекаде заинтересирана“ за тековните општествено-политички случувања во земјата и светот, додека речиси од половина од граѓаните (46%) „воопшто не“ или „не многу заинтересирани“.

Кај општата популација, интересот за општествено-политичките случувања е поизразен кај:

- ♦ Мажите
- ♦ Етничките Македонци
- ♦ Постарите граѓани
- ♦ Граѓаните со високо образование
- ♦ Пензионираниите лица или вработените во јавниот сектор

Колку сѐе заинтересирани за тековните општествено-политички случувања во земјата и во светот?





Во споредба со општата популација, луѓето кои живеат во урбани области и во оддалечените заедници се позаинтересирани за општествено-политичките случувања во земјата и во светот.

Ромите и лицата што гласаат првпат тврдат дека се најмалку заинтересирани за општествено-политичките случувања.

Пандемијата со КОВИД-19 и формирањето на новата влада котираат највисоко меѓу општествено-политичките прашања од интерес на сите демографски групи, кои беа под влијание на случувањата во текот на спроведување на истражувањето.

Сепак, спецификите во однос на интересот за тековните проблеми на различните демографски групи, главно се однесуваат на прашања што влијаат на квалитетот на животот и непосредната околина.

Младите се претежно заинтересирани за образованието за време на пандемијата, спортски настани, локални забавни и културни настани, како и проекти на младински организации и програми за размена на студенти.

Жените, како и младите, се заинтересирани за влијанието на КОВИД-19 врз образовниот процес, отворање градинки, невработеноста и општо за прашања од интерес на младите.

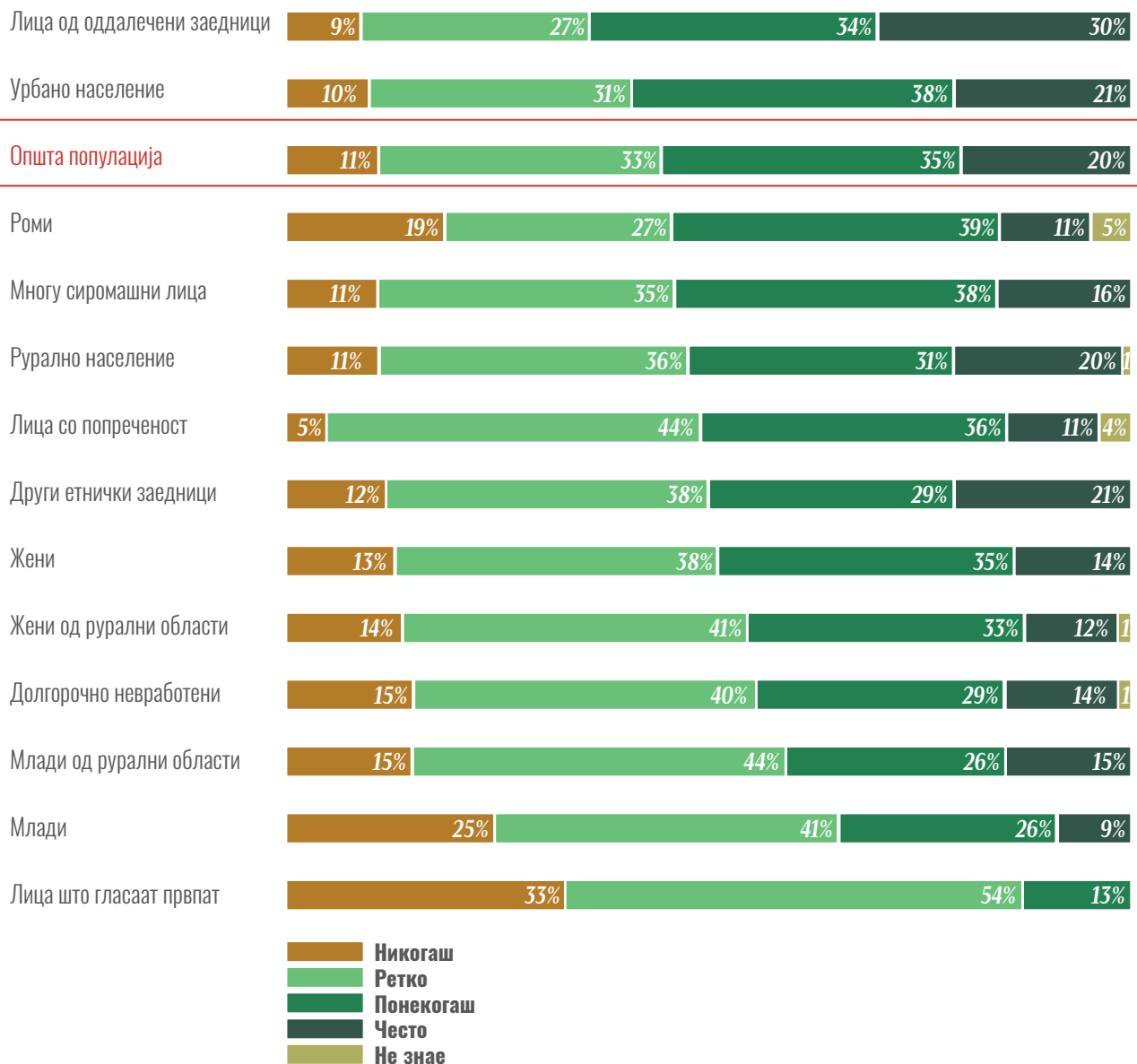
Луѓето кои живеат во рурални населби и во оддалечените заедници имаат проблем со пристап до услуги како што се: здравствена заштита, чиста вода, електрична енергија, канализациски систем и патишта, додека луѓето во урбаните населби се загрижени за загадувањето на воздухот, урбанизацијата и урбаната мафија (неправилно и незаконско урбанистичко планирање и градежни работи, главно поврзани со корупција во локалната самоуправа).

Прашањата што ги засегаат **Ромите** се поврзани со неформалните населби на Ромите, изградба на диви објекти, недостаток на лична документација, инфраструктура, водоснабдување и канализација, социјална и здравствена заштита.

Лицата со попреченост честопати се соочуваат со изолација во заедницата каде што живеат. Покрај неповолната социо-економска положба на лицата со попреченост, потребна е и социјална заштита во сите сфери на општествениот живот: здравствена заштита, образование, вработување и други области.

Слично како и другите маргинализирани и ранливи демографски групи, долгорочно невработените и многу сиромашните лица се главно загрижени „како да преживеат“. Тие наведуваат дека се помалку заинтересирани за општествено-политичките случувања бидејќи главно се заинтересирани како да го преживеат денот.

Колку често разговараат за тековните општествено-политички случувања во земјата?



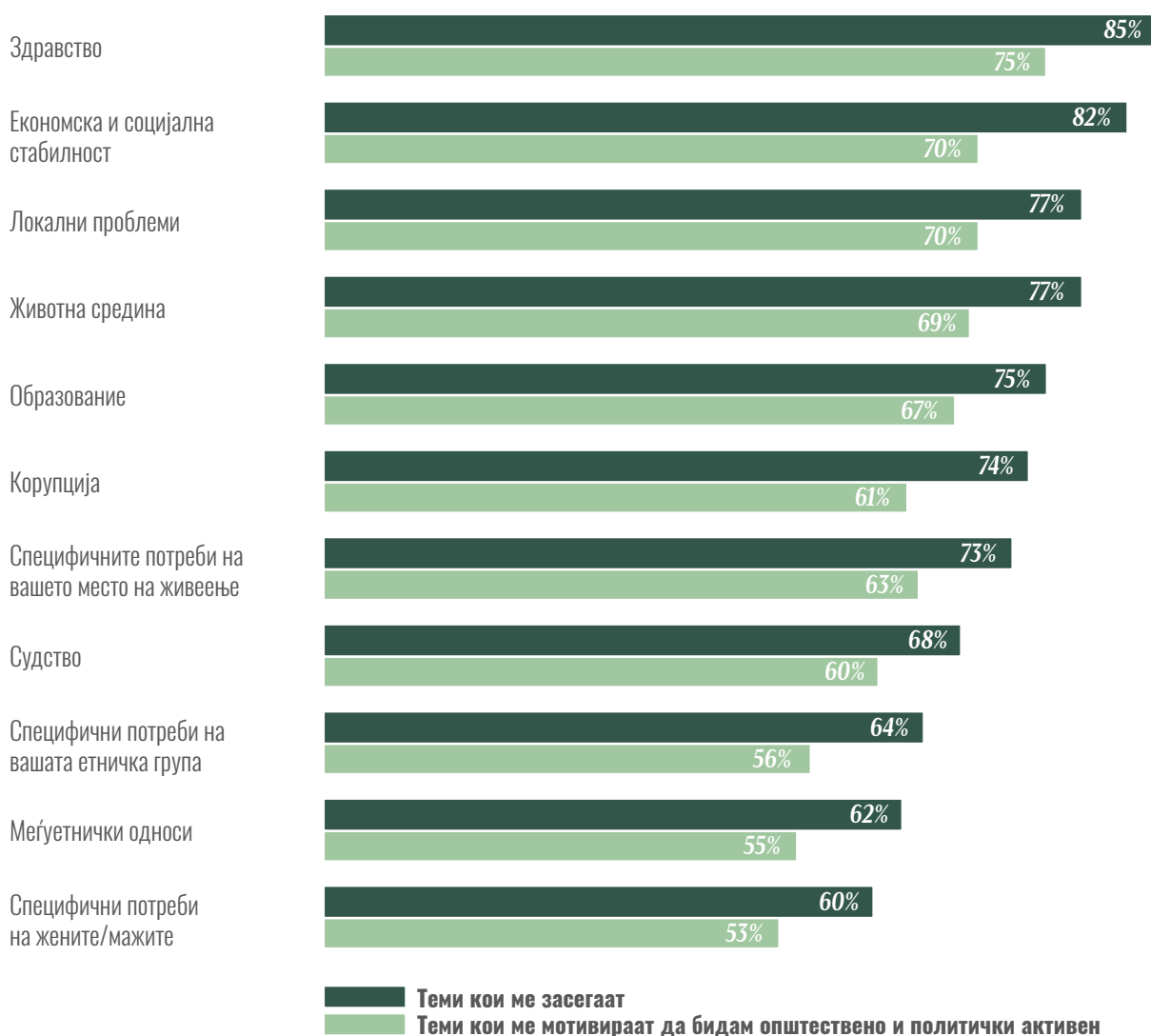
Повеќе од половина (55%) од општата популација понекогаш или често разговара за тековните општествено-политички случувања во земјата, додека 44% ретко или никогаш не разговараат.

Позаинтересирани да разговараат за овие прашања се луѓето што живеат во оддалечени заедници и урбаното население, што исто така покажува најголем интерес за општествено-политичките случувања, додека најмалку подготвени да разговарат се младите, особено оние што гласаат првпат.

Прашања од интерес

Колку ве загрижуваат следниве информации/прашања/теми?

Колку следниве прашања/теми ве мотивираат да бидете општествено и политички активни?



Здравствената заштита (85%) и економската и социјалната стабилност (82%) се најважните прашања што ги интересира општата популација што живее во земјата. Овие прашања, се сметаат за клучни мотиватори за нивното општествено и политичко активирање.

Загриженоста за повеќето од овие прашања е позабележителна кај мажите, постарите испитаници, оние со високо образование, пензионерите или вработените во јавниот сектор.

Заеднички за сите демографски групи е интересот за конкретни практични прашања што можат да го подобрат квалитетот на нивниот живот. Сите демографски групи се помалку заинтересирани за апстрактни и политички прашања, додека имаат поголем интерес за решавање на конкретни проблеми во политиката, како што се здравствената заштита, економската и социјалната стабилност, локалните проблеми, животната средина и образованието. Специфичните потреби поврзани со нивниот пол, етничката група и меѓуетничките односи се од помал интерес.

Педесет и девет проценти (59%) од жените сметаат дека специфичните потреби на нивниот род се многу или донекаде важни, во споредба со 61% од мажите. Според овие податоци, се чини дека родовите прашања привлекуваат одреден интерес кај женските испитаници.

ИЗВОРИ НА ИНФОРМАЦИИ

Речиси половина од општата популација (49%) посочи дека се информираат претежно од телевизија, додека 27% се информираат за општествено-политичките настани преку социјалните медиуми. Еден од десет граѓани претежно се информира преку веб-портали, 5% преку семејството и пријателите, додека 7% не се информираат воопшто.

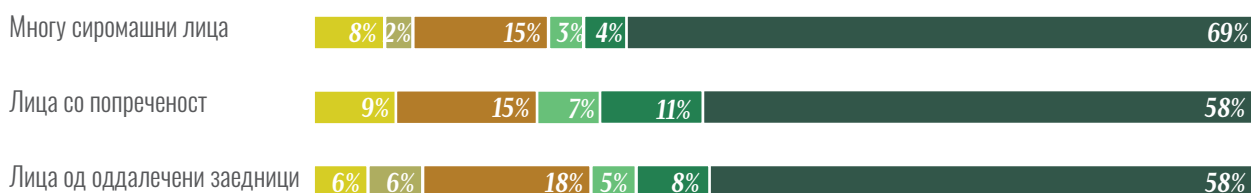
Речиси половина од општата популација (49%) посочи дека се информираат претежно од телевизија

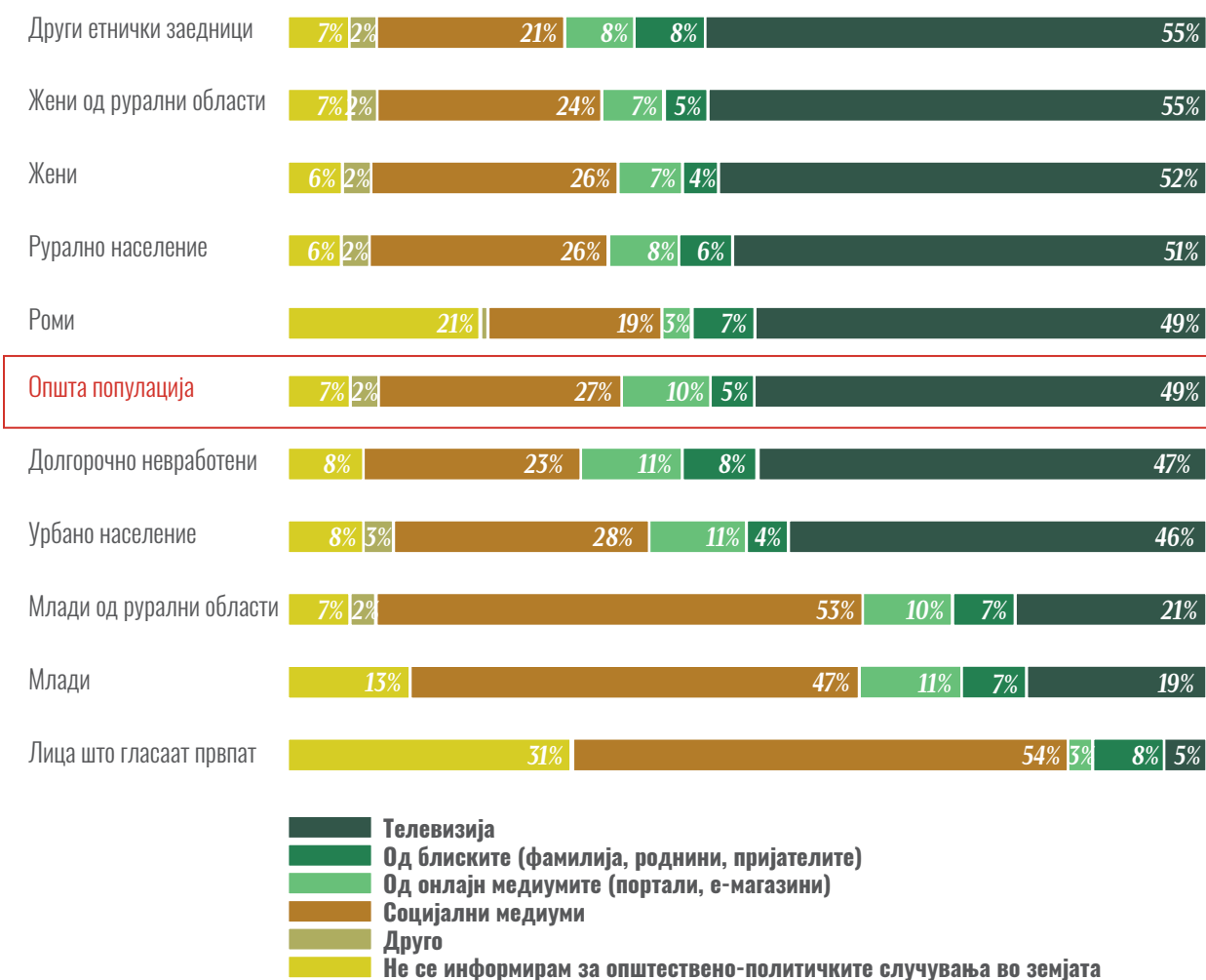
ТВ 49%

Социо-демографската анализа покажува дека телевизијата најчесто се користи од постарите испитаници, на возраст над 65 години (87%), а најмалку се користи од помладите испитаници, на возраст до 24 години (20%). Граѓаните со пониско образование се информираат преку телевизија во значително поголем процент (70%) отколку оние со високо образование (33%). Во однос на групите со различен работен статус, пензионираниите граѓани (83%) и домаќинките (63%) најмногу се информираат од телевизија.

Помладите испитаници почесто ги користат социјалните медиуми, на возраст до 24 години (52%), студентите (40%) и оние со високо образование (35%).

Од каде најмногу се информираат за шековниите случувања во земјата и во својата?





Што се однесува до демографските групи, групата на многу сиромашни, лицата со попреченост, жените и луѓето кои живеат во оддалечени заедници и рурални области (освен младите од рурални области) користат повеќе телевизија.

Сите младински групи, особено лицата што гласаат првпат и младите од рурални области, информациите ги добиваат претежно преку социјалните медиуми.

Како што беше забележано претходно, лицата што гласат за прв пат (31%) и Ромите (21%) се помалку информирани за тековните општествено-политички случувања во земјата и во светот.

Сите демографски групи изразија многу мала доверба во медиумите. Општо прифатена перцепција е дека медиумите се пристрасни и склони кон ширење лажни вести.

Сите групи веруваат дека делумното и пристрасно известување на медиумите придонесува за продлабочување на разликите меѓу луѓето и предизвикува дополнителна конфузија и загриженост.

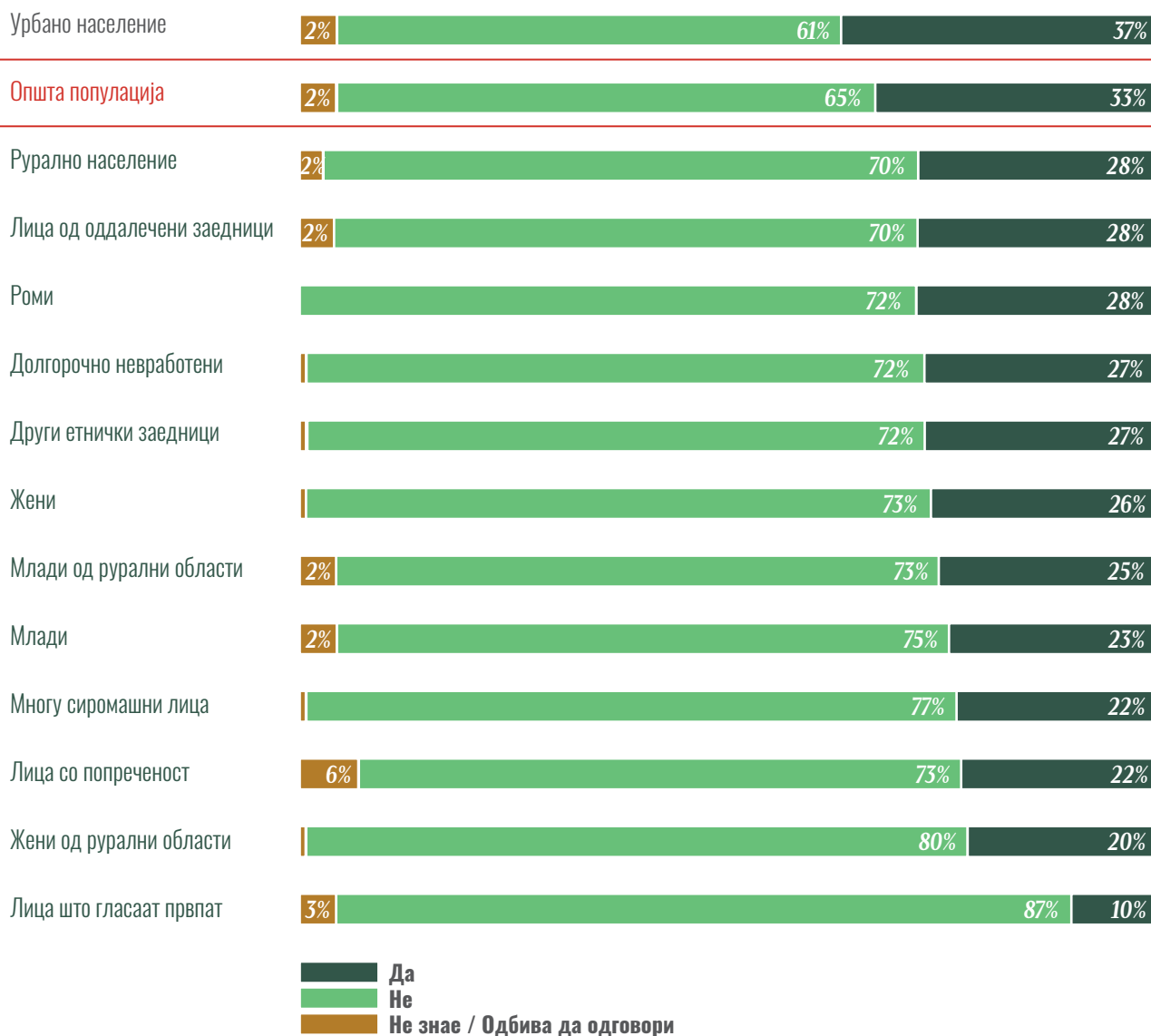
Следствено, за да се формира личното мислење, се следат неколку различни медиуми и информациите од нив се споредуваат и анализираат.

ГРАЃАНСКО УЧЕСТВО

Мажите се повеќе општествено ангажирани (40%) отколку жените (26%). Покрај тоа, испитаниците со високо образование (46%) во значително поголем процент се повеќе ангажирани во споредба со испитаниците со средно (32%) и основно образование (17%).

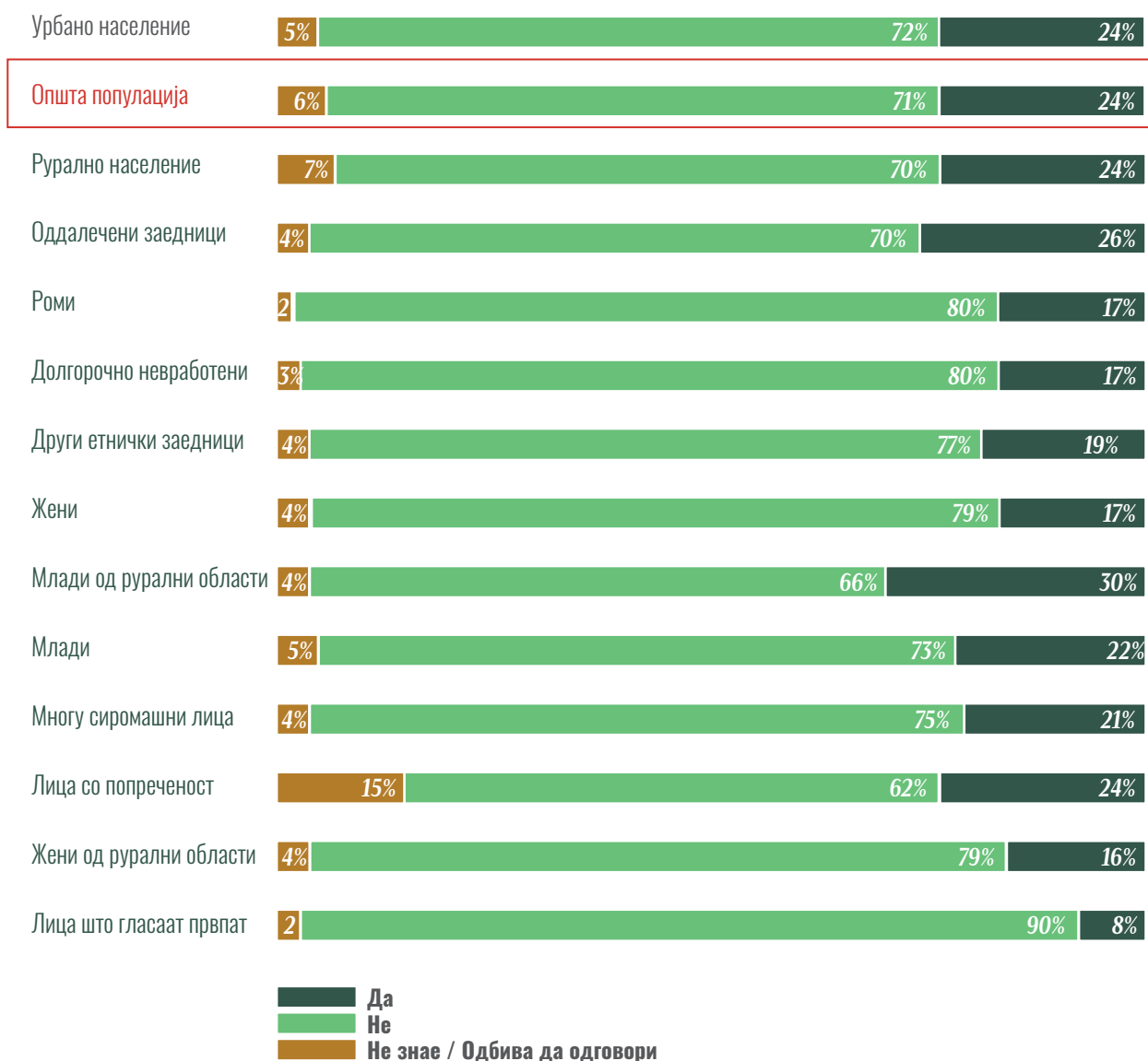
Една третина од населението биле вклучени, додека две третини никогаш не биле вклучени во настан, активност или процес што би можел да предизвика промени во заедницата или во местото каде што живеат.

Дали сѐ учествувале во некој настан, активност или процес што може да има значајно влијание во заедницата или во местото каде што живеете?



Од сите демографски групи, урбаното население е граѓански најактивно, најверојатно поради полесниот пристап до невладините организации, достапноста на повеќе опции за учество, како и повисокото ниво на образование и социјален статус.

Најмалку ангажирани се лицата што гласат за прв пат, жени од рурални области и лицата со попреченост.



Дали сѐе заинтересирани за поактивно граѓанско учество?

Речиси една четвртина од општата популација (24%) се заинтересирани за поактивно граѓанско учество, додека 71% не се заинтересирани.

Луѓето коишто живеат во рурални области (особено младите од рурални области), луѓето во оддалечените заедници и лицата со попреченост се најзаинтересирани за учество во граѓанскиот живот. Треба да се напомене дека овие групи (особено лицата со попреченост) се помалку граѓански активни во споредба со општата популација,

најверојатно поради недостигот на пристап или можности за учество.

Треба да се напомене дека веројатноста за поголемо граѓанско учество е помала во споредба со претходниот ангажман, бидејќи само 24% од општата популација покажуваат интерес да се ангажираат повеќе, во споредба со 33% кои претходно биле ангажирани.

Наодите покажуваат дека луѓето кои учествувале во граѓански иницијативи се разочарани од постигнатите резултати односно од неуспехот да предизвикаат промени.

Фокус групите даваат длабинска анализа на причините за слабото граѓанско учество заедно со факторите што се специфични за различните демографски групи.

Заедничките фактори за сите демографски групи кои придонесуваат за слабото граѓанско учество можат да се сумираат во следново:

- ♦ Рамнодушност и пасивност.
- ♦ Недостаток на волја, истрајност и проактивност за решавање на проблемите.
- ♦ Недоволна мотивација да се истрае во иницијативите.
- ♦ Неподготвеност да се преземе одговорност

Фокусирање на остварување лични интереси

- ♦ Фокусирање на лични наместо на колективни интереси.
- ♦ Недоволно единство и колективно делување за постигнување на целите.
- ♦ Недоволна солидарност и отсуство на заеднички цели

Страв од етикетирање и одмазда

- ♦ Политичките партии сметаат дека граѓанските активности се политички маркетинг на противничките партии и истите редовно се означуваат како политизирани.
- ♦ Луѓето се плашат од последици заради граѓанската активност, односно се плашат да не го изгубат работното место доколку отворено изразат незадоволство.

Семејство, образование и социјален систем

- ♦ Образовен систем што не го стимулира граѓанското учество на учениците.
- ♦ Семеен систем што не ги учи децата на проактивно однесување.
- ♦ Социјален систем што не ја препознава, стимулира и наградува активноста на младите.

Институции

- ♦ Се смета дека институциите не одговараат на барањата на граѓаните.
- ♦ Вработените во јавните институции немаат компетентност, мотивација и желба за работа.
- ♦ Потребни се врски и контакти, а не заслуги за да се успее во работата.
- ♦ Институциите не се транспарентни, одговорни и отчетни.

Изразено партиско влијание и концентрација на моќта во политичките партии

- ♦ Силно политичко влијание во јавните институции и приватниот сектор.
- ♦ Изразена поделба меѓу граѓаните по политички линии.
- ♦ Дел од невладините организации се политизирани и пристрасни.

Разочарување и губење на вербата

- ♦ Преовладува мислење дека граѓанските иницијативи се неефикасни.
- ♦ Луѓето се разочарани и немаат доверба во државата и институциите.
- ♦ Граѓаните се чувствуваат беспомошни и немоќни.

Недоволна информираност

- ♦ Недоволна информираност каде да се обратат кога имаат проблем.

Факторите наведени подолу се специфични само за одредени демографски групи.

- ♦ Групата на многу сиромашни лица, долгорочно невработените и Ромите наведуваат дека главниот проблем им е опстанокот. Секојдневното справување со егзистенцијални проблеми е дополнителна причина зошто овие демографски групи немаат време и ресурси за граѓанско учество.
- ♦ Покрај предизвиците со кои се соочуваат двата рода, традиционално од жените, особено од жени од рурални области се очекува да обезбедуваат грижа за семејството, што пак, го намалува нивното слободно време и можностите да се занимаваат со граѓански активности. Понатаму, врежаните родови предрасуди и стереотипи за жените во општеството (негувателки, ирационални, ненаметливи и несамоуверени) се специфични фактори што ги демотивираат жените за граѓанското учество.
- ♦ Лицата со попреченост се соочуваат со други видови предизвици, специфични за оваа група. Тука спаѓаат неефикасните институции, ограничениот пристап до јавни установи, како и стереотипите дека избегнуваат работа и граѓанска активност. Овие фактори придонесуваат за слабиот граѓански ангажман на оваа група.

Фактори што промовираат учество

Вистинската одговорност на системот е клучниот фактор што придонесува општата популација да се вклучи повеќе во активности што можат да влијаат на промените во заедницата, согласно наведеното од 28% од испитаниците. Другите мотивирачки фактори се поврзани со остварување лични или семејни интереси (14%), застапеност на нивните интереси (13%) и транспарентност и отчетност на институциите (12%). Овие фактори се изразени кај сите демографски групи. Најважниот фактор поради кој граѓаните се активираат е ефикасноста на системот, согласно наведеното од младите, младите од рурални области, лицата што првпат гласаат, урбаното население, жените, жени од рурални области, руралното население, хронично невработените и другите етнички заедници.

Поголема поврзаност со заедницата (4%), зајакнување на демократијата (7%) и поголемо влијание во општеството (7%) се факторите што најмалку ги поттикнуваат граѓаните од сите демографски групи да учествуваат во јавниот живот.

Некои групи, како на пример лицата со попреченост, многу сиромашните лица, лицата кои живеат во оддалечени заедници и Ромите, првенствено се вклучуваат во активности што можат да влијаат на промените во заедницата доколку за нив има лични или семејни придобивки.

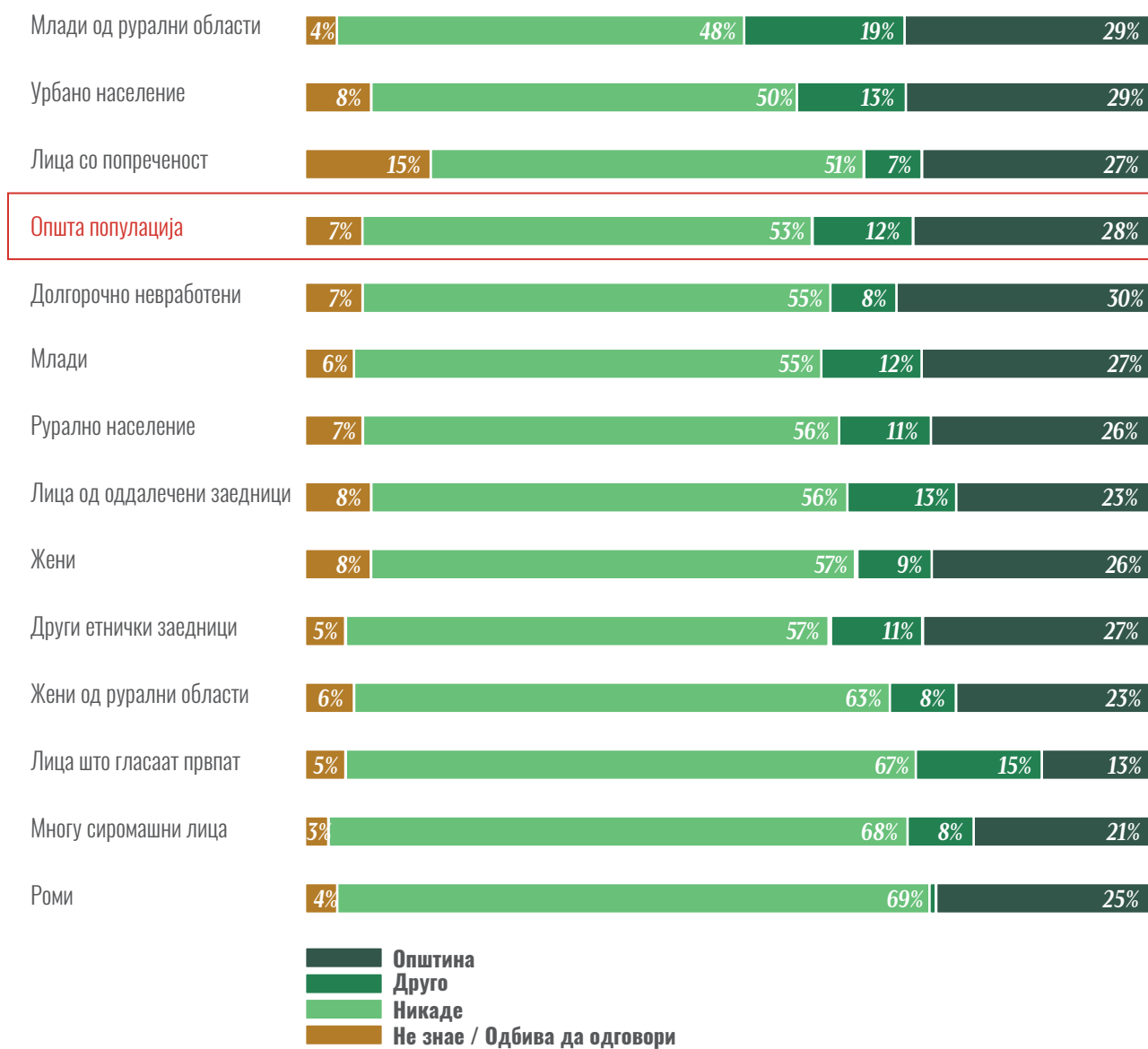
Нешто над половина од општата популација (53%) не веруваат дека можат да имаат влијание како граѓани, додека повеќе од една четвртина (28%) смета дека можат да имаат значајно влијание во нивната општина.

Повеќе жени (57%) отколку мажи (48%) веруваат дека не можат да имаат влијание како граѓани. Во однос на етничката припадност, испитаниците од другите етнички заедници (Турци, Роми, Срби, итн.) се поскептични во однос на влијанието што го имаат како граѓани (65%), во споредба со етничките Албанци (55%) и етничките Македонци (50%).

Покрај тоа, кај општата популација, сомнежот во сопственото влијание е најзабележително кај:

- ♦ Помладите испитаници, на возраст до 24 години (58%),
- ♦ Испитаниците со основно образование (68%),
- ♦ Лицата со приходи под 12.000 МКД (70%),
- ♦ Домаќинки (83%), земјоделци (65%) и долгорочно невработени лица (58%).

Според вас, каде може да имајте најголемо влијание како граѓани?



Споредбата помеѓу различните демографски групи покажува дека Ромите, многу сиромашните лица и лицата што гласаат првпат се најскептични во однос на своето влијание, а помалку скептични се жени од рурални области и припадниците на други етнички заедници.

Подготвеност и способност за учество во граѓански активности

Што се однесува до учеството во јавниот живот, општата популација наведува склоност општествените прашања кои ги засегаат лично или семејно да ги дискутира со колеги/пријатели (46%), додека значителен процент од испитаниците претпочита да одговара на прашалници (44%) и да се информира од брошури или летоци (44%). Значително помал дел од испитаниците се подготвени да учествуваат на јавни дебати (21%), партиски собири (19%) и онлајн состаноци (17%).

Во кои граѓански активности сакаат да учествуваат?

44%

Одговарање на прашалник



44%

Информирање од леток



46%

Дискусија со колеги/пријатели



Општо земено, жените и испитаниците со пониско образование се помалку заинтересирани за учество во горенаведените граѓански активности.

Во споредба со општата популација и другите демографски групи, младите (11%), вклучително и општествено-политичките (15%) и лицата кои гласаат првпат (10%), жените (12%), како и жени од рурални области (8%) и невработените (11%) се помалку заинтересирани да учествуваат на партиски собири.

Истражувањето покажува дека 58% од испитаниците не веруваат во постигнување позитивни промени со индивидуален ангажман (35%) или со ангажман во граѓански организации или како членови или учесници во активности на невладини организации (23%), додека 25% немаат интерес за политика, што ја објаснува ниската мотивација за граѓанско учество.

Жените, помладите испитаници, испитаниците од другите етнички заедници и оние со пониско образование почесто наведуваат незаинтересираност за политика.

ИЗБОРЕН ПРОЦЕС

Кај сите демографски групи се забележува општа негативна перцепција за гласањето на избори.

Негативното поимање на изборите може да се сумира на следниов начин:

Празни ветувања

- ♦ „Демагогија“, „лажни ветувања“, „лаги“, „добра глума“, „асфалтирање“ „покачување на плата и пензија“.

Игра

- ♦ „Сапуница“, „целосно лудило“ „луѓето и политичарите живеат во паралелни универзуми“.

Непотребно

- ♦ „Трошење на државниот буџет“, „премногу чести“, „бескорисни“.

Исходот е диктиран од меѓународниот фактор

- ♦ „Однапред договорени“, „меѓународниот фактор е доминантен при утврдувањето на изборниот исход“, „не ја одразува народната волја“, „САД одлучува“.

Лоши изборни кампањи

- ♦ „Скапи предизборни кампањи“, „напади и клевети наместо добри партиски програми“.

Страв и притисоци

- ♦ „Силен политички притисок“, „страв од губење работа“, „политички притисок и уцена“, „страв кај граѓаните“.

Изборни нерегуларности

- ♦ „Претходно договорени резултати“, „манипулација“, „фалсификат“, „корупција“ „зелен пазар“, „купување гласови“

Пак исто

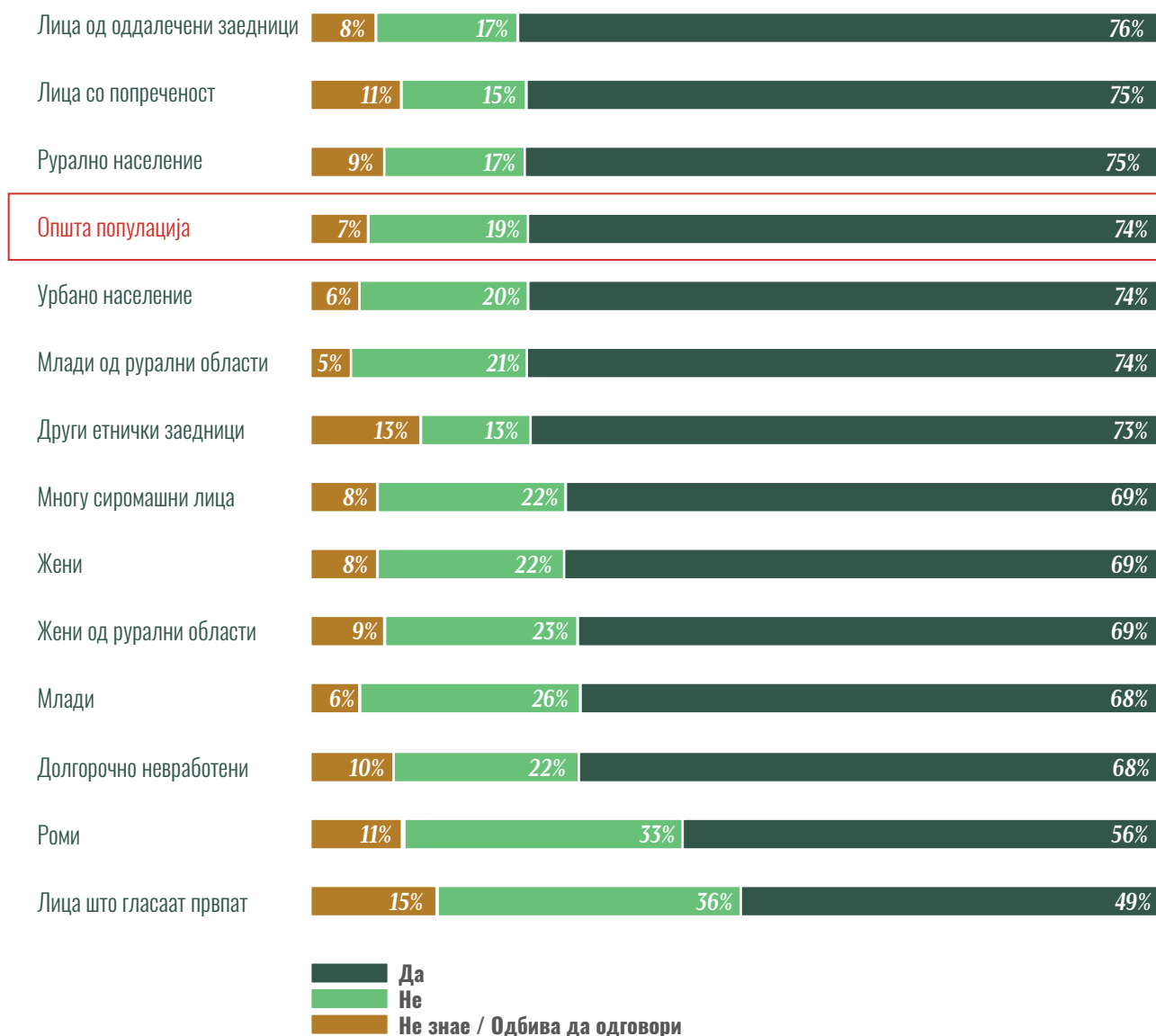
- ♦ „Стагнација“, „без промени, истите луѓе“.

Наодите од фокус групите покажуваат дека дел од учесниците сметаат дека денот на изборите тече мирно, без значителни нерегуларности за разлика од изборите во 2000 година кога имаше инциденти, пукотници, кршење и полнење на гласачките кутии. Сепак, тие забележуваат дека сè уште има притисоци, заплашувања и политички вработувања, како и поткуп.

Речиси три четвртини од испитаниците сметаат дека секој глас е важен и може да влијае на изборните резултати (74%), 19% не верува дека гласањето е важно.

Повеќе жени (22%) отколку мажи (15%) не веруваат дека може да се постигне нешто со гласање. Поскептични се помладите испитаници (28%), додека најмалку скептични се постарите лица (13%). Што се однесува до етничката припадност, одрекувањето на важноста на изборите е најзабележително кај етничките Албанци (26%) во споредба со другите етнички заедници (20%) и етничките Македонци (16%).

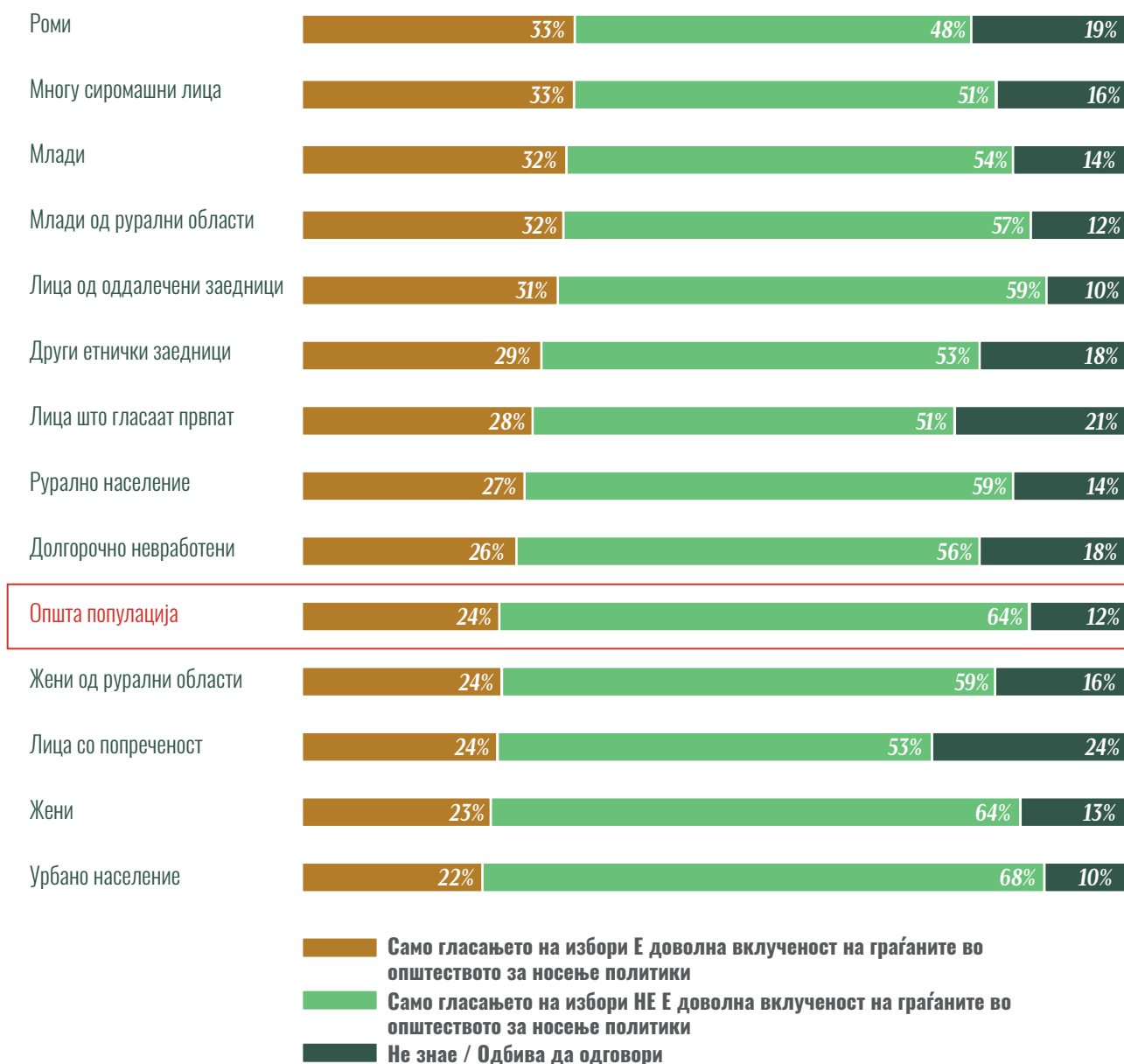
Дали сметате дека секој глас е важен и може да влијае на резултатите од изборите?



Споредбата помеѓу различни групи покажува дека младите гласачи и Ромите се најскептични во однос на гласањето, додека луѓето од оддалечените заедници, лицата со попреченост и руралното население се најмалку скептични.

Речиси две третини од испитаниците (64%) сметаат дека гласањето не е доволно за да се изврши промена на политиката, една четвртина сметаат дека гласањето е доволно, додека 12% немаат став по однос на ова прашање.

Кое од следниве ијврдења најијочно го одразува вашето мислење?



Мотивација за гласање

Педесет и шест проценти (56%) од општата популација наведуваат дека гласаат редовно, 20% често, 12% понекогаш, 6% обично апстинираат и 4% редовно апстинираат од гласање.

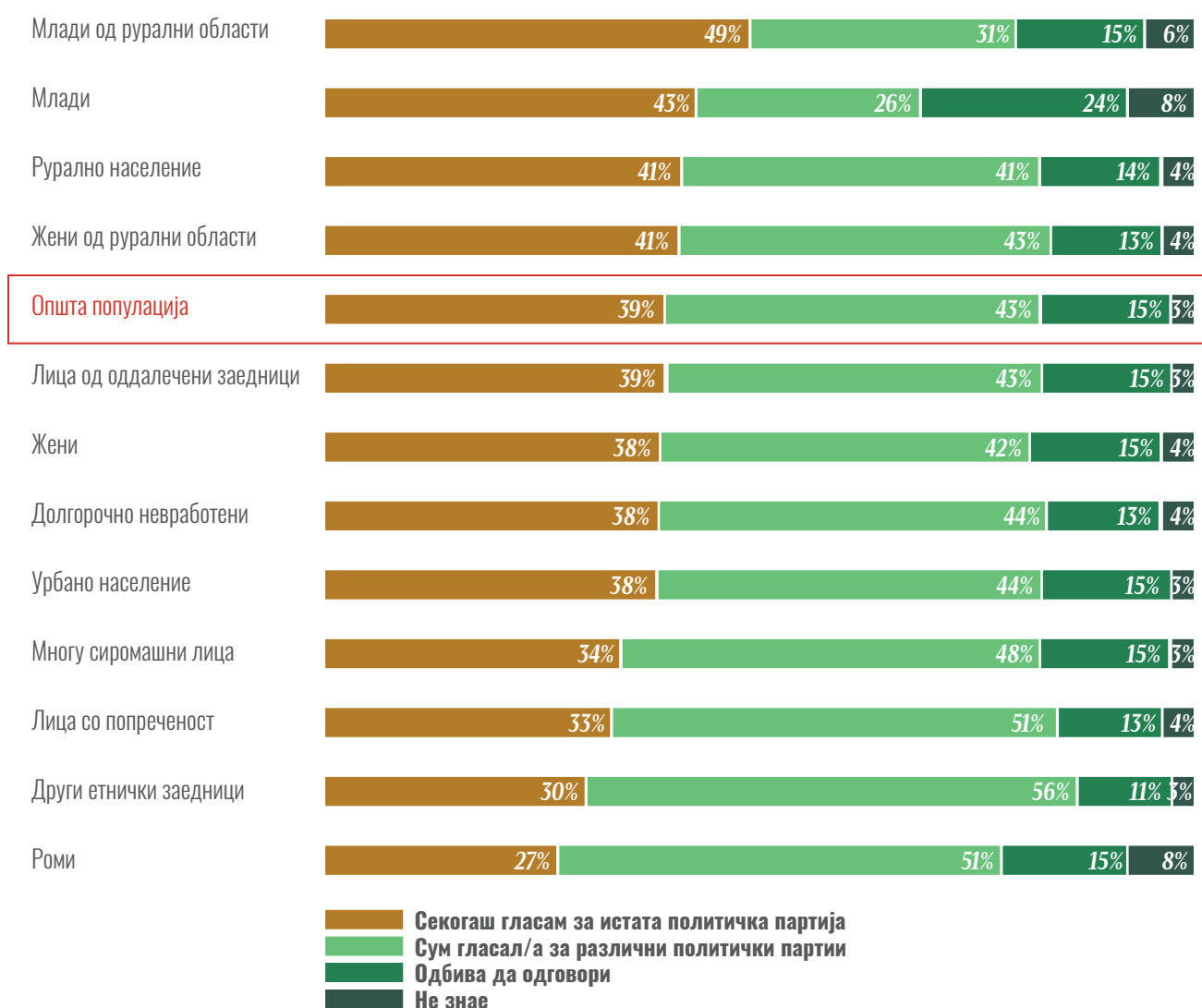
Постарите граѓани (87%), оние со високо образование (82%), вработените во јавниот сектор (91%) и граѓаните во пензија (85%) се најредовни гласачи за време на изборните циклуси.

Во споредба со општата популација, во демографските профили има поредовни гласачи меѓу луѓето кои живеат во оддалечени заедници (79%) и другите етнички заедници (78%) и помалку редовни гласачи кај лицата со попреченост (54%), младите (60%) и Ромите (63%). Има повеќе редовни гласачи помеѓу етничките Македонци (81%) во споредба со етничките Албанци (66%).

Четириесет и три проценти (43%) од испитаниците гласаат за различни политички партии за време на различни изборни циклуси, додека 39% редовно гласаат за иста партија.

Нема значителни разлики во однос на партиската лојалност кај групите од различен род, етничка припадност, образование и приходи на домаќинствата за општата популација.

Што од следново најдобро ве оишува?



Фактори што влијаат на одзивот на гласачите

Трите најважни фактори што позитивно влијаат на одзивот на испитаниците за гласање се: перцепција дека гласањето е граѓанско право и должност (56%), изгледи за подобра иднина (42%) и страв дека гласот ќе им биде злоупотребен (29%).



Истите фактори позитивно влијаат на одзивот на граѓаните кај сите демографски групи. Од овие, перцепцијата дека гласањето е граѓанско право и должност е најважен фактор кај сите групи, освен кај гласачите што гласаат првпат кои претежно гласаат заради подобра иднина.

Шеесет проценти (60%) од населението наведуваат дека гласаат исто или најчесто исто како и нивното семејство, додека 29% наведуваат дека гласаат исто или најчесто исто како нивните пријатели.

Граѓаните би сакале да видат повеќе познати лица, млади луѓе, претставници од нивната локална заедница и жени на кандидатските листи. Не постојат значајни разлики помеѓу различни етнички заедници по однос на ова прашање.

Доколку на кандидатските листи има претставници од следниве групи, колку е веројатно дека ќе гласате за ова политичка партија?

Познати лица



Претставници од вашата локална заедница



Млади



Жени



Повеќе веројатно Нема влијание Помалку веројатно Не знае

Жените сметаат дека застапеноста на жените на кандидатските листи е важна (41%), особено жени од рурални области (44%), додека млади испитаници сметаат дека на листите треба да бидат застапени младите (51%), жените (48%) и Ромите (51%).

Застапеноста на руралните претставници на кандидатските листи е важна за руралното население, но тие претежно немаат никакво влијание врз другите демографски категории.

Мнозинството Роми (59%) повеќе би гласале за политичка партија доколку претставници на Ромите се на кандидатските листи. Што се однесува до другите демографски групи, Ромите се најмалку посакувани како претставници на кандидатските листи. Една четвртина од општата популација, 28% од руралното население и 31% од испитаниците што живеат во оддалечени заедници посочуваат дека е помала веројатноста да гласаат за политичка партија доколку претставници на Ромите се на кандидатските листи.

Демотивација за гласање

Генерално, незадоволството од власта и политичките партии ги спречува луѓето да излезат и да гласаат.

Што влијае на вашата одлука да не гласате?

Разочаран/а сум од власта.

25%

Сите политички партии се исти

15%

Не им верувам на политичките партии

15%

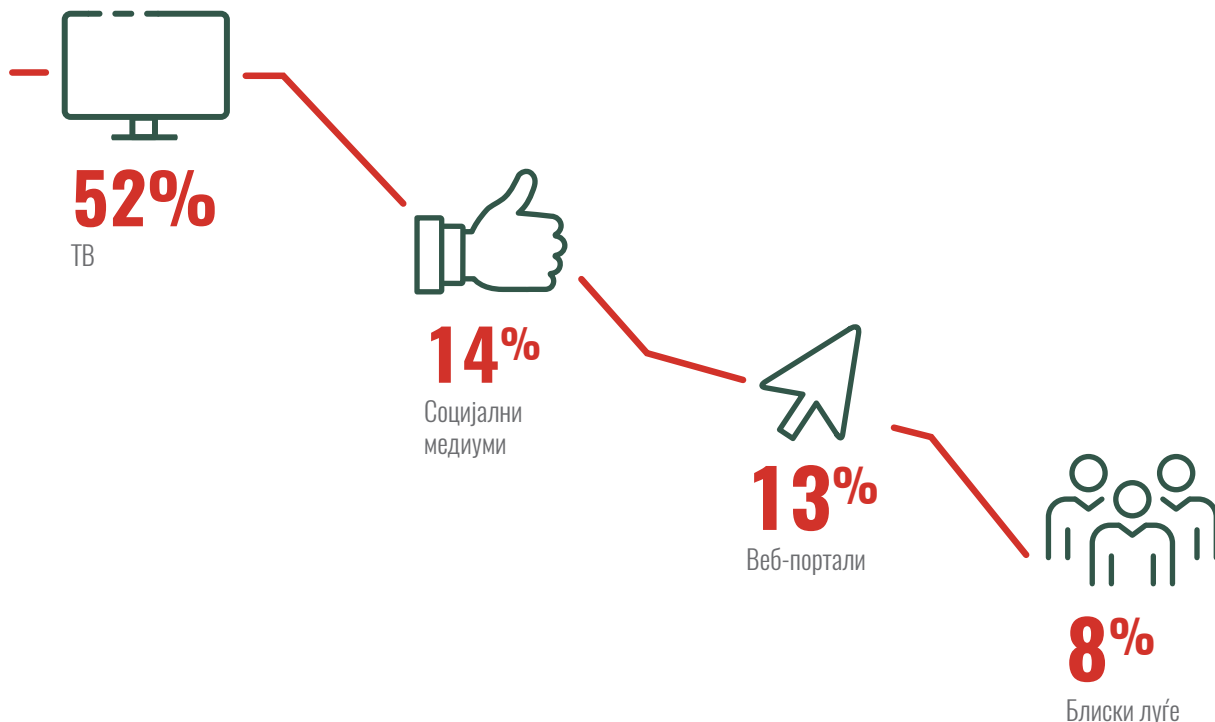
Не верувам во изборната администрација/изборен систем	10%
Бојкотирам поради конкретни, лоши политики (договорот за името, итн.)	10%
Не ме интересира политика	10%
Ниту една партија/политичар не ги застапува моите интереси и вредности	10%
Системот фаворизира само одредени партии	10%
Пандемијата со КОВИД-19	9%
Избирачкиот список не е ажуриран	8%
Немам доволно информации за изборните програми на партиите.	4%
Не знае / Одбива да одговори	7%

Различни демографски групи (урбано население, млади, жени и сл.) истакнуваат дека сè поголем број граѓани одлучуваат да не гласаат поради незадоволството од политичките партии во земјата. Иако преовладува мислењето дека гласањето е граѓанска должност, наодите од фокусната група покажуваат дека многу демографски групи (млади, жени, лица со попреченост) сметаат дека воздржувањето од гласање е легитимно однесување и начин на изразување разочараност и револт против политичките партии, како и казна за неостварените ветувања.

Понатаму, сите демографски групи сметаат дека политичките партии не се заинтересирани да одговорат на потребите на граѓаните.

КОМУНИКАЦИЈА СО КАНДИДАТИТЕ И ПАРТИИТЕ

ТВ (52%), социјалните медиуми (14%), веб-порталите (13%) и пријателите и семејството (8%) се главните извори на информации во врска со изборите.



ТВ најчесто е главен извор на информации во врска со изборите кај постарите испитаници на возраст над 65 години (84%), во споредба со испитаниците на возраст до 24 години (29%). Телевизијата е главен извор и кај испитаниците со основно образование (69%) во споредба со лицата со високо образование (39%) и лицата со пониски примања до 12.000 МКД (69%) во споредба со испитаниците со повисоки примања над 60.000 МКД (39%).

Главните извори на информации за различни демографски групи се слични со главните извори на информации за општествено-политичкиот развој во земјата и во светот представени погоре во извештајот.

Како што е наведено, групата на многу сиромашни лица, лицата со попреченост, жените, другите етнички заедници и луѓето во оддалечените заедници и руралните области (освен младите од рурални области) повеќе користат телевизија за да се информираат во врска со изборите.

Сите младински групи, особено лицата што гласаат првпат, се информираат за изборите преку социјалните медиуми.

Во споредба со општата популација и другите демографски групи, гласачите што гласаат првпат се најмалку информирани за изборите, односно 21% наведуваат дека воопшто не

се информираат.

Информации во врска со изборите најмногу се добиваат од вестите (48%) и дебатите (32%). Секој десетти испитаник (11%) наведува дека воопшто не се информира за изборите.

Претпочитањето на дебатите е позабележително кај:

- ♦ Мажите.
- ♦ Етничките Македонци.
- ♦ Лицата со високо образование.
- ♦ Лицата со повисоки месечни приходи во семејството.

Што се однесува до видот на комуникација со кандидатите пред избори, испитаниците преферираат редовно да се информираат за претходните достигнувања и резултати на кандидатите (21%); преку медиумите (18%); преку лична комуникација од врата до врата (16%) и лична комуникација, но во помали групи (15%).

Што се однесува до демографските групи, лицата со попреченост, другите етнички заедници, сиромашните и жените повеќе следат вести.

Испитаниците најмалку се информираат од програмите на политичките партии (5%), митинзите (3%) и социјалните медиуми (10%).

Сите демографски групи претпочитаат слична комуникација со партиските кандидати пред избори. Сепак, постојат некои специфичности.

Младите сметаат дека комуникацијата преку социјалните медиуми е корисна, додека сите други групи многу поретко користат социјални медиуми. Лицата со попреченост претпочитаат медиуми, додека луѓето што живеат во оддалечени заедници, жени од рурални области и Ромите претпочитаат лична комуникација во помали групи отколку комуникација од врата до врата.

Различните демографски групи, а особено руралното население и луѓето што живеат во оддалечени заедници, сметаат дека партиите ги посетуваат овие заедници и ги контактираат граѓаните само во предизборниот период. Тие наведуваат дека потребите на членовите на партијата се поважни од потребите на граѓаните и дека партиите главно ги интересира политичкиот маркетинг и бројот на гласови што ќе го освојат на следните избори.

Најпосакуваните видови комуникација со кандидатите помеѓу изборите се исти: информации за претходните достигнувања и резултати на кандидатите (20%), медиумите (18%), лична комуникација од врата до врата (15%) и лична комуникација, но во помали групи (16%). Повторно, митинзите, партиските програми и социјалните медиуми се на дното на листата.

Наодите од фокус групите даваат објаснување за незаинтересираноста на луѓето за програмите на политичките партии. Општ впечаток е дека различните демографски групи се незаинтересирани за програмите на политичките партии. Од една страна, тие сметаат дека програмите се исти во сите изборни циклуси, „околу 80% целосно ископирани“. Од друга страна, партиите не се различни по своите програми, ниту ги исполнуваат ветувањата напишани во нив. Следствено, нема причина граѓаните да го трошат своето време за долгите партиски програми (над 300 страници).

Покрај тоа, постои перцепција, особено кај лицата кои подолго време се невработени, дека во изборните програми политичките партии нудат решенија кои обично не се применуваат во пракса. Тие нудат сè во предизборниот период како на пример големи странски инвестиции, високи просечни плати, голем број вработувања. Но, по добивањето на мандатот, забораваат на народот, особено на оние кои не се членови на нивната партија.

Малиот процент на луѓе кои изразуваат интерес за програмите на политичките партии, се интересираат само за ветувањата на партиите, колку се тие остварливи, односно дали нивните потреби се споменуваат во партиските програми.

БАРИЕРИ

Претставничката демократија може да функционира само кога граѓаните се добро информирани, гласаат и активно учествуваат во граѓански активности, како и кога поседуваат вештини за застапување, дебатирање, преговарање и лидерство. Сепак, истражувањето покажува дека речиси половина од населението не е заинтересирано за општествено-политичките случувања во земјата, со исклучок на постарите лица од македонската етничка заедница, со претходно искуство во јавниот сектор. Зголемувањето на интересот и учеството на другите демографски групи е од огромно значење и тоа е предмет на анализи и препораки во другите поглавја на извештајот.

Истражувањето идентификува збир на заеднички пречки за сите демографски групи коишто влијаат на подготвеноста и способноста за политичко и граѓанско учество. Овие предизвици ја формираат основата на нивните ставови и однесувања, кои понатаму се надополнуваат со специфични проблеми поврзани со нивната позиција во општеството, социо-економскиот статус и претходното искуство. Подеталните анализи на дополнителните предизвици со кои се соочува секоја група се дел од извештаите за одделните групи.

Најчестите препреки со кои се соочуваат сите демографски групи, а коишто влијаат врз подготвеноста и способноста на луѓето политички и граѓански да се вклучат се:

- ♦ Нема утврдена култура за граѓански активизам и учество кај сите демографски групи, а особено кај руралното население, ранливите групи и жените.
- ♦ Недостаток на канали каде што можат да учествуваат и да ги споделуваат своите мислења.
- ♦ Скептицизам за нивната моќ да влијаат врз политиката и јавните политики во

земјата.

- ♦ Слаба ефикасност на системот - слаб интерес за потребите на граѓаните или капацитет истите да ги решаваат.
- ♦ Неразвиени граѓански и политички вештини. Дури и на информираниот гласач му требаат повеќе алатки за да стане целосен учесник во граѓанскиот живот. За да ги унапредат заедниците, ангажираните граѓани треба да ги научат вештините за комуникација, вмрежување, па дури и да се кандидираат за јавни функции.
- ♦ Страв од притисок.

ПРЕПОРАКИ

Како одговор на овие идентификувани предизвици и бариери, се препорачува пакет интервенции кои можат ефективно да придонесат за подобрување на граѓанското и политичкото учество:

Подигнување на свеста за важноста на учеството во општествено-политичкиот живот и граѓанскиот активизам кај општата популација, особено кај помладата популација, жените и лицата со попреченост како и ранливите групи

- ♦ Фокусирање на придобивките од граѓанскиот ангажман: акцентот треба да биде на конкретни придобивки што го подобруваат квалитетот на животот.
- ♦ Поврзување на општествено и политичкото учество со прашања што влијаат на квалитетот на животот: здравје, економска стабилност и екологија. Кога разговарате со одредена демографска група, поврзете се со нивните специфични теми од интерес (на пр. млади и образование).
- ♦ Промовирање позитивни примери на активизам. Примерите треба да бидат разновидни за да одговараат на различните демографски групи (жени, млади, други етникуми, ранливи групи, итн.).
- ♦ Демонстрирање на моќта на групата со иницирање различни граѓански проекти и активности со конкретни цели (еко-иницијативи, хуманитарни активности, социјални проекти, итн.).
- ♦ Идентификување успешни примери и влијателни лица и промовирање на нивните активности и влијанија, особено кај помладата популација и жените.
- ♦ Промовирање и зголемување на видливоста на невладините организации, нивните програми и активности.

Промовирање канали и процедури за поттикнување учество во граѓанскиот живот

Луѓето многу често не се добро запознаени со каналите и начините за учество во општествено-политичкиот живот или пак немаат можности за тоа. Ова е особено случај кај младите, неискусните, и кај ранливите групи, како што се многу сиромашните или долгорочно невработените лица.

- ♦ Едукација на општата популација за начините, форматите и институциите каде што граѓаните можат активно да учествуваат.
- ♦ Остварување контакт со маргинализираните заедници и пружање поддршка за начините на кои тие може да учествуваат.
- ♦ Создавање повеќе можности за учество на руралното население и лицата со попреченост. Луѓето што живеат во руралните области (особено младите од рурални области), луѓето што живеат во оддалечени заедници и лицата со попреченост се најзаинтересирани да учествуваат во граѓанскиот сектор, но немаат можности за учество или едноставно не се запознаени со начините и каналите за учество.
- ♦ Утврдување алтернативни канали за учество на жени од рурални области со помош на кои ќе се надминат бариерите со кои се соочуваат (недостаток на време, секојдневни обврски, грижа за децата, итн.).
- ♦ Едуцирање на помладата популација преку училишни/универзитетски образовни проекти за граѓанска и демократска култура.

Зголемување на самовербата дека можат да влијаат на заедницата и општеството

- ♦ Промовирање позитивни примери коишто ѝ се познати на заедницата и почитувани од заедницата. Користење примери што докажуваат дека активизмот е важен и има моќ да го корегира општеството. Изборот на примери треба да одговара на различните групи.
- ♦ Акцентирање на влијателните примери од редовите на невработените, оние со пониско образование или многу сиромашната заедница. Неверувањето во моќта да се влијае е понагласено кај поранливите групи и групите со помали образовни или финансиски ресурси.
- ♦ Воспоставување на редовни контакти со различни групи и следење на нивните потреби.
- ♦ Промовирање помали проекти и иницијативи во заедницата за решавање на локалните проблеми, особено оние што го зголемуваат квалитетот на животот.
- ♦ На неискусните групи на млади треба да им се пристапи одделно, нудејќи им можности да учествуваат во проекти што се важни за нивната група (образование, екологија, човекови права, итн.)

Подобрување на негативната перцепција за недоволна застапеност од страна на избраните претставници

Иако ова е бариера што е присутна кај сите демографски групи, особено е нагласена кај помалите демографски групи, како и кај луѓето со пониски приходи и образование (многу сиромашни, невработени, Роми).

- ♦ Актуализација на проблемите на овие демографски групи во јавната агенда на релевантните политички претставници.
- ♦ Постојано следење на прашањата со кои се соочуваат тие заедници во периодот

помеѓу изборите.

- ♦ Воспоставување канали за постојана комуникација со различни групи.

Зајакнување на улогата преку поддршка на развојот на вештини и знаења за самостојно граѓанско учество

Бидејќи постои разлика во нивото на учество поврзано со образованието, социјалниот статус и родот, се јавува потреба за зајакнување на капацитетите на другите демографски групи во однос на граѓанското учество.

- ♦ Зајакнување на капацитетите на групите со пониско образование, руралните заедници со пониски примања, Ромите, итн.
- ♦ Улогата на жените треба да биде зајканата преку развојот на нивните вештини и знаења. Ова ќе придонесе кон зголемување на капацитетите за самостојно учество без страв од сексизам, родова злоупотреба, говор на омраза, заплашување и насилство.

Создавање сојузи

Со медиумите (дигитални и традиционални)

- ♦ Да се даде придонес кон градење култура што поттикнува граѓанско учество на сите нивоа и од сите демографски групи. Подигнување на свеста за придобивките од активното граѓанско учество.
- ♦ Промовирање наративи фокусирани на позитивни и успешни примери на граѓанско учество, особено примери од помалку активните групи (Роми, жени, граѓани со понизок социо-економски статус и млади)
- ♦ Посветување повеќе време и простор на теми од граѓанскиот живот и активизмот.
- ♦ Промовирање канали и начини за граѓанско учество.
- ♦ Промовирање разновидност на кандидатите (жени, млади, рурални) за време на изборната кампања.
- ♦ Вклучување на граѓаните во дебати, ток-шоуа и давање можност да се разговара за прашања од заеднички интерес. Инклузивноста треба да биде клучен принцип при организацијата на дебатите.

Со невладините организации

- ♦ Поттикнување учество, особено кај младите, преку создавање на свест за нивната улога и мисија, поврзаност со интересите на младите и нивниот потенцијал да влијаат на квалитетот на животот кога се вклучуваат во граѓанскиот живот.
- ♦ Креирање дополнителни простори и можности за граѓаните да се здружат и да изнаоѓаат решенија за заедничките проблеми. Ова е особено важно за групите кои немаат самодоверба и вештини за учество, како и за жените кои се позаинтересирани за колективно учество.
- ♦ Обезбедување на поддршка и ресурси што ќе ги охрабрат граѓаните самостојно да учествуваат во граѓанскиот живот.

- ♦ Обезбедување механизам што ќе го поддржува дијалогот меѓу граѓаните и властите. Застапување на интересот на ранливите групи кои немаат знаење и вештини да иницираат дијалог со властите.
- ♦ Поради ограничениот пристап до невладините организации, руралното население, особено жителите на оддалечените заедници би имале придобивка од водство при воспоставувањето на мрежи и канали за учество.
- ♦ Зголемување на видливоста на невладините организации и нивната работа, особено кај групите со пониско образование и социо-економски статус, за да се зголеми учеството на овие групи.

Улогата на инфлуенсерите/познатите личности

Креирање партнерства со микроинфлуенсери важни за различни демографски групи за промоција на граѓанското учество.

- ♦ Инфлуенсерите се сметаат за поверодостојни од страна на нивните следбеници и подобро позиционирани за промоција на граѓанското учество, особено меѓу младите луѓе и оние што гласаат за првпат.
- ♦ Инфлуенсерите исто така имаат голем потенцијал да ги мобилизираат жените околу одредена кауза или проект и да ја зголемат нивната ангажираност.
- ♦ Инфлуенсерите треба да се избираат врз основа на моќта да влијаат на заедницата и важноста за одредена група.
- ♦ Треба да се води сметка изборот на инфлуенсерите да одговора на соодветната демографска група.

Избор на соодветните комуникациски канали и примена на традиционални и неконвенционални пристапи

Демографските групи следат различни медиуми и затоа изборот на медиумите треба да се прилагоди согласно изборот на демографската група. Користење на ТВ за да се допре до поголемиот дел од популацијата.

ТВ е особено важна за да се оствари комуникација со старите лица, жените и луѓето со пониски приходи и образование.

- ♦ Потребно е да се користат формати што даваат можности за контекстуализирање на информациите и зголемување на нивната важност.
- ♦ Користење едноставен јазик и презентација на информациите на илустративен начин, особено за процесот на гласање, гласачките права, пријавување изборни нередовности.
- ♦ Предвид треба да се земат и други формати, покрај информативните емисии, вестите, дебатите, едиторијалите и сведоштвата коишто ги прикажуваат проблемите и го образложуваат процесот на гласање.
- ♦ Зголемување на пристапноста до информациите со употреба на превод или знаковен јазик.
- ♦ Употреба на локалните ТВ станици за да се оствари контакт со Ромите, руралните

заедници и другите етнички заедници.

- ♦ Користење различни видови програми, вклучително и политички или забавни програми, емисии за животниот стил, утрински програми итн.

Користење на социјалните медиуми за да се оствари контакт со помладата популација, како и со пообразованиот и работоспособниот сегмент од популацијата.

Социјалните медиуми имаат голем потенцијал за ангажирање и учество на помладиот дел од населението.

Техники што треба да се земат предвид:

- ♦ Промовирање двонасочна комуникација.
- ♦ Промовирање релевантни теми.
- ♦ Давање приоритет на гласот на граѓаните.
- ♦ Соработка со инфлуенсери и познати лица.
- ♦ Директно презентирање на кандидатите, со можност јавноста да оствари директна комуникација со нив.
- ♦ Споделување на мислењето за различни прашања од интерес.
- ♦ Информирање за напредокот во решавањето конкретни проблеми.
- ♦ Користење јасни повици за акција.

Употреба на разни дигитални медиуми, веб-портали, блогови и други алатки за да се оствари контакт со високо образованиот, работоспособниот и урбаниот сегмент од популацијата.

Организирање директни состаноци или други настани во заедницата.

Градењето однос со гласачите е една од најважните алатки за обезбедување граѓанско учество. Тоа ги прави граѓаните да се чувствуваат ценети и важни.

- ♦ Овој формат е особено важен за ангажирање на групите кои се помалку отворени за учество и на кои треба подиректно да им се пристапи поради недостаток на самодоверба или време (Роми, многу сиромашни лица, невработени). Тие се навикнати да разговараат за проблемите во неформален амбиент.
- ♦ Поради секојдневните обврски, треба да се настојува да се организираат директни и неформални состаноци со жени од рурални области, што ќе можат да го поттикнат нивното учество во граѓански и политички активности.
- ♦ Недовербата којашто сите групи ја покажуваат кон информациите презентирани на традиционалните медиуми може да се адресира преку одржување директни неформални состаноци и отворени дискусии.
- ♦ Форматот на ваквите средби треба да биде неформален. Тоа може да бидат кафе-средби, дебати, колективен проект на заедницата и сл.

Пилотирање други нетрадиционални канали

- ♦ Треба да се размисли како да се пристапи кон граѓаните во рамките на нивниот секојдневен живот. Модалитетите треба внимателно да се изберат согласно дневните обврски и навиките на секоја група.
- ♦ За урбаното население предвид може да се земат паркови, трговски центри, автобуси, итн.
- ♦ За руралните средини, Ромите и ранливите групи може да се користат локални продавници, отворени пазари, берберици, пакети со храна, торби, итн.
- ♦ Организирање забавни активности и настани за да се предизвика интерес, особено кај руралното население коешто нема многу можности за организирана забава.
- ♦ За ангажирање на младите, треба да се организираат уметнички, културни или спортски активности со цел да се воспостави рамнотежа помеѓу образованието и забавата.