

Автор: Борис Ристовски

Дата: Март 2013

ISBN: 978-608-4681-09-0

PDF: [internet-prisustvo-na-kandidatite-vo-izborite-2013.pdf](#)



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 %.