

## Интернетот и социјалните медиуми само за избори

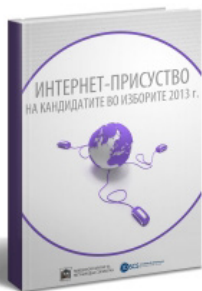
Просечна старост на профил на интернет-страниците е околу 8 месеци, на Фејсбук е 1 година, на Твитер 9 месеци, а на Јутјуб е околу 2 месеци, покажа анализата на интернет присуството на кандидатите во изборите 2013. Анализата опфати 15 општини во кои има 75 кандидати за градоначалници од кои 32 (43%) воопшто не се присутни на интернет.

Кандидатите почесто приобегнуваат кон социјалните медиуми. Повеќе од половината од анализираниите (57%) имаат креирано профил на социјалните медиуми, а само 31% имаат сопствена интернет-страница. Најмногу профили се креирани на социјалниот медиум Фејсбук (43). Кандидатите најчесто регистрирале по еден профил (42%), а секој четврти има креирано четири профили на социјалните медиуми. Твитер го употребуваат 32% од кандидатите, а популарниот Јутјуб 23%.

Кандидатите делумно покажале интерес да комуницираат со посетителите на нивните интернет страници. Кај 91% од интернет страниците е употребена е контакт-формата како алатка, ама кај 61% недостасуваат дополнителните контакт информации како што е телефон или имејл адресата, кај 48%.

Јазикот е уште едно од ограничувањата. Интернет страниците се еднојазични, а достапноста на содржините на друг јазик не е направена ниту преку алатката за автоматски машински превод како што е Гугл Транслејт.

Анализата е дел од проектот „Мојот избор“, што го спроведуваат МЦМС и ИДСЦ. Проектот вклучува истражувања, набљудување на изборните програми и кампањи, на медиумите, на изборната администрација и на денот на гласањето.



## Испитување на јавното мислење за локалните избори 2013

Македонскиот центар за меѓународна соработка (МЦМС) во соработка со Институтот за демократија (ИДСЦ), во рамки на проектот „Мојот избор“ спроведоа повеќе испитувања на јавното мислење.

Пред почетокот на изборната кампања беше подготвен извештајот „Профилот на мојот градоначалник“, а веднаш потоа беа направени и рејтинзите на кандидатите и партиите во 12 општини: Аеродром, Битола, Велес, Гостивар, Карпош, Куманово, Охрид, Прилеп, Струмица, Тетово, Штип и градот Скопје. Граѓаните беа прашани за кој од кандидатите ќе го дадат својот глас и за која од советничките листи. Освен тоа, беше проверувана и можната излезност на граѓаните на изборите.

Пред истекот на законскиот рок за објавување на анкети, МЦМС и ИДСЦ ја објавија завршната анкета за ефектите на кампањата за определување на граѓаните за кого ќе го дадат својот глас на 24 март 2013. Анкетата покажа дека за поголемиот дел од испитаниците (32,8%) кампањата воопшто не влијаела на нивната одлука за кого ќе гласаат за градоначалник. Од друга страна, 17,8% изјавиле дека кампањата многу влијаела на нивната одлука. За 39,8% граѓани ефектот на кампањата бил во дополнителното убедување за веќе формираните став. Само кај мало малцинство од граѓаните (5,3%) кампањата го променила постоечкото мислење и тие се одлучиле да гласаат за друг кандидат или да не гласаат (4,9%).

На прашањето, што било одлучувачко во изборот за кој кандидат ќе гласаат, најголем дел од граѓаните изјавиле дека тоа биле досегашните резултати на

кандидатите, односно партиите (35,8%). Следуваат одговорите „мојата партија“ (16,4%) и „семејството“ (13,1%), додека изборната кампања учествува со 9,8% во одлуката за гласање.

На прашањето дали постоеле фер услови за сите политички партии да ја спроведуваат својата кампања, мислењата се поделени – поголем дел (32,1%) од испитаниците сметаат дека целосно постоеле фер услови, незначително помалку (31,7%) дека имало делумно фер услови, а 27,3% од граѓаните сметаат дека воопшто не постоеле фер услови за спроведување на кампањата. Од друга страна, на прашањето дали веруваат дека изборите на 24 март ќе бидат фер и демократски, значително мнозинство (72,8%) смета дека ќе бидат такви – фер и демократски.



На крајот, граѓаните беа прашани и за нивната перцепција за тоа која партија би победила на овие избори (не за рејтингот, односно за кого тие ќе гласаат). Перцепцијата на 48,5% од граѓаните е дека тоа ќе биде ВМРО-ДПМНЕ, 15,5% дека тоа ќе биде СДСМ, 8,5% ДУИ, а 4,3% ДПА.

Истражувањето беше направено преку телефонска анкета на 18 март 2013 година, на репрезентативен примерок од 825 испитаници со +/- 3,5% грешка. Целосниот извештај од анкетата може да се најде на страницата Мојот избор: [www.mojotizbor.mk](http://www.mojotizbor.mk).

## WWW.MOJOTIZBOR.MK

МЦМС и ИДСЦ како дел од проектот Мојот избор, посветен на локалните избори 2013 година ја воспоставија и истоимената веб страница. На неа беа презентирани голем број информации поврзани со кандидатите за градоначалници, програмите, изборните кампањи, медиумите, изборниот процес и рејтинзите. Мојот избор 2013 – имаше за цел да помогне на граѓаните да добијат доволно информации за да можат да го направат својот избор на 24 март 2013 година. Дополнително, информациите презентирани тука, им стоеа на располагање и на новинарите при подготовката на нивните анализи и написи поврзани со локалните избори 2013 година.

Веб страната беше динамична и информациите во неа постојано се обновуваа. Беа поставени имињата на сите кандидати за градоначалници, а за дел од нив од 15-тина фокус општини (за кои имаше достапни информации) беа објавени подетални биографии. На страницата беа поставени 92 програми на кандидати за градоначалници или на политички партии. На основа на програмите потоа беа направени инфографици каде беа поредени програмите на кандидатите во седум општини и градот Скопје.

На [www.mojotizbor.mk](http://www.mojotizbor.mk) граѓаните можеа да се информираат и за распоредите на митинзи на политичките партии и за избирачките места. Тие самите, доколку забележале, можеа да пријават неправилности на изборниот процес. На веб страната беа објавени и рејтинзите на партиите и кандидатите (на национално ниво и во неколку општини), а по првиот круг, тука беа објавени и резултатите.

На [www.mojotizbor.mk](http://www.mojotizbor.mk) граѓаните можеа да се информираат и за распоредите на митинзи на политичките партии и за избирачките места. Тие самите, доколку забележале, можеа да пријават неправилности на изборниот процес. На веб страната беа објавени

Сиџе информации  
за изборите  
во Македонија  
на едно место

WWW.MOJOTIZBOR.MK

2013  
**МОЈОТ  
ИЗБОР**



## Главните предизвици во Југоисточна Европа

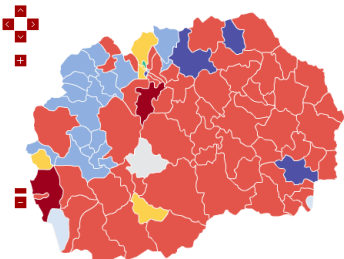


На 5 март 2013 година Александар Кржаловски и Борјан Ѓузелов, како претставници на МЦМС беа дел од воведната конференција на мрежата за лидерство за развој и интегритет во Југоисточна Европа (South-East Europe Leadership for Development and Integrity - SELDI). Дискутирајќи на темата „Добро владеење во југоисточна Европа и Турција: размена на искуствата во борбата против корупција“, граѓанските организации од регионот ги разменија своите национални искуства и истакнаа мерки за постигнување на поголема вклученост на граѓанското општество во борбата против корупција.

SELDI е дел од проектот „Регионална платформа за борба против корупција“, а МЦМС е партнерот од Македонија. Платформата ја сочинуваат граѓански организации од девет држави од регионот (Албанија, БиХ, Бугарија, Хрватска, Косово, Македонија, Црна Гора, Србија и Турција.) Преку активностите од проектот ќе им се зголеми капацитетите на граѓанските организации во регионот за активно следење на политики и активности поврзани со борба против корупција. Целта е граѓанското општество да стане подинамично во соочувањето со тој општествен проблем.

## Резултати од Локалните избори 2013

На [www.mojotizbor.mk](http://www.mojotizbor.mk) може да се видат и резултатите од првиот и од вториот круг на изборите. Интерактивната мапа го содржи составите на општинските совети, политичките партии кои се дел од нив и избраните градоначалници.



## Инфографици за програмите на кандидатите

Дел од „Мојот избор“ беа и инфографиците преку кои беа претставени анализите на програмите на кандидатите за градоначалници во 8 општини. Во анализите беа опфатени темите кои се во надлежност на локалната администрација, а кои кандидатите за градоначалници ги третираа во своите програми. Покрај нив, беше додадена и религијата како едно од прашањата што кандидатите го третираа во своите предизборни настапи, а го вклучуваа и во програмите. Темите опфаќаа: урбанистичко планирање, локален економски развој, култура, образование, заштита и спасување, животна средина, комунални дејности, социјална и детска заштита, спорт и рекреација, здравство, граѓанско учество, ИКТ, транспарентност и отчетност и религија.

Во инфографиците можат да се споредат клучните ветувања на кандидатите за секоја од темите. Ветувањата се сумирани што овозможува на едно место да се прегледаат две обемни програми.

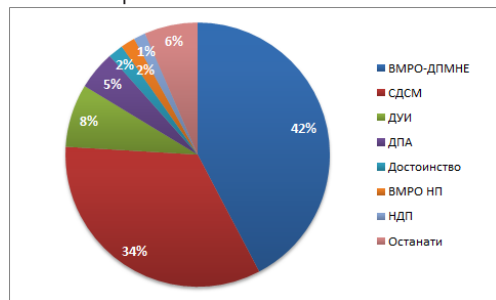
Беа објавени програмите на кандидатите за градоначалници на Скопје, на кандидатите за градоначалници на Велес, Битола, Центар, Карпош, Куманово, Охрид и на Струмица.

Целта на ваквата споредба на програмите и зацртаните планови на кандидатите за градоначалници беше да придонесе кон подобра информираност на граѓаните која ќе им овозможи да донесат информирана одлука за локалните избори 2013.



## Известувањето на медиумите за локалните избори 2013

Следењето на известувањето на медиумите на теми поврзани со Локалните избори 2013 беше дел од проектот Мојот избор на МЦМС и ИДСЦС. Агрегирањето на презентираниите информации се правеше во соработка со порталот Daily.mk. Презентираните податоци се собрани од 62 медиуми кои имаат свои он-лине изданија. Темите се поделени во пет категории: политички партии, општини (вкл. и градот Скопје), кандидати за градоначалници, теми релевантни за локалниот развој (согласно со законските надлежности на општините) и медиуми. Објавите се следеа и анализираа на дневно ниво, со графички прикази за секој ден од кампањата. Пред финалниот, беа направени три неделни пресеци на известувањето за локалните избори 2013.



### Политички партии

Кај објавите во кои се спомнуваат политичките партии имаше благи варирања. Најмногу застапена во медиумите беше ВМРО-ДПМНЕ со 42% од вкупните објави поврзани со локалните избори 2013. Втора најзастапена е СДСМ со 34%. Кај ДУИ вкупното присуство во медиумите изнесуваше 8%. Нешто пониско беше присуството на ДПА во медиумите и изнесуваше 5%. За место во седумте најспоменувани се изборија и Достоинство, ВМРО-НП со по 2% и НДП со 1%. На останатите политички партии им останаа 6% од медиумскиот простор.

### Општини

Кај општините, процентот на известување за седумте најчесто спомнети изнесува 46%. Најмногу се известу-

вало за Скопје 13%, потоа за Центар (9%), Карпош (7%) и за Охрид (5%). Процентуално исто се известувало за Битола, Струмица и Кичево, по 2%. Четири (Центар, Карпош, Струмица и Кичево) од седумте општини и градот Скопје беа константа во сите три неделни пресеци. Интересот на медиумите повремено ги воведувааше во оваа седумка и општините Куманово и Струга.

### Кандидати

Најспоменуваните седум кандидати за градоначалници имаат 34% од медиумскиот простор посветен на локалните избори 2013. Во првиот неделен пресек, седум кандидати за градоначалници имаа дури 45% од просторот. Потоа овој процент се намалуваше во корист на другите кандидати и во третата недела стигна до 32%. Просечно најмногу интерес имало за Андреј Петров и за Коце Трајановски, по 7%, а втората група ја сочинуваат кандидати со по 4% и тоа, Јани Макрадули, Јагнула Куновска, Зоран Заев, Владимир Тодоровиќ и Стевчо Јакимовски.

### Теми

Комунални дејности (25%), транспарентност и отчетност (20%) и спорт и рекреација (15%) во трите недели беа неприкосновената тројка на врвот на листата теми што ги следеа медиумите во врска со локалните избори 2013. И културата (7%) и локалниот економски развој (5%) беа константа на листата седум најинтересни теми. Образованието (6%) се појави во втората недела и варираше меѓу 5% и 7%, а ИКТ варираше меѓу 8% и 6%, во првата и третата недела. На листата повремено се појавуваа и социјална и детска заштита и урбанистичко планирање.

### Медиуми

На крај, може да се види кои од медиумите најчесто известувале за темите поврзани со локалните избори. А10Н е на врвот на листата (11%) и заедно со Плюс инфо (9%) и Сител (8%) постојано се во првите три медиуми кои најмногу известуваат за локалните избори 2013. Курир (7%) секогаш е на четвртото место на листата, а потоа следуваат Скај МК (6%), Максим и Бриф со по 5%.