



МАКЕДОНСКИ ЦЕНТАР ЗА  
МЕЃУНАРОДНА СОРАБОТКА



Институт за демократија  
Социетас цивилис - Скопје

МАКЕДОНСКИ МЕДИУМИ  
ИНСТИТУТ ЗА



## ИЗБОРНИТЕ КАМПАЊИ НА ПОЛИТИЧКИТЕ ПАРТИИ

Ставови на граѓаните

**Издавачи**

Македонски центар за меѓународна соработка (МЦМС)  
Институт за демократија Социетас цивилис – Скопје (ИДСЦС)  
Македонски институт за медиуми (МИМ)

**За издавачите**

Сашо Клековски, прв извршен директор на МЦМС  
Александар Кржаловски, извршен директор на МЦМС  
Владимир Мисев, претседател на ИДСЦС  
Билјана Петковска, извршен директор на МИМ

**Автори**

Сашо Клековски  
Александар Кржаловски

**Подготовка**

Даниела Стојанова, МЦМС

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

**МЦМС, ИДСЦС, МИМ**

Сите права се задржани, репродуцирањето, копирањето, трансмисијата или преводот на кој било дел од оваа публикација може да се изврши единствено под следните услови: со претходна дозвола на издавачите, заради цитирање во анализа на книгата и под услови изложени во продолжение.

Авторското право на оваа публикација е заштитено, но публикацијата може да се репродуцира на кој било начин и без наплата за едукативни намени. За копирањето во други услови, за употреба во други публикации или пак за превод или адаптација, треба да се обезбеди претходна дозвола од издавачите.

# СОДРЖИНА

Вовед.....	3
Влијание на изборните кампањи.....	4
Односот на медиумите .....	7

## Листа на кратенки

ВМРО-ДПМНЕ	ВМРО - Демократска партија за македонско национално единство
СДСМ	Социјал демократски сојуз на Македонија
ДУИ	Демократска унија за интеграција
ДПА	Демократска партија на Албанците
НД	Нова демократија
ЛДП	Либерал демократска партија
НДП	Национална демократска преобразба
ВМРО-НП	ВМРО - Народна партија
ОМ	Обединети за Македонија

## ВОВЕД

Македонскиот центар за меѓународна соработка (МЦМС), Институтот за демократија Социетас цивилис - Скопје (ИДСЦС) и Македонскиот институт за медиуми (МИМ) во април 2011 г. започнаа повеќе заеднички активности за вонредните парламентарни избори, кои вклучуваат истражувања, набљудување на изборните програми и кампањи, на медиумите, на изборната администрација и на денот на гласањето.

Дел од активностите се и испитувањата на јавното мислење за прашања поврзани со изборите, како карактеристиките на кандидатот за пратеник, можните изборни нерегуларности, изборните кампањи на политичките партии и сл. Во овој извештај се презентирани мислењата на граѓаните за текот на изборната кампања и односот на медиумите.

Испитувањето на јавното мислење е направено преку телефонска анкета од страна на ИДСЦС од 25 до 27 мај 2011 г. на репрезентативен примерок од 1.111 испитаници со +/- 3 % грешка. Популациската рамка на примерокот беше население постаро од 18 години, а критериумите за репрезентативност беа: пол, етничка припадност, возраст, место на живеење и региони. Од 1.111 испитаници, 55,0 % беа жени, а 45,0 % мажи, во однос на етничката застапеност 69,9 % од испитаниците беа Македонци, а 24,3 % Албанци, додека другите етнички групи беа застапени со 5,8 %. Во однос на местото на живеење, руралната популација беше застапена со 29,3 %, додека градската со 70,7 % (градот Скопје со 23,4 %).

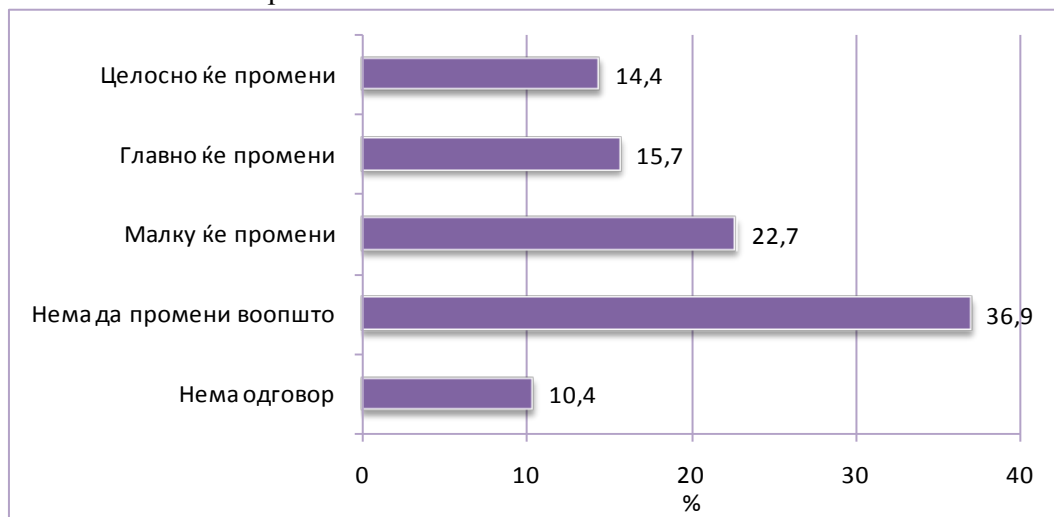
Резултатите се прикажани во графикони на ниво на целиот примерок. Покрај графиконите, податоците се прикажани и во бројки. Во извештајот незначително малцинство се употребува за одговори помалку од 10 % од примерокот, мало малцинство за 11 % до 30 %, малцинство за 30 % до 50 %, мнозинство за 51 % до 70 % и големо мнозинство за повеќе од 70 %.

Социо-демографските анализи за помалобројните социо-демографски групи поради нивното мало учество во националниот примерок не се коментирани во овој извештај.

## ВЛИЈАНИЕ НА ИЗБОРНИТЕ КАМПАЊИ

Изборната кампања воопшто нема или малку ќе промени во рејтинзите на партиите, е став на мнозинството граѓани (59,6%), за разлика од 30,1% кои очекуваат голема или целосна промена на рејтинзите.

Графикон 1. Дали сметате дека изборната кампања ќе направи промена во рејтинзите на политичките партии?



Ниту една кампања не им се допаѓа на 24,8 % од граѓаните, а сите кампањи им се допаѓаат на 3,1 %, додека 19,9 % не одговориле. Од определените, на најмногу граѓани им се допаѓа кампањата на ВМРО-ДПМНЕ (22,4 %), потоа на СДСМ (10,5 %) и на ДУИ (8,6 %). Не им се допаѓа кампањата на СДСМ (15,9 %), потоа на ВМРО-ДПМНЕ (13,6 %), ниту една кампања не им се допаѓа на 9,4 %, Обединети за Македонија (6,9 %) и ДУИ (5,1 %).

Најпозитивни оценети кампањи (индекс пресметан како однос на граѓани на кои им се допаѓа кампањата, наспроти оние на кои не им се допаѓа) имаат партиите НДП (индекс 4,6), ЛДП (3,0) и ВМРО-НП (2,0) додека најнегативна е онаа на Обединети за Македонија (индекс 0,1), потоа на СДСМ (0,7) и ДПА (1,0).

Табела 1. Чија кампања ви се допаѓа?

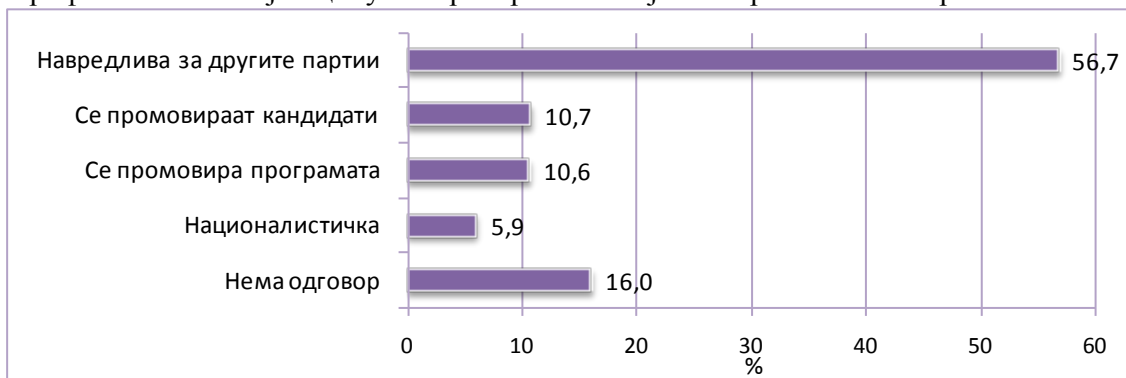
	Допаѓа	Не ми се допаѓа	Индекс
НДП	2,3 %	0,5 %	4,6
ЛДП	1,2 %	0,4 %	3,0
Друга	0,7 %	0,3 %	2,3
ВМРО - НП	1,0 %	0,5 %	2,0
НД	1,3 %	0,7 %	1,9
ДУИ	8,6 %	5,1 %	1,7
ВМРО - ДПМНЕ	22,4 %	13,6 %	1,6
ДПА	3,2 %	3,1 %	1,0
СДСМ	10,5 %	15,9 %	0,7
ОМ	0,9 %	6,9 %	0,1
Достоинство	0,2 %	0,0 %	0,0
Демократска десница	0,1 %	0,0 %	0,0
Вкупно	52,4 %	47,0 %	1,1



На етничките Македонци најмногу им се допаѓаат кампањите на ВМРО-ДПМНЕ 30,0 %, СДСМ 13,4 %, ЛДП 1,5 %, ВМРО-НП 1,4 % и ОМ 1,2 %. На етничките Албанци најмногу им се допаѓаат кампањите на ДУИ 33,7 %, на ДПА 13,3 %, НДП 8,9% и НД 4,8 % и СДСМ 1,1 %.

**Реториката на кампањата е навредлива** за другите партии, мисли мнозинството на граѓани (56,7 %). Околу 11 % оцениле дека во кампањата се промовираат кандидатите за пратеници, односно изборната програма на партијата/коалицијата.

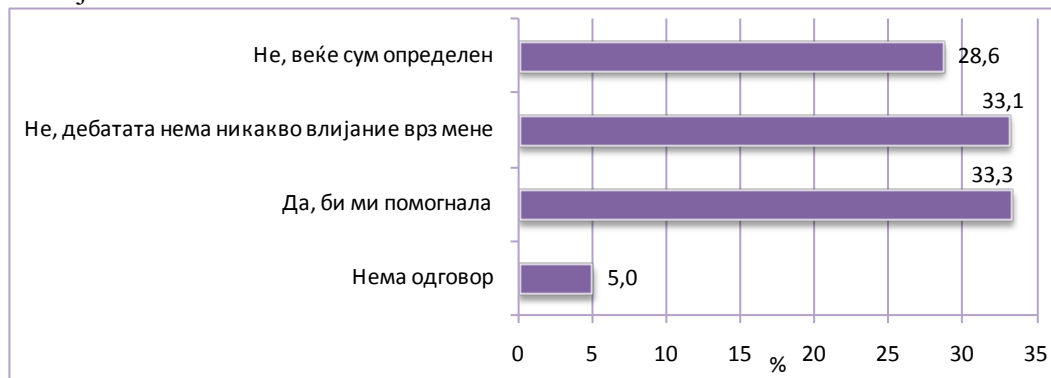
Графикон 2. Како ја оценувате реториката која се користи во изборната кампања?



Етничките Македонци ја перципираат кампањата навредлива (67,3 %) почесто од етничките Албанци (24,8 %), и обратно етничките Албанци ја перципираат кампањата понационалистичка (14,4 %) од етничките Македонци (3,2 %).

**Дебата помеѓу политичките лидери не би им помогнала да се одлучат за кого да гласаат** на мнозинството граѓани (61,7 %), бидејќи или се веќе определени (28,6 %) или дебатата нема никакво влијание врз нив (33,1 %).

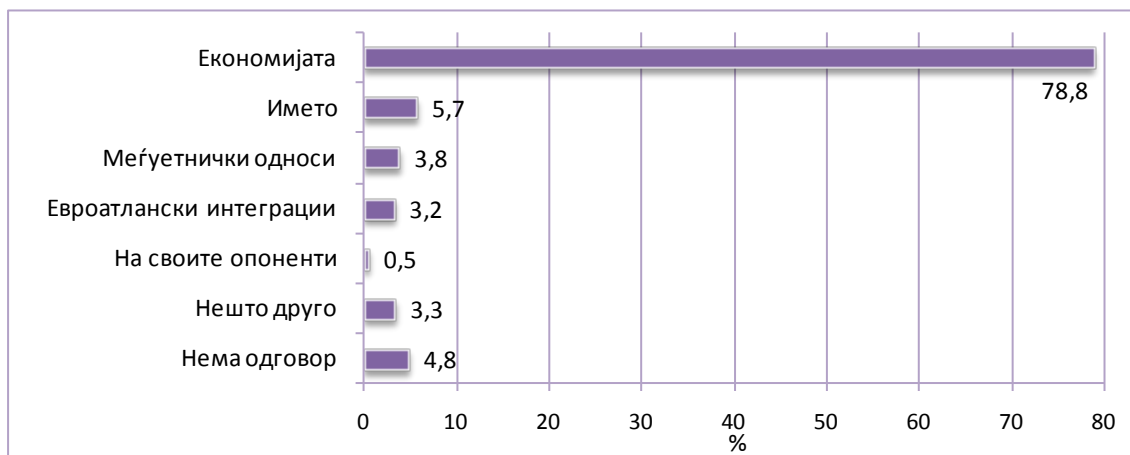
Графикон 3. Дали дебата помеѓу политичките лидерите би ви помогнала да се одлучите за кој ќе гласате?



Лидерската дебата повеќе би им помогнала на етничките Албанци (44,1 %) отколку на етничките Македонци (29,5 %).

**Економијата** (невработеност, сиромаштија, инвестиции) е **убедливо главното прашање** кое ги интересира граѓаните на овие избори (78,8%). За другите можни прашања граѓаните не очекуваат толку внимание во кампањата: името е прашање за најмногу внимание за 5,7 %, меѓуетничките односи 3,8 %, евроатлантски интеграции 3,2 %.

Графикон 4. На кое прашање политичките партии треба да посветат најмногу внимание во кампањата?

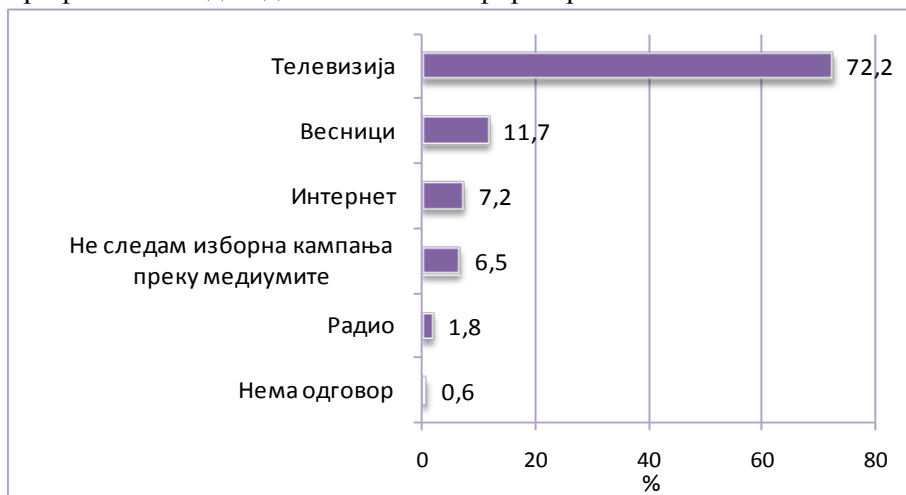


Економијата е еднакво важна и за етничките Македонци и етничките Албанци. На етничките Албанци им се повеќе важни и меѓуетничките односи (11,1%), отколку на етничките Македонци (1,1%).

## ОДНОСОТ НА МЕДИУМИТЕ

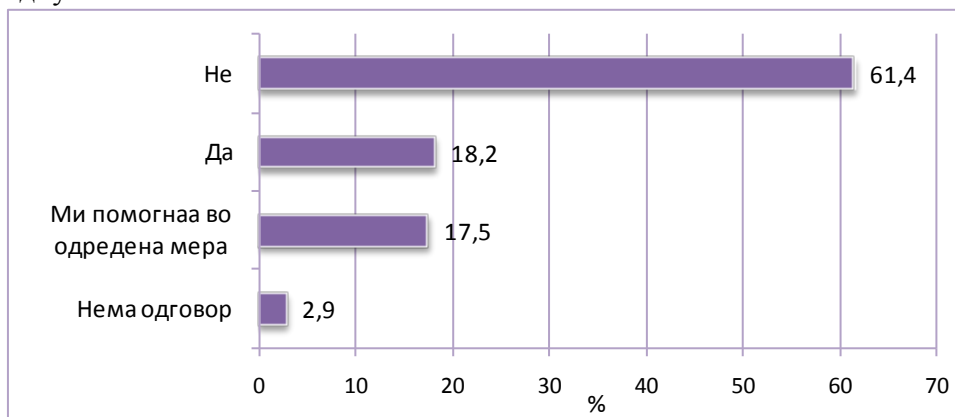
Мнозинството граѓани, за кампањата **се информираат преку телевизиите (72,2%)**, а мал дел преку весници (11,7%), интернет (7,2%).

Графикон 5. Од каде главно се информирате за кампањата?



**На 61,4% граѓани тие информации нема да им помогнат** во одлуката за кого ќе гласаат, додека на 35,7% ќе им помогнат.

Графикон 6. Дали информациите добиени од медиумите ви помогнаа полесно да се одлучите за кого ќе гласате?



Сите или поголем дел од **медиумите не известуваат објективно**, оценуваат мнозинството граѓани (61,3 %).

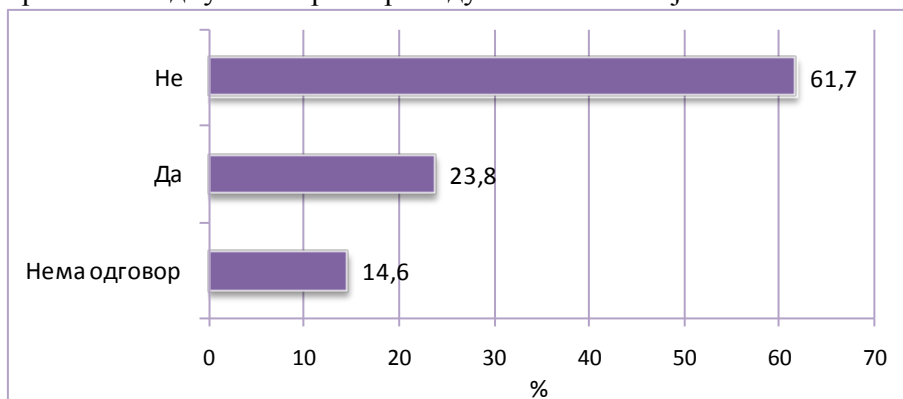
Графикон 6. Дали сметате дека медиумите во целина објективно известуваат за изборната кампања?





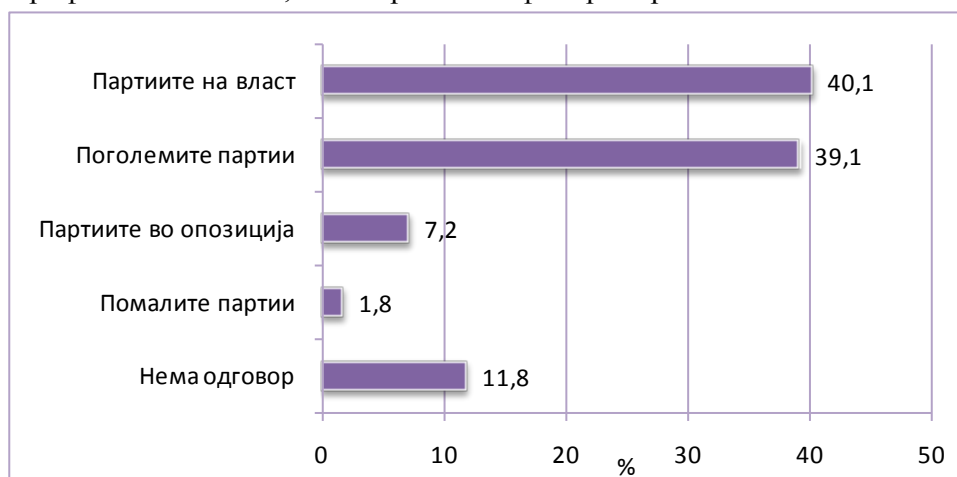
Мнозинството граѓани (61,7 %) оценуваат дека **политичките партии немале рамноправен медиумски третман.**

Графикон 8. Дали сметате дека сите политички партии имаа рамноправен третман од страна на медиумите при спроведувањето на својата кампања



Најмногу граѓани (40,1 %) сметаат дека во медиумите биле фаворизирани партиите на власт, 39,1 % сметаат дека биле фаворизирани поголемите партии, а 7,2 % партиите од опозицијата.

Графикон 9. Ако не, кои партии беа фаворизирани?



Етничките Македонци сметаат дека се фаворизирани поголемите партии (44,2%) и партиите на власта (34,1%), а етничките Албанци имаат обратен редослед – партиите на власта (56,3%) и поголемите партии (26,1%).