

Автори: Сашо Клековски, Александар Кржаловски

Дата: мај 2011

ИСБН: 978-608-4617-26-6

PDF: [izbornite-kampanji-na-politickite-partii.pdf](#)



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 и сл. Во овој извештај се презентирани мислењата на граѓаните за текот на изборната кампања и односот на медиумите.

Истражувањето покажа дека за 59,6 % од граѓаните изборната кампања воопшто нема или малку ќе промени во рејтинзите на партиите, за разлика од 30,1% кои очекуваат голема или целосна промена на рејтинзите.

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).

За мнозинството на граѓани (56,7%) реториката на кампањата е навредлива за другите партии. Околу 11% оцениле дека во кампањата се промовираат кандидатите за пратеници, односно изборната програма на партијата/коалицијата. Етничките Македонци ја перцепираат кампањата како навредлива (67,3%) почесто од етничките Албанци (24,8%).

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%).

Економијата (невработеност, сиромаштија, инвестиции) е убедливо главното прашање кое ги интересира граѓаните на овие избори (78,8%). Економијата е еднакво важна и за етничките Македонци и етничките Албанци. 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%.

Мнозинството граѓани, за кампањата се информираат преку телевизиите (72,2%), а мал дел преку весници (11,7%), интернет (7,2%). Но, на 61,4% граѓани тие информации нема да им помогнат во одлуката за кого ќе гласаат, додека на 35,7% ќе им помогнат. Сите или поголем дел од медиумите не известуваат објективно, оценуваат мнозинството граѓани (61,3%). Мнозинството граѓани (61,7%) оценуваат дека политичките партии немале рамноправен медиумски третман. 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.

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.