

www.dimevelkovski.mk www.janimakraduli.com www.marjanristeski.mk www.kocetrajanovski.mk
www.teutaarifi.info www.zorandamjanovski.mk www.fatmirdehari.com www.menedinevski.mk www.ne
vzatbejta.info www.zorangorgievski.mk www.jagnulakunovska.mk www.nikolabakraceski.mk www.ratko
dimitrovski.mk www.vasilpisev.mk www.goranmanojlovski.mk www.vladimirtodorovik.mk www.ivicakon
evski.mk www.ilcozahariev.mk www.vladimirtodorovik.com www.vladimirtodorovik.com
aleski.mk www.andrejpetrovski.mk www.janimakraduli.com
mk www.marjanristeski.mk www.zorandamjanovski.mk
www.fatmirdehari.com www.jagnulakunovska.mk
nulakunovska.mk www.goranmanojlovski.mk
anojlovski.mk www.blagojadeski.mk
potoski.mk www.vavcocaevski.mk
iev.mk www.vladimirtodorovik.com
i.mk www.vladimirtodorovik.com
www.vladimirtodorovik.com

ИНТЕРНЕТ-ПРИСУСТВО НА КАНДИДАТИТЕ ВО ИЗБОРИТЕ 2013 Г.



МАКЕДОНСКИ ЦЕНТАР ЗА
МЕЃУНАРОДНА СОРАБОТКА



Institute for Democracy
Societas Civilis - Skopje

Интернет-присуство на кандидатите во изборите 2013 г.

Библиотека: Избори

Серија: Локални избори 2013

Издавачи

Македонски центар за меѓународна соработка (МЦМС)

Институт за демократија Социетас цивилис – Скопје (ИДСЦС)

За издавачите

Александар Кржаловски, прв извршен директор на МЦМС

Димче Митрески, извршен директор на МЦМС

Владимир Мисев, претседател на ИДСЦС

Автор

Борис Ристовски, МЦМС

Подготовка

Борис Ристовски, МЦМС

ISBN 978-608-4681-09-0

Скопје, март 2013 г.

Контакт

Адреса: МЦМС, ул. Никола Парагунов 41а; пошт. фах 55, 1060 Скопје.

Тел. +389/2/3065-381; Факс: +389/2/3065-298; е-пошта: mcms@mcms.mk; Веб: www.mcms.mk.

Scribd: <http://www.scribd.com/people/documents/2996697>; Twitter: http://twitter.com/mcms_mk

SlideShare http://www.slideshare.net/mcms_mk; Facebook: <http://www.facebook.com/mcms.mk>;



Twitter: <https://twitter.com/mojotizbor>; Facebook: <https://www.facebook.com/mojotizbor>

Пријавување неправилности во изборниот процес: <https://mojotizbor.crowdmap.com/>

Мислењата што се изразени овде му припаѓаат на авторот и не ги одразуваат ставовите на издавачите или донаторите на овој извештај.

МЦМС, ИДСЦС

Сите права се задржани. Репродуцирање, копирање, трансмисија, превод или адаптација на кој било дел од оваа публикација може да се изврши единствено за образовни цели, заради цитирање и со претходна дозвола на издавачите и соодветно објавување на изворот.

Содржина

Вовед	4
Општо за присуството на интернет	5
Употреба на социјални медиуми	7
Употреба на Фејсбук (Facebook)	8
Употреба на Твитер (Twitter)	9
Употреба на Јутјуб (YouTube)	9
Заклучоци	10
Листа на кандидати по општина кои се вклучени во анализата	11
Дополнителни информации	12

Вовед

Македонскиот центар за меѓународна соработка (МЦМС) и Институтот за демократија Социетас цивилис - Скопје (ИДСЦС), во рамки на проектот „Мојот избор“ спроведуваат повеќе заеднички активности за локалните избори 2013 година, кои вклучуваат истражувања, набљудување на изборните програми и кампањи, на медиумите, на изборната администрација и на денот на гласањето.

Со анализата „Интернет-присуство на кандидатите за градоначалници во време на изборниот процес - Локални избори 2013“ се прикажува моменталната состојба на интернет-страниците и профилите на социјалните медиуми на кандидатите за градоначалници (заклучно со 16 март 2013 година). Една од целите е да се покаже дали, на кој начин и во која мера се употребуваат овие комуникациски канали, односно дали се користи можноста што ја дава интернет просторот.

Во истражувањето, подложни на анализа се интернет-страниците и профилите на социјалните медиуми на кандидатите за градоначалници на 14 општини: Аеродром, Битола, Велес, Гостивар, Карпош, Кичево, Кочани, Куманово, Охрид, Прилеп, Струмица, Тетово, Центар, Штип и на град Скопје. Станува збор за 75 кандидати кои доаѓаат од 13 партии: ВМРО-ДПМНЕ, Демократска партија на Албанците (ДПА), Демократска унија за интеграција (ДУИ), Либерално – демократска партија (ЛДП), Либерална партија (ЛП), Народно движење за Македонија (НДМ), Национална демократска преродба (НДП), Републиканска алијанса (РА), Социјалдемократска партија на Македонија (СДПМ), Социјалдемократски Сојуз на Македонија (СДСМ), Социјалдемократска унија (СДУ), Српска напредна странка во Македонија (СНСМ), Сојуз на титови леви сили (СТЛС)) и три независни кандидати. Вкупниот број на кандидати за градоначалник кои се натпреваруваат во 80 општини во Македонија и во град Скопје е 350 (според достапните неофицијални податоци).

Анализата на архивските записи е направена преку нереактивно собирање јавно достапни податоци (Nonreactive data collection). Анализата на интернет-страниците, како и на сметките на социјалните медиуми е направена на 16 март 2013 година. Покрај официјалните интернет-страници, детално се анализирани и официјалните профили на социјалните медиуми Фејсбук (Facebook), Твитер (Twitter) и Јутјуб (YouTube) поврзани со нив.

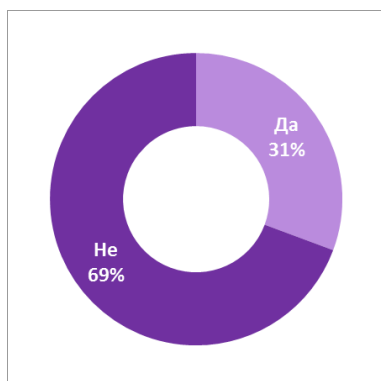
Во овој документ се претставени резултатите од спроведената анализа и заклучоците кои произлегуваат од неа. Резултатите се претставени графички преку графикони и табели, користени се и апсолутни бројки и проценти.

Во извештајот се употребуваат: Незначителен дел за одговори помалку од 10 % од примерокот; Помал дел за 11 % до 30 %; Мал дел за 30 % до 50 %; Голем дел за 51 % до 70 %; и Најголем дел за повеќе од 70 %.

Општо за присуството на интернет

Првиот дел од анализата на интернет-присуството на кандидатите се однесува на постоењето на сопствена интернет-страница за секој од 75-те анализирани кандидати (листа на страна 11).

Графикон 1- Кандидати со сопствена интернет-страница



Преовладуваат кандидатите кои немаат сопствена интернет-страница (Графикон 1), поточно тоа се повеќе од две третини или 69 % (52 кандидати). Кандидатите кои имаат сопствена интернет-страница сочинуваат 31 % (23) и истите подлежат на подетална анализа во понатамошниот дел.

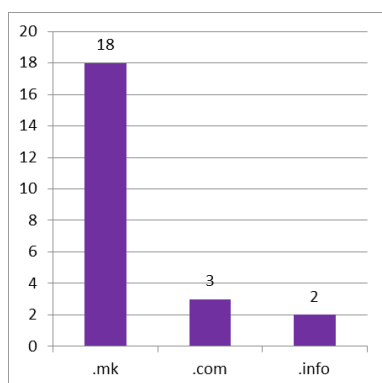
Од кандидатите кои имаат сопствена интернет-страница, голем дел се од партијата ВМРО-ДПМНЕ со 61 % (14), помал дел од СДСМ со 22% (5), следи ДУИ со 13% (3) и 4% (1) од партијата ЛДП (Табела 1). Кандидатите од останатите девет партии немаат ниту една интернет-страница за некоја од општините.

Табела 1 – Преглед на интернет-страници по партии/ општини

	Аеродром	Битола	Велес	Гостивар	Карпош	Кичево	Кочани	Куманово	Охрид	Прилеп	Скопје	Струмица	Тетово	Центар	Штип	Страница/ партии
ВМРО	да	да	да	не	да	да	да	да	да	да	да	да	да	да	да	14/15
ДПА	/	не	/	не	/	/	/	не	не	/	не	/	не	/	/	0/6
ДУИ	/	/	/	да	/	да	/	не	/	/	не	/	да	/	/	3/5
ЛДП	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	да	/	1/1
ЛП	не	/	/	/	/	/	/	/	/	/	не	/	/	/	/	0/2
НДМ	/	не	/	/	/	/	/	/	/	/	не	/	/	/	/	0/2
НДП	/	/	/	не	/	/	/	не	/	/	не	/	не	/	/	0/4
НК	/	не*	/	/	/	/	/	не	/	/	/	/	/	/	/	0/3
РА	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	не	/	/	/	/	0/1
СДПМ	не	не	не	/	не	/	не	/	не	/	/	не	/	не	не	0/9
СДСМ	да	да	не	не	да	/	не	да	не	не	да	не	не	/	не	5/13
СДУ	не	не	не	/	не	/	не	/	не	не	не	не	/	не	не	0/11
СНСМ	/	/	/	/	не	/	/	не	/	/	/	/	/	/	/	0/2
СТЛС	/	/	не	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	0/1
Стр./општ.	2/5	2/8	1/5	1/5	2/5	2/2	1/4	2/7	1/5	1/3	2/9	1/4	2/5	2/4	1/4	

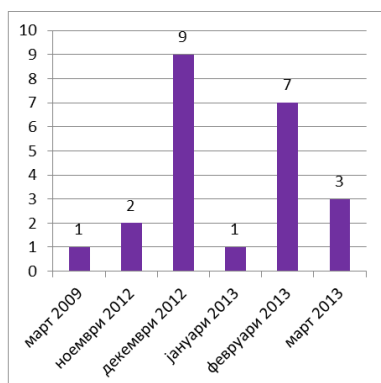
* Постојат два независни кандидати за општина Битола, но и двајцата немаат интернет-страница

Графикон 2 - Каков домен е регистриран за интернет-страницата на кандидатот



Сите 23 кандидати имаат регистрирано сопствен интернет домен каде е поставена самостојна интернет-страница. Најголем дел од нивните домени, 78 % (18), припаѓаат на врвниот македонски домен „.mk“, потоа 13 % (3) отпаѓаат на врвниот домен „.com“, а најмал дел, 9 % (2), се регистрирани со генеричкиот врвен домен „.info“. Покрај МарНЕТ, користени се услугите на GoDaddy и RegistryGate за регистрирање на останатите пет домени.

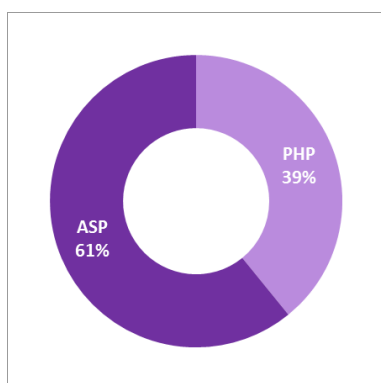
Графикон 3 - Период на регистрација на домените за интернет-страниците



На графикон 3 може да се забележи дека во декември 2012 г. се регистрирани 39 % (9) од интернет-страниците, а оние кои се регистрирани во февруари 2013 г. сочинуваат 30 % (7) од вкупниот број регистрирани домени. Најстариот домен е регистриран во март 2009 г.

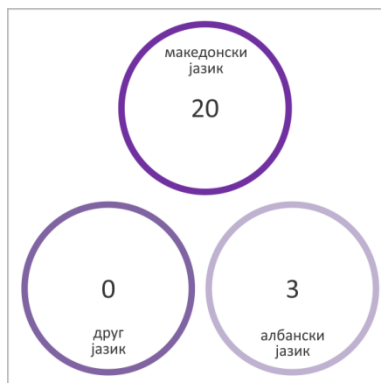
Геолокациски, најголем дел 78 % (18) од интернет-страниците се поставени на хостинг-сервер во Америка, 9 % (2) во Германија и по една интернет-страница е хостирана во Канада, Холандија и Македонија.

Графикон 4 – Користена технологија за изработка на интернет-страницата



Голем дел 61% (14) од интернет-страниците користат скриптирачки јазик ASP од затворен тип, поставени се на Microsoft Windows веб-сервер, но не е познато дали се користи систем за управување со содржини (CMS). Помал дел, 39 % (9) користат скриптирачки јазик PHP од отворен тип и се поставени на Linux веб-сервер. Забележана е употребата и на системи за управување со содржини: пет Вордпрес (Wordpress) CMS платформи, две Џумла (Joomla) и една Виво (Vivvo).

Графикон 5 - Употреба на јазици на интернет-страниците



Повеќејазичноста на интернет-страниците е важна од комуникациски аспект, па еден од параметрите за проверка беше токму бројот на јазици на кои се пишуваат содржините. Сите анализирани интернет-страници беа еднојазични, а се користеа два јазика: македонски кај 87 % (20) и албански кај 13 % (3) од интернет-страниците. Ниту кај една не беше забележана употреба на јазиците на помалите етнички заедници, ниту пак се користеа алатки за автоматски машински превод на содржините како што е Google Translate.

Табела 2 - Застапеност на комуникациски алатки на интернет-страниците

Комуникациски канал	Да	Не	Комуникациски канал	Да	Не
Поштенска адреса	39% (9)	61% (14)	RSS канал	83% (19)	17% (4)
Контакт телефон	39% (9)	61% (14)	Facebook Box	26% (6)	74% (17)
Имејл адреса	52% (12)	48% (11)	Like Button	22% (5)	78% (18)
Мејлинг листа	65% (15)	35% (8)	Tweeter Box	61% (14)	39% (9)
Контакт форма	91% (21)	9% (2)	Tweet Button	9% (2)	91% (21)

Од комуникациските алатки најмногу се употребува контакт формата 91 % (21) и дистрибуцијата на содржини преку канал RSS, 83 % (19), а најмалку се употребуваат копчињата за брзо споделување содржини на социјалните медиуми: Like – 22 % (5) и Tweet – 9 % (2) button. На една интернет-страница е забележано истакнување на број на факс.

Употреба на социјални медиуми

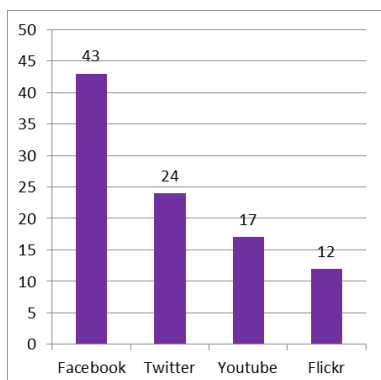
Во овој дел од извештајот се прикажани наодите од анализата на профилите на социјалните медиуми кои ги користат кандидатите за градоначалници. Покрај податокот дали користат, детално се проверени и на кој начин и во која мера се користат социјалните медиуми Фејсбук (Facebook), Твитер (Twitter) и Јутјуб (Youtube). Фликр (Flickr) не беше детално анализиран, бидејќи се користи само од страна на кандидати за градоначалници од една политичка партија.

Графикон 6 – Присуство на кандидатите на некој социјален медиум



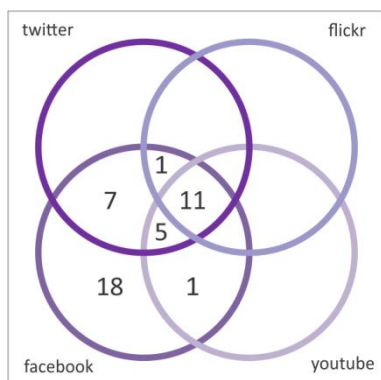
Голем дел 57 % (43) од кандидатите користат некој социјален медиум за пласирање информации и градење заедница. Останатите 43 % (32) не користат некој социјален медиум, а немаат ни сопствена интернет-страница. Од оние 43 кандидати кои користат барем еден социјален медиум, најголем дел 53 % (23) имаат и сопствена интернет-страница, а оние кои имаат профил на некој од социјалните медиуми, а немаат сопствена страница се 47 % (20). Сите кандидати кои имаат сопствена интернет-страница се присутни барем на еден социјален медиум.

Графикон 7 - Број на профили креирани по социјалните медиуми



Сите кандидати кои користат социјални медиуми имаат креирано профил на Фејсбук (Facebook), што претставува 57 % (43) од вкупниот број кандидати (75) чие присуство на интернет се анализира. Следен социјален медиум е Твитер кој е употребуван од страна на 32 % (24) од кандидатите, потоа Јутјуб со 23 % (17) и помал дел Фликр со 16 % (12). Покрај набројаните социјални медиуми, забележана е употреба и на Инстаграм (Instagram), Гугл Плус (Google +) и Блог (Blog) кај три различни кандидати (по еден профил). Ниту еден од кандидатите нема истакнато свој профил на Линкедин (Linkedin).

Графикон 8 - Употреба на социјалните медиуми од страна на кандидатите



Од графиконот може да се забележи дека 18 кандидати имаат креирано профил само на Фејсбук (Facebook), а бројот на кандидати кои имаат профил на сите четири социјални медиуми е 11. Седуммина кандидати имаат профил на Фејсбук и Твитер, а немаат на Јутјуб и Фликр.

Може да се забележи дека не постои кандидат кој има креирано профил само на еден од следниве социјални медиуми: Твитер Јутјуб или Фликр.

Употреба на Фејсбук (Facebook)

Во оваа анализа се вклучени официјалните јавни Фејсбук страница (page) страници, а не се земени предвид личните профили (profile) на кандидатите и Фејсбук групите (group). Како што претходно беше наведено, страница на Фејсбук имаат креирано 43 кандидати за градоначалници кои претставуваат 57 % од вкупниот број на градоначалници чие интернет-присуство се анализира. Од нив, 53 % (23) немаат сопствена интернет-страница.

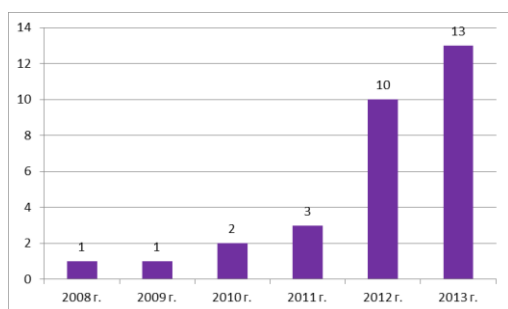
Табела 3 – Искористени можности кои ги нуди Фејсбук страница

	Да	Не
Дали се внесени информации во полето за опис?	63 % (27)	37 % (16)
Дали се внесени информации за контакт?	56 % (24)	44 % (19)
Дали се овозможени коментари на објавите?	100 % (43)	0 % (0)
Дали се користи можноста за пласирање настани?	37 % (16)	61 % (27)
Дали се прикачуваат мултимедијални записи?	100 % (43)	0 % (0)
Дали се користат сопствени (custom) апликации?	14 % (6)	86 % (37)

Во табела 3 е даден преглед на можности/ алатки за комуникација кои ги нуди Фејсбук како платформа и е проверена нивната употреба кај профилите на кандидатите. Можноста за внес на описни информации кои се однесуваат на страницата ја искористиле 63 % (27) од кандидатите, додека кај останатите ова поле е празно. Информации за контакт споделиле 56 % (24) од кандидатите и најчесто контактот е веб-линк до интернет-страницата на кандидатот.

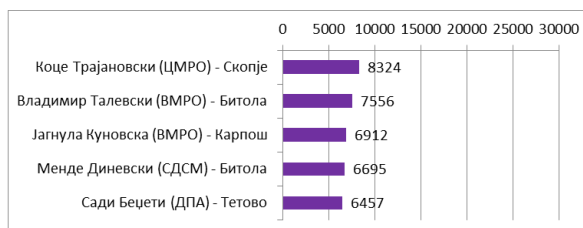
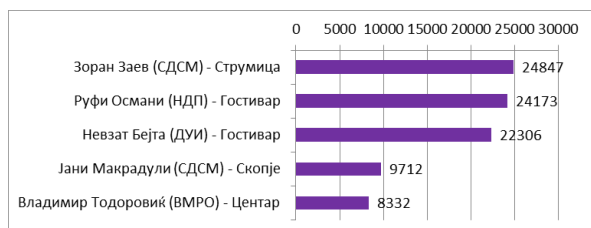
Можноста фановите да коментираат на објавите на страницата е овозможена кај сите 43 профили кои се анализирани. Целосна е и употребата на можноста за споделување на мултимедијални записи (аудио и видео). Алатката за пласирање на настани ја користат мал дел, 37 % (16) од кандидатите. Најниска, 14 % (6) е употребата на сопствени (custom) апликации кои не се дел од алатките кои Фејсбук ги нуди за користење на корисниците.

Графикон 9 - Година на креирање на Фејсбук страница на кандидатите



За 13 профили е непознат податокот кога истите се креирани, додека пак останатите 30 профили во просек се стари една година, каде 43 % (13) од нив се креирани во 2013 година непосредно пред изборите.

Најстариот профил е креиран во јануари 2008 година, додека пак последен е креиран на 10 март 2013 година.



Вкупниот број на фанови на овие страни е 206.325, што прави просек од 4.798 фанови по кандидат. Најмногу фанови има кандидатот Зоран Заев (СДСМ), најмалку Горан Мишков (СТЛС). Прикажани се десетте кандидати со најголем број на фанови (заклучно со 16.03.2013).

Употреба на Твитер (Twitter)

На социјалниот медиум Твитер се присутни 32 % (24) од кандидатите за градоначалник. Следува подетална анализа која се однесува на бројот на објави (твитови), бројот на корисници кои ги следат, бројот на корисници од кои се следени и информации за староста на профилите.

Табела 4 - Каква е употребата на Твитер од страна на кандидатите

	Просек	Мин.	Макс.
Број на објави (tweets)	238	0	2068
Број на корисници кои ги следат (following)	143	0	915
Број на корисници од кои се следени (followers)	130	12	654

Во просек кандидатите на Твитер следат објави на 143 твитер-корисници (following), имаат по 238 објави (tweets) кои се следени од 130 твитер-корисници (followers). Најмногу објави – 2068 има Стевчо Јакимовски (СНСМ) кој исто така следи и најголем број корисници - 915, а најмногу корисници ги следат објавите на Јани Макрадули (СДСМ) – 654.

Најстариот профил на Твитер е креиран на 31 декември 2008 година (Руфи Османи - НДП), а последно креиран е на 7 март 2013 година (Андреј Петров - СДСМ). Најголем дел од Твитер профилите 83 % (20) се креирани во последните 12 месеци, а 67 % (16) се креирани во 2013 година.

Употреба на Јутјуб (YouTube)

Социјалниот медиум за споделување на видео записи – Јутјуб (YouTube) се користи од страна на 23 % (17) од кандидатите.

Табела 5 - Употреба на Јутјуб од страна на кандидатите

	Просек	Мин.	Макс.
Број на прикачени видеа	33	3	109
Вкупен број на прегледи	5172	284	24356
Најгледан видео запис	1471	173	5125
Број на претплатници	9	1	29

На своите профили на Јутјуб, кандидатите прикачуваат во просек по 33 видеа кои се гледани во просек по 5172 пати. На секој профил во просек се претплатени по 9 корисници.

Најгледаното видео е прегледано 5125 пати, прикачено од Васил Пишев (ВМРО-ДПМНЕ), кој исто така има најголем број на прикачени видеа (109). Најголем број (29) на претплатници на профилот на Јутјуб има кандидатот Марјан Ристески (ВМРО-ДПМНЕ).

Најстариот Јутјуб профил е креиран на 7 март 2009 година (Здравко Коцев - СДСМ), а последно креираниот е на 13 март 2013 година (Зоран Дамјановски – СДСМ). Најголемиот дел 94 % (16) од профилите се креирани во 2013 година.

Заклучоци

1. **Речиси половина од кандидатите за градоначалници од анализираните 15 општини кои учествуваат во локалните избори 2013 година, немаат свое интернет-присуство.**

Можноста што ја дава интернетот ја немаат искористено 43 % (32) од кандидатите кај кои не беше забележано присуство на сопствена интернет-страница ниту пак употреба на некој од социјалните медиуми каде креирањето на профили е бесплатно и лесно. Погolem е бројот на кандидати кои имаат креирано профил на социјалните медиуми (57 %) отколку бројот на оние кои имаат сопствена интернет-страница (31 %). Податокот дека сите интернет-страници се еднојазични укажува дека комуникацијата на содржините со граѓаните од другите етнички заедници е ограничена.

2. **Само една третина од кандидатите имаат лична интернет-страница, од нив само незначителен дел ја имаат поставено на веб-сервер во Македонија.**

Мал дел (31 %) од кандидатите имаат сопствена интернет-страница и најголем дел од нив се креирани во последниот квартал на 2012 година и првиот квартал на 2013 година. Комуникацијата преку интернет-страниците е отежната и со ограничувањето на достапноста на содржините на повеќе од еден јазик. Контакт-формата е алатка која најчесто (91 %) се сретнува на интернет-страниците, но недостасува споделување на дополнителни контакт-информации како имејл адреса (48 %) и контакт телефон (61 %).

3. **Употребата на социјалните медиуми е поголема од онаа на интернет-страниците.**

Најмногу профили се креирани на социјалниот медиум Фејсбук (Facebook) (43) кој воедно претставува и најпосетувана интернет-страница во Македонија (Прво место според Alexa.com, заклучно со 19.03.2013) каде во моментот на пишување на овој извештај има 1.015.320 профили од Македонија (заклучно со 19.03.2013). Според бројот на профили кои ги има еден кандидат креирано, најмногу се оние кои имаат креирано само еден профил (42 %), потоа оние кои имаат креирано профил на четири социјални медиуми (25 %) следени од оние кои имаат креирано два профила (19 %), а најмалку се оние кои имаат креирано профили на три социјални медиуми. Употребата на Јутјуб (23 %) во однос на Твитер (32 %) е помала и покрај тоа што според Alexa.com, Јутјуб е на трето место по посетеност во Македонија, а Твитер е на 21-то место (заклучно со 19.03.2013).

4. **Можностите кои ги нуди интернет просторот се користат само во период на избори, а истото важи и за градењето на заедници на социјалните медиуми.**

Поголемиот дел од профилите на социјалните медиуми се креирани непосредно пред изборите. Просечна старост на профил на интернет-страниците е 0,65 години, на Фејсбук е 1 година, на Твитер е 0,75 години, а на Јутјуб е 0,2 години.

Листа на кандидати по општина кои се вклучени во анализата

Аеродром

- Драгољуб Јаќоски | СДПМ
- Ивица Коневски | ВМРО-ДПМНЕ
- Маја Миловановиќ – Михајловиќ | СДУ
- Мимица Антовска | Либерална партија
- Диме Велковски | СДСМ

Битола

- Африм Селими | ДПА
- Владимир Талески | ВМРО-ДПМНЕ
- Зоран Лазароски – Паљо | Група избирачи
- Јорго Огненовски | Група избирачи
- Ѓоко Дамески | СДУ
- Лилјана Настеска | СДПМ
- Љубомир Груевски | НДМ
- Менде Диневски | СДСМ

Велес

- Горан Мишков | Сојуз на титови леви сили
- Марјан Спасовски | СДУ
- Славчо Чадиев | ВМРО-ДПМНЕ
- Тања Петровска | СДПМ
- Аце Коцевски | СДСМ

Гостивар

- Миат Садику | ДПА
- Невзат Бејта | ДУИ
- Руфи Османи | НДП
- Сашо Аќимоски | ВМРО-ДПМНЕ
- Зоран Ангелов | СДСМ

Карпош

- Александар Георгиевски | СДПМ
- Јагнула Куновска | ВМРО-ДПМНЕ
- Небојша Давидовски | СДУ
- Стевчо Јакимовски | СНСМ
- Андреј Петров | СДСМ

Кичево

- Благоја Деспотоски | ВМРО-ДПМНЕ
- Фатмир Дехари | ДУИ

Кочани

- Горан Нисов | СДПМ
- Миле Андонов | СДСМ
- Ратко Димитровски | ВМРО-ДПМНЕ
- Симо Веселинов | СДУ

Куманово

- Алил Кургиши | ДПА
- Ариф Љатифи | ДУИ
- Виктор Цветковски | Група избирачи
- Зоран Ѓорѓиевски | ВМРО-ДПМНЕ

- Предраг Божичковиќ | СНСМ
- Фатри Салиу | НДП
- Зоран Дамјановски | СДСМ

Охрид

- Александар Митревски | СДПМ
- Васил Ристески | СДУ
- Никола Бакрачески | ВМРО-ДПМНЕ
- Фетах Елмази | ДПА
- Александар Петрески | СДСМ

Прилеп

- Зоран Петрески | СДУ
- Марјан Ристески | ВМРО-ДПМНЕ
- Хари Локвенец | СДСМ

Скопје

- Артан Груби | ДУИ
- Беким Фазлиу | ДПА
- Габриела Арсова Милошевска | Републиканска алијанса
- Горан Николовски | Либерална партија
- Жаклина Николиќ | СДУ
- Злате Војновски | НДМ
- Јани Макрадули | СДСМ
- Коце Трајановски | ВМРО-ДПМНЕ
- Љуљзим Фаризи | НДП

Струмица

- Васил Пишев | ВМРО-ДПМНЕ
- Панче Јанков | СДУ
- Ристо Божијанов | СДПМ
- Зоран Заев | СДСМ

Тетово

- Горан Манојлоски | ВМРО-ДПМНЕ
- Изет Зеќири | НДП
- Сади Беџети | ДПА
- Теута Арифи | ДУИ
- Ивица Зориќ | СДСМ

Центар

- Андреј Жерновски | ЛДП
- Владимир Тодоровиќ | ВМРО-ДПМНЕ
- Горица Трајковска | СДПМ
- Цуте Трајчески | СДУ

Штип

- Илчо Захариев | ВМРО-ДПМНЕ
- Марика Чанева | СДПМ
- Мијалче Поп Андонов | СДУ
- Здравко Коцев | СДСМ

Дополнителни информации



Веб-страница: mojotizbor.mk

Пријавување неправилности во изборниот процес:
<https://mojotizbor.crowdmap.com/>

Мониторинг на медиуми: <http://daily.mk/izbori>

Twitter: <https://twitter.com/mojotizbor>

Facebook: <https://www.facebook.com/mojotizbor>

Целта на проектот „Платформа за интегрирано набљудување на изборите“ е да се придонесе за фер и демократски избори, преку поддршка на професионалната и транспарентна работа на изборните органи, зајакнато професионално и етичко известување за изборите во медиумите и промоција на конструктивен демократски дискурс за време на кампањата и самиот изборен ден.

Проектот вклучува активности за анализа на изборните програми и листите на кандидати, набљудување на известувањето на медиумите, набљудување на работата на изборните органи, изборната кампања и самиот ден на избори.

За прв пат проектот беше спроведен за парламентарните избори во 2011 година.

Проектот го спроведуваат во партнерство Македонскиот центар за меѓународна соработка (МЦМС) и Институтот за демократија Социетас Цивилис (ИДСЦС).

Листа на поврзани публикации

Интернет-присуство на партиите во изборите 2011: <http://mcms.org.mk/mk/za-nasata-rabota/istrazuvana-i-publikacii/lista-na-istrazuvana-i-publikacii/1084-internet-prisustvo-na-partiite-vo-izborite-2011.html>

Граѓаните за изборите - завршна анкета, 2013: <http://mcms.org.mk/mk/za-nasata-rabota/istrazuvana-i-publikacii/1393-graganite-za-izborite-zavrshna-anketa.html>

Граѓаните за локалните избори, 2013: <http://www.mcms.mk/images/docs/2013/graganite-za-lokalnite-izbori-2013.pdf>
<http://www.mcms.mk/images/docs/2013/graganite-za-lokalnite-izbori-2013.pdf>

Профилот на мојот градоначалник, 2013: <http://mcms.org.mk/mk/za-nasata-rabota/istrazuvana-i-publikacii/1359-profilot-na-mojot-gradonachalnik.html>

Профилот на мојот пратеник, 2011: <http://www.mcms.mk/images/docs/2011/profil-na-mojot-pratenik-2011-mcms.pdf>