



FORUM FOR
REASONABLE POLICIES

Форум за разумни политики



NATIONAL
ENDOWMENT
FOR
DEMOCRACY

SUPPORTING FREEDOM AROUND THE WORLD

ВОДИЧ ЗА ДОБЛЕСНИ ПОЛИТИЧАРИ 2.0

ПРЕТСЕДАТЕЛСКИ И
ПАРЛАМЕНТАРНИ ИЗБОРИ 2024:
ИЗВЕШТАЈ ЗА ИЗБОРНАТА ЕТИКА



СКОПЈЕ, МАЈ 2024 ГОДИНА

СОДРЖИНА

ВОВЕД

Контекстуализација
Императивот на изборната етика
Начин на оценување на однесувањето на партиите и на политичките актери

1 МЕТОДОЛОГИЈА

Граѓанска перспектива
Истражувачки податоци и извори
Параметри за анализа
Теоретска рамка и компаративна анализа

2 ПОЛИТИЧКИОТ КОНТЕКСТ НА ИЗБОРИТЕ ВО 2024 И МОДЕЛИ НА ОДНЕСУВАЊЕ НА ГЛАСАЧИТЕ И ПАРТИИТЕ/КАНДИДАТИТЕ

Глобален контекст и влијанија врз однесувањето на граѓаните и на партиите и кандидатите за претседател
Регионален контекст и влијанија врз однесувањето на граѓаните и на партиите и кандидатите за претседател
Внатрешен државен контекст и влијанија врз однесувањето на граѓаните и на партиите и кандидатите за претседател

3 АНАЛИЗА НА ОДНЕСУВАЊЕТО НА КАНДИДАТИТЕ ЗА ПРЕТСЕДАТЕЛ

Идеолошко-програмски профил на кандидатите за претседател
Посветеност на понуда или напаѓање противници
Фокус на политички или програмски пораки
Култура на компромис
Промена на политичките ставови за време на кампањата
Дезинформации и црна кампања

4 АНАЛИЗА НА ОДНЕСУВАЊЕТО НА ПАРТИИТЕ ЗА ПАРЛАМЕНТАРНИТЕ ИЗБОРИ

Идеолошко-програмски профил на политичките партии
Посветеност на понуда или напаѓање противници
Фокус на политички или програмски пораки
Култура на компромис
Промена на политичките ставови за време на кампањата
Дезинформации и црна кампања

ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА

ПРЕПОРАКИ за унапредување на изборните и демократските процеси



ВОВЕД

Одлуката на граѓаните на денот на изборите има далекусежни последици за внатрешната динамика во општеството и може да сигнализира промени во јавното расположение за политичките приоритети, начинот на демократското владеење, обликување на перцепциите за регионалната стабилност и перспективите на меѓународната соработка. Самиот чин на гласање на граѓанинот, иако навидум минорен како индивидуална политичка активност, може драматично да влијае врз идниот политички пејзаж во една држава, а импликациите од таквиот глас допираат и регионални и меѓународни аспекти во раководењето на државата.

Претседателските и парламентарните избори во Северна Македонија, одржани на 24 април и 8 мај 2024 година, претставуваа важен, а во некои аспекти и критичен момент во кој граѓаните имаат клучна улога во однос на траекторијата по која ќе се движи државата. Тие се одржуваат во атмосфера на поткопана доверба на граѓаните кон политичките елити и демократските институции генерално, и специфично во однос на надворешнополитичките приоритети на државата. Перцепцијата за неефикасен државен апарат што не се справува со корупцијата и не воспоставува владеење на правото, стана општоприфатен дискурс што оди на сметка на актуелната власт, прелевајќи се и на меѓуетнички план. Од друга страна, полуотворената врата за почеток на преговори со Европската Унија и условувањето со внесување на бугарското етничко малцинство во Уставот, создаде сериозен јаз во општеството, особено помеѓу етничките Македонци, со еднакво јасни импликации по меѓуетничките односи. На фонот на овие настани и комплексни општествени динамики граѓаните го дадоа својот глас.

Изборите се и лакмус тест за интегритетот на демократските институции и етичкиот стандард на политичките актери. Повеќето мерења и извештаи на домашни и меѓународни организации што работат на подобрување на изборниот процес, се фокусираат на нотирање и анализа на формалниот аспект на изборите и на самиот изборен ден. Дополнително, оценките во извештаите на ОБСЕ/ОДИХР доминантно се водат од мерење и анализа на квалитетот на организацијата на изборите и почитување на законските одредби.

Овој Извештај за изборната етика има скромна но јасна амбиција да претставува еден вид водич за идното однесување на доблесниот политичар/политичарка. Тој навлегува во постапките на политичките партии и на претседателските кандидати, анализирајќи ги низ призмата на изборната етика, и перцепцијата што тие ја создаваат преку медиумите во јавниот дискурс. Неговата цел е да служи како патоказ за идно изборно доблесно политичко однесување, но и потсетник до надлежните институции посериозно да се занимаваат со тешко мерливите, но сепак клучни аспекти на етиката во изборниот процес.

Извештајот не претендира на сеопфатност, но нуди уникатна перспектива за тоа што граѓанинот *гледа и слуша* за време на изборната кампања, ги детектира слабостите на изборниот процес и вредносниот јаз помеѓу два изборни циклуси, аспекти што не се системски или институционални туку длабоко вкоренети во општеството и се дел од нашата политичката култура.

„Тешките варијабли“ што ги опфаќа Извештајот се имено „тешко“ мерливи и често изоставувани или периферно анализирани од актерите што се занимаваат со изборниот процес. Сепак, во Форумот за разумни политики сме убедени и упорно инсистираме дека етичката димензија на политиката и особено на изборниот процес битно, а наместа критично, влијаат врз изборот на граѓаните и мора да се издигнува на нивото и на стандардот што граѓаните го заслужуваат во еден демократски систем.

Императивот на изборната етика: Во срцето на функционалната демократија лежи принципот на изборна етика, односно избори што се слободни, фер, транспарентни, без манипулации и кои влеваат сигурност кај граѓаните за вредноста на нивниот глас и нивните очекувања за идното раководење со државата.

Непочитување и непризнавање на изборните резултати, влијаат врз довербата на граѓаните во институциите, а со тоа и во самата демократија како систем. Правопропорционално, одговорноста на институциите и на партиите за гарантирање на интегритетот на изборниот процес и потрагата за легитимни институции што произлегуваат од него, создава потреба од воспоставување етички стандарди и изборна атмосфера, кои ќе поттикнат високо учество и доверба кај граѓаните. Целта на изборниот процес мора да резултира со избори што ќе ги зајакнат демократските институции.

Начин на оценување на однесувањето на партиите и на политичките актери: Однесувањето на политичките партии и на претседателските кандидати е предмет на мониторинг во различни димензии на изборната етика. Во оваа смисла, карактерот на оваа оценка, меѓу другото, зависи од почитувањето на следните пет аспекти:

Транспарентност во финансирањето на кампањите: Транспарентното обелоденување на финансирањето на кампањата е од суштинско значење за да се спречи несоодветното влијание на партикуларните интереси и да се обезбеди одговорност на партиите и на другите актери пред електоратот.

Фокус на политичката комуникација: Политичката комуникација со електоратот е неопходна за информирано донесување одлуки и за одржување на довербата на јавноста. Комуникација на програмските определби и начинот на кој тие ќе го подобрат животот на граѓаните, на сметка на црните кампањи, дезинформациите и меѓусебниот „напад“ е од суштинско значење за излезноста на електоратот што не е дел од партиските бази.

Политичката комуникација ги социјализира граѓаните за изборниот процес и начинот на кој им е вреднуван и понатаму почитуван гласот што го даваат за политичките актери преку доследноста за ветувања, визии и политики што се истакнувале и елаборирале во текот на кампањата.

Почитување на демократските институции: Политичките актери мора да демонстрираат јасно почитување на принципот на владеење на правото, на независноста на судството и на авторитетот на изборните тела што имаат капацитет да го осигурат интегритетот на изборниот процес. Преку почитување на демократските институции и политичко дејствување во насока на демократска контрола, се подигнуваат стандардите на демократско управување и со тоа се придонесува кон зголемување на довербата во личностите што се кандидирани за јавни функции.

Инклузивност и застапеност: Партиите и кандидатите треба да се стремат да ја претставуваат различноста на општеството, осигурувајќи дека сите гласови се слушаат и се вреднуваат на политичката арена.

Посветеност за мирна транзиција на власта: Заложбата за мирен и демократски трансфер на власта, без оглед на изборните резултати, е од витално значење за стабилноста и за континуитетот на демократското владеење. Политичките партии и кандидатите се повикани да ги прифатат принципите на доблесната политика – посветеност на етичкото лидерство засновано на интегритет, отчетност и услуга насочена кон јавното добро. Со отелотворување на овие вредности, тие можат да инспирираат доверба и да го подигнат квалитетот на политичкиот дискурс.

Преку ригорозно испитување на однесувањето на политичките партии и на претседателските кандидати, овој водич има за цел да даде увид и препораки за промовирање на етичкото однесување во изборниот процес со цел зајакнување на демократијата и унапредување на јавниот интерес во државата.

1. МЕТОДОЛОГИЈА

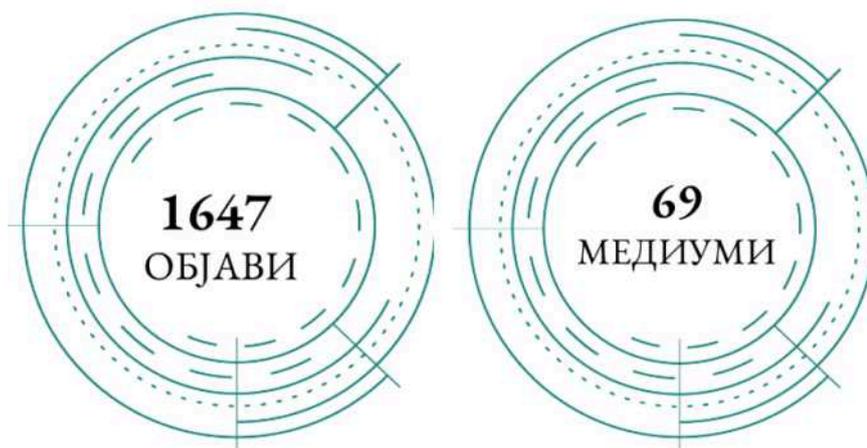
Методологијата употребена во оваа анализа се заснова на следење на јавниот дискурс онака како што го перципираат граѓаните т.е. преку ним достапните медиуми.

Анализата се обидува да ги оцени етичките димензии на кампањите, вклучувајќи ги постапките, намерите, ставовите, одлуките и ветувањата артикулирани од политичките партии и претседателските кандидати. Методологијата почива на стандардни теоретски рамки од политичките науки, комуникациските студии и етиката, обезбедувајќи концептуална основа за анализа на етичките димензии на изборните кампањи. Компаративната анализа, пак, се заснова на увиди од меѓународните искуства и најдобрите практики во изборната етика, овозможувајќи контекстуално разбирање на динамиката на политичкиот предизборен живот во Северна Македонија.

Граѓанска перспектива: Изборот на перспективата на граѓанинот е фокусна точка на ова истражување. Земајќи предвид дека партиските настани (митинзи, партиски средби, внатрешна комуникација во самите партии) се вообичаено проследени од партиски членови и симпатизери што имаат можност изворно да ги следат изјавите на кандидатите, другите граѓани ја темелат својата одлука врз основа на презентираниите написи, прилози и коментари добиени преку традиционалните медиуми и социјалните мрежи.

Преку анализа на последниве, овој пристап овозможува нијансирано разбирање на етичките основи на изборниот процес, како и етичко-политичките дилеми со кои се соочува секој граѓанин и потенцијален гласач на денот на изборите.

Истражувачки податоци и извори: Анализата е поткрепена со обемна база на податоци, која вклучува **1647 новинарски написи**, видеоприлози и текстови на каналите на социјалните мрежи на кандидатите, вклучувајќи и делумна компарација со програмите на политичките партии. Оваа база на податоци опфаќа разновиден опсег на медиуми односно **69 различни медиуми***, обезбедувајќи широк спектар на перспективи и стојалишта. Периодот на медиумско следење е од **4 април до 8 мај 2024 година**.



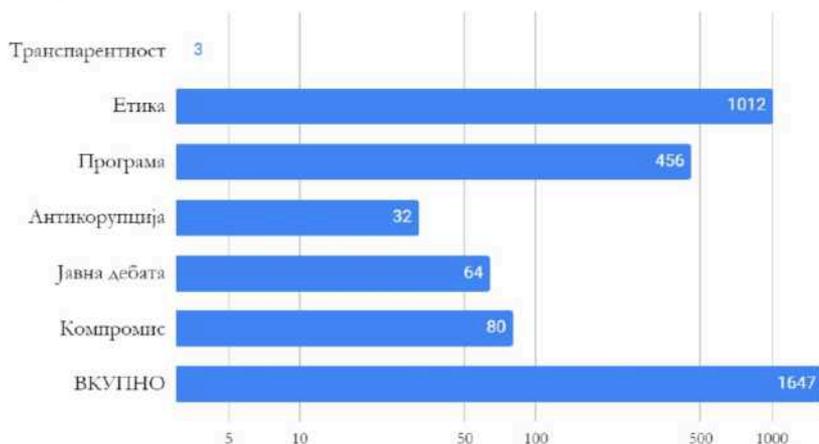
Преку споредување на политичките пораки испорачани од кандидатите и преку нивните сопствени комуникациски канали, како и носечките пораки на партиите присутни во традиционалните и во електронските медиуми, анализата има за цел да ја процени улогата на медиумите во обликувањето на јавниот дискурс и перцепции за време на кампањите т.е. што е она што медиумите избираат да ѝ го прикажат на јавноста.

Вкупни податоци за анализата: од 1647 анализирани објави, 1012 влегуваат во категоријата Изборна етика, 456 во категоријата Програмска понуда, 80 во категоријата Култура на политички компромис, 64 во Јавна дебата, 32 во Антикорупција и 3 во доменот на Транспарентност. Анализите се врз основа на достапни јавни објавени новинарски текстови и објави на социјалните медиуми на кандидатите за претседател.

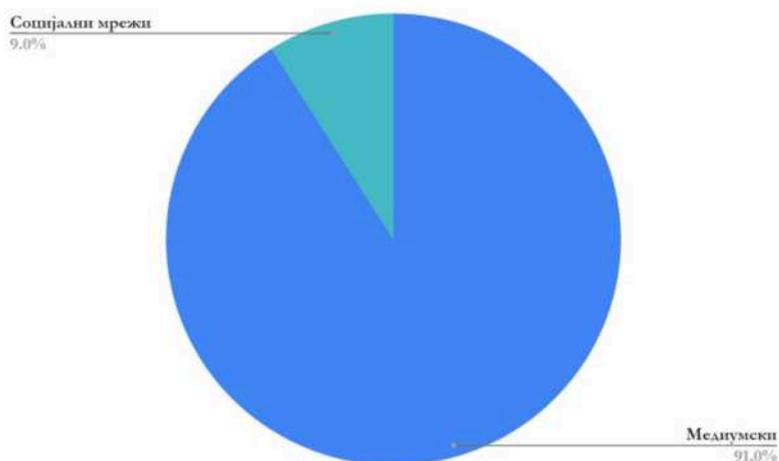
*Анекс 1: Список на медиуми чии новинарски објави се користени за базата на податоци

Новинарските текстови опфаќаат написи за сите кандидати за претседател, сите политички партии, институции, новинарски анализи и колумни. Во анализата не се обработувани интервјуа и ТВ-емисии, но се обработувани новинарски написи што произлегуваат од интервјуа и од ТВ-емисии.

Кумулативна табела



Од вкупно 1647 објави, 91 % односно 1507 се медиумски објави додека 9 % односно 140 се објави на социјалните медиуми на кандидатите за претседатели, кои се користени за компарација помеѓу пораките што самите кандидати ги пропагираат и пораките што медиумите избираат да ги презентираат за нив.



Вредносна градација на објави



Параметри на анализа: Анализата почива на збир параметри дизајнирани да ги разјаснат клучните аспекти на изборната етика. Тие се:

- 1. Главна политичка порака:** Идентификација на примарната порака пренесена од секој кандидат, вклучувајќи го неговиот тон и фокус. Од овој аспект произлегува и оценката за тоа дали кандидатите примарно користат позитивни или негативни пораки во своите кампањи.
- 2. Фокус на понуда или напади:** Процена дали кандидатите имаат приоритет да ја промовираат сопствената агенда и сопствената политичка понуда или примарно ги напаѓаат политичките противници.
- 3. (Манипулативна) политичка реторика** наспроти програмски пораки: Испитување дали кандидатите нагласуваат (манипулативна) политичка реторика или суштински предлози за програмска политика во своите комуникации.
- 4. Политичка програма/понуда:** Евалуација на предлозите за политики и на програмите изнесени од кандидатите за да се одговори на потребите и на грижите на гласачите.
- 5. Култура на политички компромис:** Анализа на степенот до кој кандидатите покажуваат подготвеност да трагаат по компромис и дијалог со политичките противници.
- 6. Еволуција на политичките погледи:** Истражување дали позициите и ставовите на кандидатите претрпуваат промени или поместувања во текот на кампањата т.е. каква е конзистентноста на нивните политички погледи и пораки.
- 7. Мобилизирање гласови наспроти демобилизација:** Процена дали кандидатите се фокусираат на мобилизирање поддршка за нивната кандидатура или демобилизирање поддршка за противниците.
- 8. Присуство на политичка дебата:** Испитување дали кандидатите се вклучуваат во суштинска политичка дебата и дискусија и дали воопшто присуствуваат на организираните политички дебати.
- 9. Дезинформации:** Идентификување на случаи кога кандидатите споделуваат лажни или погрешни информации со електоратот.
- 10. Употреба на негативна/црна кампања:** Процена на тоа дали кандидатите се впуштаат во негативна кампања или ad hominem тактики за оцрнување на противниците.

2. ПОЛИТИЧКИОТ КОНТЕКСТ НА ИЗБОРИТЕ ВО 2024 И МОДЕЛИ НА ОДНЕСУВАЊЕ НА ГЛАСАЧИТЕ И НА ПАРТИИТЕ/КАНДИДАТИТЕ

Претседателските и парламентарните избори се одвиваат во фонот на повеќеслојни настани и предизвици, кои во одредена мера го креираат и ставот на граѓанинот за внатрешните општествени динамики.

Северна Македонија направи значителни чекори кон демократска консолидација, вклучително и решавањето на долгогодишните спорови, кои доведоа до напредок на државата кон евроатлантските интеграции што резултираше со зачленувањето во НАТО во 2020 година.

Сепак, нерешените прашања во доменот на практикување на власта, какви што се корупцијата, инструментализацијата на етничките прашања и неможноста граѓаните да ги остварат своите базични права, продолжија да претставуваат сериозни пречки за демократскиот напредок на државата. Тензиите помеѓу неколку држави во регионот, како и војната во Украина што има одредени реперкусии и во регионот, ги прави овие избори уште позначајни за иднината и на државата и на регионот.

Глобален контекст

1. Војната во Украина: Војната во Украина служи како отрезнувачки потсетник за потенцијалните последици од нерешените конфликти во регионот. Компаративните примери од други постсоветски држави какви што се Грузија и Молдавија, како и конфликтот во Газа, ги истакнуваат предизвиците и импликациите на геополитичките тензии врз регионалната стабилност.

2. Економската криза во Европа: Економската криза во Европа, која почна со пандемијата, а продолжи со енергетската и со кризата за храна, има далекусежни импликации врз економијата и вкупната општествена благосостојба во Северна Македонија, имајќи ја предвид слабата отпорност на македонската економија во услови на надворешни предизвици.

3. Растот на политичкиот популизам: Подемот на популизмот на глобално ниво е главен предизвик за демократските институции. Компаративните примери од држави како Франција, Италија, Германија, Холандија, Словачка, Унгарија или Полска, но и од соседството, јасно ги исцртуваат стратегиите што ги користат популистичките лидери и нивното несомнено влијание врз изборните резултати.

4. Растот на антиестаблишмент и евроскептичните партии: Појавата на антиестаблишмент и евроскептични партии во Европа, прегрнувајќи го растечкиот популизам, го одразува поширокото разочарување од традиционалните политички партии и политички институции.

5. Растечка поларизација во општествата: Делумно како резултат на влијанието на популистичките и антиестаблишмент стратегии, неизбежно се проширува јазот и се зголемува поларизацијата во општествата. Ваквата поларизација редовно доживува кулминација за време на изборите. Имајќи предвид дека 2024-та е „глобално“ изборна година со 64 избори на кои одлучуваат повеќе од 2 милијарди луѓе (вклучувајќи ги и Европската Унија, САД, Русија и Индија), близу половина од светската популација е и ќе биде изложена на силна поларизација, дополнително зајакната преку алгоритмите на социјалните мрежи.

Глобалниот контекст влијае врз граѓаните/гласачите поради сензитивноста за безбедноста и економските перспективи, давајќи им приоритет при гласањето на теми и чувства што вклучуваат антиимиграциски ставови, нагласен национализам или евроскептицизам.

Од друга страна, пак, глобалниот контекст повратно влијае и врз политичките партии и врз кандидатите преку приспособување платформи и пораки како одговор на глобалните трендови т.е. растот на десничарскиот популизам, усвојување популистичка или националистичка реторика со цел да станат попривлечни за одредена демографска гласачка структура, како и политичко позиционирање визави големите геополитички поместувања (анти-НАТО реторика, проруска реторика, реторика на неутралност или мултилатералност итн.).

Регионален контекст

1. Односите Србија-Косово: Тензиите помеѓу Србија и Косово околу конечниот статус на Косово имаат историски корени и геополитички импликации и претставуваат потенцијален ризик за Западен Балкан, вклучувајќи ја и Северна Македонија, која се граничи со двете земји.

2. Политичките тензии во Босна и Херцеговина: Политичките тензии во Босна и Херцеговина ја нагласуваат комплексноста на постконфликтното владеење и меѓуетничките односи. Иако БиХ не е непосреден сосед на Северна Македонија, политичките одглеси и геополитичките прекршувања влијаат врз продлабочување на чувството на неизвесност кај македонските граѓани. Актуелниот случај со резолуцијата за Сребреница е само последниот таков пример.

3. Растот на националистички, антиестаблишмент и популистички партии: Подемот на националистичките, антиестаблишментот и популистичките партии во регионот ги одразува пошироките трендови во Европа и во светот. Иако сè уште немаат значајно влијание врз владините политики, овие тенденции се забележителни и во Северна Македонија со раст на партиите што се отворено евроскептични, а во јавниот дискурс влијаат врз опаѓањето на поддршката за ЕУ и НАТО, што го охрабрува флертот на демократските леви и десни партии со штетната реторика што сметаат дека ќе им обезбеди поголем базен на гласови.

Регионалниот контекст влијае врз граѓаните/гласачите преку зголемена вознемиреност за регионалната безбедност и стабилност и ги мобилизира на етничка и на основа на регионални етнички или неетнички агенди („тиранска платформа“, „косовска платформа“, Отворен Балкан, резолуција за Сребреница итн.) како и во развивање патерналистички ставови, особено во однос на Албанија-Косово и Србија.

Од друга страна, влијае врз политичките партии и кандидатите за претседател, преку усвојување ставови поврзани со односот со соседите и малцинските права и можност да влијае и врз партиската конкуренција и стратегиите за градење коалиции со популистички партии.

Внатрешен домашен контекст

1. Блокада на процесот на европската интеграција на Северна Македонија од страна на Бугарија: Блокадата на Бугарија на процесот на европските интеграции на Северна Македонија ја истакнува комплексноста на регионалната дипломатија и билатералните односи. Политичките актери што учествуваат во предизборната кампања имаат радикално спротивставени позиции за ова прашање и тоа во голема мера ја дефинира и самата изборна кампања.

2. Можни негативни случувања во перспектива со Грција: Повиците за повлекување од Договорот од Преспа од страна на некои партии и организации што добиваат на интензитет во кампањата за претседателските и парламентарните избори, се заканува да ги поткопа билатералните односи и да го одврати постигнатиот развој по три конфликтни декади.

3. Малигни влијанија од трети страни: Малигните влијанија од трети страни преку социјалните и традиционалните медиумски канали го поткопуваат членството на Северна Македонија во НАТО и демократската стабилност на институциите.

4. Политичка и идеолошка поларизација и влошување на меѓуетничките односи: Силната политичка поларизација и предизвиците врз развојот на меѓуетничките односи претставуваат ризици за стабилноста и демократското владеење во државата. Длабоката поделба по етничка основа, како и внатрешетничките поделби (патриоти-предавници, ЕУ-анти-ЕУ, Еди Рама-Албин Курти, Запад-Русија итн.) претставуваат моќен мобилизаторски агенс во предизборието.

5. Медиумска клима: Медиумската клима во која е видливо отсуството на застапувањето на јавниот и демократски интерес преку поттикнување висока излезност и учество на изборите влијае демотивирачки врз граѓаните за учество на изборите. Дополнително на ова е и трката за зголемена читаност/гледаност преку сензационализам и негативни вести.

6. Корупција: Меѓународните мерења на степенот на корупција и владеење на правото, како и неможноста граѓаните да ги остварат основните права, ја позиционираат корупцијата како жешка тема. Темата е присутна и во медиумскиот етер, па во предизборната атмосфера е користена и придонесува кон мобилизација на гласови.

Партизација: Длабоко вкоренетата партизација во јавните работи и во институциите претставува еднакво важен проблем што треба да се решава паралелно со корупцијата. Недоволните политички понуди за конкретни чекори и решенија за оваа состојба ја зголемуваат недовербата на граѓанинот гласач и ја продлабочуваат политичката апатија.

8. Влијанија на други домашни актери: Изборните циклуси се период на политичко поставување на сите актери што имаат интерес од исходот на изборите. Во тој контекст, видлива е активноста на религиозните институции, кои грубо прекршувајќи го секуларниот карактер на државата, а и сопствените духовни принципи и начела, се вклучија во предизборните кампањи на партиите.

Внатрешниот домашен контекст влијае врз однесувањето на граѓаните/гласачите во повеќе насоки. Една од нив е разочарување и фрустрација кај граѓаните поради нејасната европска перспектива. Понатаму, присутна е и нарушената доверба во демократските институции и во изборниот процес и демотивација за учество во изборите. Крајно, но не помалку важно е релативизирањето и поткопувањето на Охридскиот рамковен договор, Договорот од Преспа и Договорот за добрососедство со Бугарија, кои може значително да влијаат врз влошување на меѓуетничките односи и да ја обликуваат перцепцијата на граѓаните пред изборите.

Од друга страна, внатрешниот домашен контекст влијае врз однесувањето на политичките партии во насока на нагласен евроскептицизам во кампањата и мобилизација на идеи и програмски платформи за друг тип алтернативни интеграции (БРИКС, Русија-Кина, регионални интеграции на етничка основа итн.). Тој влијае и врз зголемената етничка поларизација, со цел привлекување поголем број „етнички“ гласови. Конечно, тој влијае и врз антикорупциската реторика преку дезавуирање и делегитимирање на политичкиот противник и фокус на негативна кампања, со цел демотивирање на потенцијалните гласачи од противничкиот табор и истовремено галванизирање на тврдата партиска база.

3. АНАЛИЗА НА ОДНЕСУВАЊЕТО НА КАНДИДАТИТЕ ЗА ПРЕТСЕДАТЕЛ

Претседателските избори во Северна Македонија во 2024 година беа карактеристични по разноликоста во политичката понуда како и по големиот број претседателски кандидати што претендираа за номинално највисоката функција во државата. Сепак, поклопувањето на претседателските со парламентарните избори несомнено влијаеше врз динамиката на овие избори, кои многу повеќе беа фокусирани на теми што се во надлежност на Владата отколку на теми поврзани со конкретните надлежности на претседателот. Следствено на тоа, гласачите својот избор многу повеќе можеа да го градат врз основа на политиките на партиите што ги поддржуваат претседателските кандидати отколку на програмите на самите кандидати.

Ваквата констелација овозможуваше политичките партии и самите кандидати за претседател да ја изнајдат најпродуктивната стратегија за привлекување повеќе гласачи. Од друга страна, поклопувањето на изборите и пораките што се испраќаа, несомнено збунувачки влијаеше кон гласачите во смисла на нејасното одвојување на ингеренциите на функцијата претседател визави ингеренциите на владата.

Во оваа анализа навлегуваме во однесувањето на претседателските кандидати врз основа на опсежни податоци собрани од нивните предизборни настапи и предизборни пораки, анализа на слоганите и клучни изјави, третманот на медиумите кон кандидатите како и меѓусебниот однос на кандидатите за време на кампањата.

Оваа анализа има за цел да понуди нијансирано разбирање за динамиката на претседателските избори, овозможувајќи им на засегнатите страни да ги сфатат импликациите од однесувањето на кандидатите врз идната траекторија и демократското владеење на земјата.

Идеолошко-програмски профил на кандидатите за претседател

Стево Пендаровски: Како актуелен претседател и кандидат предложен од СДСМ, Пендаровски во кампањата настојуваше да проектира континуитет и стабилност во владеењето. Неговата проевропска и про-НАТО ориентација како и силната регионална соработка е во корелација со главните политики на партијата што го предлага, нагласувајќи ја важноста на европските интеграции и на трансатлантските партнерства за иднината на Северна Македонија.

Умерените политички позиции на Пендаровски се очигледни, додека слоганот „Нашиот претседател Стево“ го позиционира Пендаровски како човек што граѓаните го познаваат и кој им влева доверба, промовирајќи едно општество кое не е само на етничките Македонци. Сепак, за разлика од претходните претседателски избори во 2019 година кога Пендаровски беше заеднички кандидат на СДСМ и ДУИ, на овие избори тој настапуваше како кандидат само на СДСМ. Ова можеби и го објаснува фактот дека неговата кампања беше пропорционално повеќе фокусирана на гласачите Македонци и беше забележлив неизбалансиран пристап кон другите етникуми.

Програмски, Пендаровски говореше за ветинг во судството и подобро користење на западните фондови и се спротивстави на предлогот претседателот во иднина да биде избран во Собранието. Иако последново е нешто околу што се согласуваа со кандидатката Силјановска-Давкова, сепак нивниот дијалог како единствени кандидати во вториот круг беше остар, речиси непријателски. Пендаровски не се воздржа од нападите за дискредитација кон Силјановска-Давкова особено при директна дебата.

Гордана Силјановска-Давкова: Како кандидатка на најголемата опозициска партија ВМРО-ДПМНЕ, Силјановска-Давкова застапува отворен критичен став кон политиките на владејачката коалиција, залагајќи се за интеграција на Северна Македонија во ЕУ и во НАТО, но со серија условиња што се рефлектираат во нејзиниот пристап кон прашања какви што се уставните измени и односите на Северна Македонија со соседните земји. Основната порака во однос на членството во ЕУ беше потребата од репреговарање на „францускиот предлог“, противењето на внесување на бугарската заедница во Уставот како и ветувањето дека нема да го употребува зборот „северна“ откако ќе стане претседателка.

Сепак, Силјановска-Давкова недвосмислено се залага за исполнување на стандардите на НАТО во безбедносниот сектор. Слоганот на Силјановска-Давкова „Македонија повторно горда“, апелира на националните чувства на граѓаните и асоцира на враќање во некое минато време, иако последново неколкупати беше негирано за време на кампањата.

Етнонационалната нота во нејзините обраќања, иако делумно камуфлирана, како и постојаната негативна (наместа деградирачка) реторика кон политичкиот противник Пендаровски, се на линија на типичниот десничарски наратив што го позајмуваат и другите десничарски партии или кандидати во Европа и во САД. Силјановска-Давкова адресираше прашања од меѓуетничката сфера кои се дел од Охридскиот рамковен договор (ОРД) и законите што произлегуваат од овој договор, со цел нивно редефинирање во правец на нивна редукција.

Таа исто така најави дека ќе ги амнестира осудените лица при упадот во Собранието на 27 април 2017 година. Забележителна е тезата на Силјановска-Давкова дека политичкиот наратив „едно општество за сите“ е погрешен и дека ја замаглува реалноста во македонското општество. Силјановска-Давкова воедно заговараше кратење на бројот на пратеници и на министерства во Владата.

Стевчо Јакимовски: Претставувајќи ја партијата „Гром“, Јакимовски зазема јасен скептичен став кон членството на Северна Македонија во ЕУ и во НАТО, нагласувајќи ја 16 потребата за развој на односи со други држави надвор од европскиот и евроатлантскиот корпус, со отворено противење на менувањето на Уставот за внес на бугарската заедница во него додека не се затворат отворените прашања за ЕУ. Преку изборниот слоган „Храбро за Македонија“, Јакимовски на суптилен начин се обиде да се позиционира како лидер подготвен да го оспори етаблираниот евроатлантски курс на државата преку залагање за барање нови стратегиски партнерства што се во отворен судир со евроатлантските заложби на државата. Рестартирање на фабриките за оружје, драстично покачување на пензиите, реформа во локалната самоуправа, укинување на балансерот, како и крај на попустливата политика кон Бугарија и кон ЕУ, промени во делегирањето на членовите на Републичкиот судски совет и во Уставниот суд, се дел од неговата палета предизборни ветувања.

Бујар Османи: Како кандидат на Европскиот фронт предводен од ДУИ, Османи во центарот на неговата изборна кампања го стави своето искуство како министер на надворешни работи и, меѓу другото, како претседавач на ОБСЕ кој успешно ја премости кризата околу изборот на нов претседавач. Во своите настани се обиде да одржува јасна проевропска и про-НАТО ориентација. Иако постоеше обид да комуницира со гласачите Македонци убедувајќи ги дека евроатлантските интеграции се во корист и во функција на заштита на македонскиот етнички идентитет, сепак кампањата на Османи беше доминантно фокусирана кон гласачите етнички Албанци, во речиси иста пропорција како онаа на Стево Пендаровски визави албанските гласачи. Силен акцент во кампањата беше ставен на Русија и негување антируски сентимент.

При крајот на кампањата Османи ја засили реториката кон јакнење на албанските национални чувства и влезе во директен вербален судир со Арбен Таравари за тоа кој е вистинскиот претставник на Албанците во Северна Македонија, нагласувајќи дека токму ДУИ е заслужна за „институционализирање“ на албанскиот народ во државата. Исто така, Османи имаше отворен конфликт со Христијан Мицкоски, нарекувајќи го слоганот на ВМРО-ДПМНЕ „Македонија повторно твоја“ шовинистички. Во кампањата Османи доследно се противеше на укинувањето на балансирот и го промовираше предлогот за избор на претседател во Собранието. Најави помилувања за случајот „Алфа“. Слоганот „Искуство, искреност и посветеност“ има за цел да го проектира Османи како искусен политичар со вистинска посветеност на интересите на државата.

Билјана Ванковска: Ванковска ја претставува партијата Левица којашто, и покрај својата прокламирана радикално лева позиција во политичкиот спектар, еднакво се препознава и како партија што негува десничарски ставови. Во својата кампања Ванковска зазема критички став кон членството на Северна Македонија во ЕУ и во НАТО. Нејзиниот критички став кон односите на Северна Македонија со Бугарија и со Грција ја нагласува желбата да ги предизвика традиционалните наративи со цел да се реализираат алтернативни насоки во однос на правецот на македонската надворешна политика, со јасна назнака дека државата треба да настојува да стане дел од БРИКС. Слоганот на Ванковска „Го враќаеме достоинството на нацијата“, навлегува во популистичките чувства на граѓаните преку ветување за решавање на согледаните неправди и нееднаквости и ветува цврст став кон меѓународните институции и инсистирање на реципроцитет. Во текот на кампањата, Ванковска заговараше промена на Уставот и воведување социјален, а не етнички устав, за потоа нејзините ставови да лавираат во насока на граѓански устав. Ванковска беше цврсто против уставните измени за внесување на бугарската заедница, а заговараше и укинување или темелно ревидирање на Охридскиот рамковен договор, на Договорот од Преспа и на Договорот за добрососедство со Република Бугарија. Намалување на воениот буџет на сметка на буџетот за образование како и отворена поддршка за прифаќање на економските можности што ги нуди Кина беа исто така дел од предизборната кампања на Ванковска.

Арбен Таравари: Како кандидат на албанската опозиција ВРЕДИ, Таравари во текот на кампањата одржуваше јасна проевропска и про-НАТО ориентација, но сепак неговата кампања во голема мера беше фокусирана на важноста на промените во централната власт во државата. Слоганот на Таравари „Промената е важна“ не беше толку многу насочен кон мандатот на претседателот или надворешнополитичкиот курс во контекст на евроинтеграциите, туку повеќе имаше за цел да ја истакне неговата и посветеноста на коалицијата што ја поддржа неговата кандидатура во однос на внатрешните реформи и општиот развој на земјата. Таравари најави помилувања за, според него, „политички монтираните“ случаи како што е случајот „Монструм“ или случајот „Алфа“.

Претседателската кампања на Таравари беше примарно во функција на парламентарните избори како поддршка на коалицијата ВРЕДИ. Оттука, и пораките и ветувањата што беа пратени кон електоратот во голема мера беа надвор од надлежностите на претседателот. Формирање тело на странски експерти што ќе ги контролираат судиите во нивната работата, забрана за коцкање и брзи кредити, 800 евра минимална плата, како и албанскиот јазик да се изедначи со македонскиот во неговата употреба, се само дел од предизборните ветувања што не припаѓаат во ингеренциите на претседателот. Од друга страна, Таравари побара Северна Македонија да излезе од иницијативата Отворен Балкан и изразуваше јасна блискост со Албин Курти, особено во настапот пред албанската дијаспора.

Максим Димитриевски: Како кандидат од партијата ЗНАМ, Димитриевски поддржува прозападна ориентација на државата, но истовремено манифестира остри критички ставови кон надминување на споровите со Бугарија и со Грција, што претставува(ше) предуслов за одблокирање на евроинтеграцискиот процес. Тој исто така настапува отворено критички кон политиките за надминување на етничките поделби во земјата. Слоганот на Димитриевски „Максимум за Македонија“ ја имплицира неговата посветеност на максимизирање на позицијата на Северна Македонија во правец на остварување на нејзините надворешнополитички цели. Во текот на кампањата, Димитриевски понуди раководството на СДСМ да поднесе оставка и понуди соработка уште во првиот круг. Истакна дека ќе се заложи за унапредување на статусот на бранителите од 2001 година и дека ерата во која ДУИ гради биетничко општество е завршена. Се залагаше за укинување на сите етнички клучеви и квоти и „враќање на еднаквоста помеѓу граѓаните“. Во делот на владеење на правото, Димитриевски се залагаше за департизација на безбедносниот сектор, подигнување на приходите, избор на јавен обвинител по предлог на опозицијата, формирање специјален тим и стратегија за борба против корупцијата, укинување некои министерства и намалување на бројот на пратеници во Собранието.

Посветеност на понуда или напаѓање противници

Поради релативно ограничените ингеренции на претседателот на Северна Македонија, за очекување е изборните кампањи да бидат релативно мирни. Сепак, имајќи предвид дека претседателските избори се поклопуваа со парламентарните избори, кампањата беше исклучително динамична, особено во сегментите во кои се вклучуваа и партиските челници, со што претседателската арена се прошируваше во меѓусебните напади. Кампањите изобилуваа со негативни чувства и обвинувања, кои неретко ескалираа со груби навреди и целосна деградација на личноста на кандидатите. Во текот на кампањата, кандидатите Гордана Силјановска-Давкова и Стево Пендаровски првенствено се фокусираа на презентирање на своите платформи и ангажман со гласачите, но кај Силјановска-Давкова е присутна и постојана нишка на напад кон Пендаровски, кој во голема мера се состои во неговото претопување со актуелната власт и со дискредитација на неговата личност. Пендаровски, пак, нападите ги позиционираше директно кон Силјановска-Давкова.

Од друга страна, забележливо е дека Стевчо Јакимовски и Билјана Ванковска заземаа критички тонови кон стратегиските правци на државата, истакнувајќи ги воочените недостатоци и заговарајќи алтернативни пристапи. Кај другите кандидати, Бујар Османи и Арбен Таравари, беше забележително дека во текот на кампањата покажуваа умереност во нивниот дискурс, која по завршувањето на првиот круг, ескалираше во меѓусебен напад.

Фокус на политички или програмски пораки

Сите кандидати во текот на кампањата се осврнуваа и на политичките прашања што се директно поврзани со надлежностите на претседателот на државата. Така, Стево Пендаровски и Бујар Османи во настапите им дадоа приоритет на програмските пораки поврзани со процесот на евроатлантските интеграции како најдобар пат за решавање и на системски прашања. Другите, пак, како на пример Гордана Силјановска-Давкова, Стевчо Јакимовски и Билјана Ванковска, повеќе се фокусираа на нивните политички наративи, вклучително и на оние што се однесуваат на националниот идентитет и на државниот суверенитет. Арбен Таравари, пак, беше забележливо дека ја користеше кампањата за афирмација на пошироки системски прашања и за решавање на демократските дефицити. Без исклучок, сите кандидати имаа далеку поизразен политички отколку програмски наратив, а неретко се споменуваа и изразите „татко на нацијата“ и „мајка на нацијата“, со посебен фокус на интимните чувства на гордост, достоинство и опасност од загрозување на идентитетот.

Култура на компромис

Кандидатите Стево Пендаровски и Бујар Османи во текот на кампањата покажаа подготвеност да негуваат култура на компромис преку вклучување во конструктивен дијалог и промовирање инклузивно владеење. Други, пак, како на пример Гордана Силјановска-Давкова и Арбен Таравари, изразија отвореност за соработка со другите партии, првенствено во насока на справување со итните национални предизвици. Кандидатите Стевчо Јакимовски и Билјана Ванковска во своите кампањи покажуваа повеќе конфронтирачки пристапи со речиси сите други политички опции, нешто што може да ги попречи напорите за градење политички консензус и соработка кои се неопходни, особено во контекст на очекуваното започнување на преговорите за членство во ЕУ.

Промена на политичките ставови за време на кампањата

Додека некои кандидати останаа на конзистентни позиции во текот на кампањата, други, како што е Максим Димитриевски, ги приспособуваа своите пораки како одговор на еволуирачката политичка динамика и преференциите на гласачите. Стево Пендаровски и Гордана Силјановска-Давкова во голема мера останаа верни на своите првични платформи, потврдувајќи ги своите суштински пораки и приоритети на политиката.

Бујар Османи и Арбен Таравари, пак, ја истакнаа важноста на приспособливоста и реагирањето на променливите околности, демонстрирајќи флексибилност во своите кампањски стратегии.

Дезинформации и црна кампања

Иако негативниот сентимент беше присутен во текот на целата предизборна кампања и кандидатите не се воздржуваа од меѓусебни напади, сепак организираните црни и дезинформациски кампањи отсутнуваа од јавниот дискурс во традиционалните и во електронските медиуми, оставајќи ги овие обиди изолирани и ограничени на маргините на анонимни профили на социјални мрежи.

Заклучокот во овој дел упатува на тоа дека кај сите кандидати доминираше анимација и додворување на партиските бази што стојат зад номинацијата на кандидатите. Ваквата поставеност заедно со отсутството на позитивни оптимистични пораки во јавниот етер, посочува дека кандидатите на овие избори воопшто немаа фокус на неопределените граѓани.

4. АНАЛИЗА НА ОДНЕСУВАЊЕТО НА ПОЛИТИЧКИТЕ ПАРТИИ ЗА ПАРЛАМЕНТАРНИТЕ ИЗБОРИ

Идеолошко-програмски профил на политичките партии

На парламентарните избори учествуваа 17 политички партии или коалиции, но само 6 од нив: ВМРО-ДПМНЕ и коалицијата, СДСМ и коалицијата, ДУИ и коалицијата, ВРЕДИ, ЗНАМ, и Левица имаа рејтинзи што им ветуваа влегување во парламентот. Останатите 11 партии имаа рејтинзи под 1 %. Поделбата по идеолошка основа е многу тешко да се направи поради нејасните профили на партиите, но сепак може општо да се каже дека ВМРО-ДПМНЕ го зазема централното место во десната страна на политичкиот спектар, додека СДСМ застапува левоцентристички позиции. ЗНАМ потекнува од левиот спектар, меѓутоа таа во одредени аспекти се профилира и како десна партија, додека Левица и покрај тоа што се претставува како лева партија, зазема крајно десни позиции. Двете коалиции што ги вклучуваат сите албански партии, плус неколку партии од помалите етнички заедници, тешко можат да се сместат во идеолошкиот спектар поради нивниот програмски фокус на етнички прашања.

Посветеност на понуда или напаѓање противници

Понудата во оваа изборна кампања беше во сенка на политичката борба што беше концентрирана на борбата за „Промени“, порака што беше вклучена во слоганот на ВМРО-ДПМНЕ, а исто така беше и главен слоган на коалицијата ВРЕДИ која беше составена од партии на Албанците што претендираа дека се опозициски иако беа дел од власта во различни периоди на владите предводени од СДСМ во последните 7 години.

Главната понуда од СДСМ и коалицијата „Европски фронт“ предводена од ДУИ, во која се приклучија и 4 партии на Албанците како и помали партии што ги претставуваат интересите на Турците, Ромите и Бошњаците во Северна Македонија, беше концентрирана околу ЕУ интегративниот процес, кој почна со првата меѓувладина конференција на почетокот на 2023 година. Од другите две партии, понудата на ЗНАМ беше главно концентрирана на критика на владата за наводна попустливост кон Албанците, како и за недоволна цврстина кон барањата на Бугарија како предуслов за отворање на преговорите за членство во ЕУ. Партијата Левица, слично како и ЗНАМ, беше исто така критична кон власта за наводна попустливост кон барањата на Албанците, но и кон Бугарија во врска со вклучување на бугарското малцинство во Уставот. Гореспоменатите пораки беа користени како парадигма за градење на односот кон политичките противници, честопати со нивно превртување за да се нападне противникот, при што главна мета на напади беа двете партии што ја сочинуваа главната оска на власта во изминатите 7 години, односно СДСМ и ДУИ. Иако на почетокот имаше напади од повеќе страни, а нападите на Левица одеа кон речиси сите партии, ВМРО-ДПМНЕ објави „примирје“ со сите опозициски партии со цел да се срушат СДСМ и ДУИ, со што политичката борба се претвори во еден широк политички фронт, од кој најмногу профитираше ВМРО-ДПМНЕ.

Фокус на политички или програмски пораки

Анализата на новинарските написи, ТВ-прилози и на постовите на социјалните мрежи што доминираа во јавниот етер покажува дека застапеноста на општи политички пораки, политичка реторика и напади врз противниците е двојно поголема (1012 наспроти 456) од прилозите што се однесуваат на програмските пораки т.е. понудата на кандидатите или на партиите. ВМРО-ДПМНЕ пропорционално повеќе се фокусира на напади кон противникот, кои ги пласира главно на големите партиски митинзи. Противник на почетокот од кампањата е СДСМ, но нападот постепено преминува кон ДУИ и во вториот дел од кампањата ДУИ прераснува во единствен противник на ВМРО-ДПМНЕ, додека СДСМ е сосема маргинална.

Од друга страна, кога ВМРО-ДПМНЕ презентира програмски пораки, тие се конкретизирани и претежно локални и наменети за конкретни публики на кои им се обраќаат најчесто за време на теренските посети и локални настани. СДСМ пропорционално помалку напаѓа противници во однос на програмските определби, но нивната комуникација се однесува на себепромоција на минатите достигнувања. Кога СДСМ комуницира идни програмски определби, тие се најчесто тешко опишливи, содржат висока апстракција во изразувањето и главно се фокусирани на големи теми поврзани со ЕУ. Во овој случај профилот на публиката и таргетот на кампањата се сосема нејасни. Во битката за освојување на албанскиот гласач, кај ДУИ и ВРЕДИ постои слична, наместа идентична, комуникациска реторика.

Имено, и двете коалиции доминантно користат општи политички пораки и се фокусираат на напад кон противникот, и во незначителен обем ги комуницираат програмските определби. ЗНАМ доминира со поконкретни програмски пораки, со кои очигледно го мобилизира незадоволството на специфични групи што ги препознава во партиските бази на СДСМ и на Левица. Нападот на ЗНАМ се фокусира исклучиво кон владејачката коалиција. Левица својата комуникација ја сведува на политички пораки што се напад кон сите политички партии, додека програмски се насочени кон радикални решенија. Оваа стратегија очигледно е скроена примарно за мобилизација на сопственото членство, без разлика на неможноста да се спроведат во практика голем дел од радикалните решенија.

Култура на компромис

Иако речиси сите партии се залагаат за ЕУ-интеграции, при дебатата за мерките и чекорите што треба да се преземат за да се постигне оваа цел, немаше речиси никаква подготвеност да се постигне и најмал компромис со што би се отворила можност за соработка на партиите во надминување на пречките на патот кон отворање на кластерите за членство во ЕУ. Обид за компромис немаше ниту меѓу двата блока на албанските партии, кои имаа многу слични програмски и политички цели. Наместо ова, изборната кампања се претвори во гола политичка борба за власт, при што идните коалиции беа утврдени независно од тоа дали нивните изборни платформи се комплементарни или се спротивни една на друга.

Промена на политичките ставови за време на кампањата

Политичките партии и коалиции главно останаа на своите првични политички ставови, но текот на кампањата сепак донесе одредени промени и маневри, особено во опозицискиот блок партии. Тактички, овие маневри служеа за ублажување на меѓусебните напади во име на заедничката цел за уривање на владејачките партии. Последново особено се однесува на ЗНАМ и на ВМРО-ДПМНЕ. Од друга страна, и водечката партија на власт, СДСМ, во одредени моменти го напаѓаше својот долгогодишен партнер во власта, ДУИ, во обид на овој начин да ги ублажи нападите од страна на опозицијата што одеа на линија дека СДСМ била „премногу попустлива“ кон амбициите на ДУИ. Коалицијата ВРЕДИ, иако на почетокот се залагаше дека прво треба да се изгласаат уставните измени за вклучување на бугарското малцинство во Уставот, во вториот дел од кампањата го релативизираше овој став, со што доби отворена понуда од ВМРО-ДПМНЕ да биде нејзин партнер во состав на владата по очекуваната изборна победа.

Дезинформации и црна кампања

Иако негативниот сентимент и агресивната реторика заземаа централно место во изборите, за разлика од претходните изборни циклуси црната кампања и кампања со дезинформации не беше толку воочлива во традиционалните медиуми, пишани или електронски.

Негативната комуникација најмногу беше користена од најголемата опозициска партија ВМРО-ДПМНЕ и таа беше речиси целосно насочена кон најдоминантната партија на Албанците во Северна Македонија, ДУИ. Ставот на ВМРО-ДПМНЕ, објавен уште пред почетокот на кампањата, јасно даваше на знаење дека таа не го посакува ДУИ во идната влада и на секој начин се обидуваше да влијае врз гласачите Албанци во корист на коалицијата ВРЕДИ, користејќи го и клиентелизмот како средство да ги насочи овие гласачи. Овие напади често беа возвратени со иста или слична мера, со што политичките препукувања помеѓу овие две партии му дадоа најсилен и етички најпроблематичен печат на овој изборен процес. Острината на ваквата анти-ДУИ кампања, која од голем број граѓани и аналитичари беше сфатена како антиалбанска, може да има далекусежни негативни последици по меѓуетничките односи во земјата.

ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА

Парламентарните и претседателските избори во 2024 година покажаа дека најтешките форми на нерегуларности застапени во претходните изборни циклуси се надминати. Важната задача што претстои, се однесува на подигнување на демократските стандарди и поттикнување одговорност на идните носители на јавни функции, која произлегува од изворните надлежности на конкретната функција. Оттука, анализата извлекува повеќе заклучоци што може да служат како иден патоказ за поведението на политичките актери. Поради **испреплетеноста на кампањите** и настапите на кандидатите и како лидери на партии и како кандидати, многу е тешко да се издвојат посебни заклучоци што ги разделуваат претседателските од парламентарните избори. Затоа, заклучоците најчесто се однесуваат и на двете кампањи.

1. Политичката атмосфера во која се одржуваа изборите укажува дека кампањите се одвиваат во доминантно негативен сентимент што го преплавува јавниот простор. Го практикуваат сите општествени актери почнувајќи од политичките партии и кандидатите, медиумите, аналитичарите, инфлуенсерите. Општествената клима во која се одржуваат кампањите е демотивиращка и неповолна за граѓаните, т.е. апелира речиси исклучиво на партиска а не на граѓанска мобилизација. Во јавноста за време на кампањите отсуствува суштинска програмска дебата и целосно отсуствува дијалог меѓу актерите што придонесува кон силна поларизација.

2. Агресивна реторика и негативна кампања. Употребата на агресивна реторика и побудување негативни чувства од страна на ВМРО-ДПМНЕ кон ДУИ, како и одговорот на ДУИ кон ВМРО-ДПМНЕ, укажува на загрижувачки тренд на поларизација и антагонизам во политичкиот пејзаж на државата. Особено загрижува тенденцијата да се замагли тенката граница помеѓу напад кон партија и напад кон цела етничка група. Агресивната реторика низ кампањата беше присутна кај сите опозициски партии, кои дури и да не се од различен етникум го напаѓаа односот на „своите“ кон другиот етникум во негативен правец.

Ваквите напади беа особено присутни кон владејачката СДСМ, нарекувајќи го нејзиниот однос кон ДУИ (и по екстензија кон Албанците генерално) „поданички и измеѓарски“. Овие тактики не само што го поткопуваат конструктивниот дијалог и компромисот, туку имаат и потенцијал да ги влошат меѓуетничките тензии и општествените поделби.

Во кампањата се нотира и загрижувачка леснотија со која партиите мобилизираат „етнички“ гласови преку реторика што генерира меѓуетнички тензии. Речиси по правило, по завршувањето на предизборната кампања таквите гласови суптилно се преобразуваат во култура на политички компромис, особено во рамките на идната или претпоставена владејачка коалиција. Сепак, оваа поларизација долго останува во свеста на граѓаните и претставува силен негативен мобилизациски потенцијал за во иднина.

3. Позиционирањето на нови и помали партии. Рестриктивните позиции усвоени од партиите како што е партијата ЗНАМ во однос на европските интеграции и билатералните односи со Бугарија, како и популистичкиот наратив на партијата Левица, која се залага за повлекување на Северна Македонија од НАТО и за поништување на меѓународните договори од 2017 и од 2018 година, претставуваат сериозни предизвици за македонските стратемиски интереси и надворешнополитички цели, дополнително комплицирајќи го политичкиот пејзаж. Загрижувачки е што помалите партии, неоптоварени од одговорноста од евентуално практикување на власта, комуницираат радикални и проблематични ставови што не се обработени во јавноста. Отсуството на реакција и одговор кон ваквите радикални изјави влијае врз перцепцијата на граѓаните на долг рок поместувајќи ја демократската граница кон радикални политички опции и понуди.

4. Импликации врз развојот на односите на Северна Македонија со соседните земји. Исходот од изборите навестува песимизам во односите на Северна Македонија со соседните земји, првенствено со Грција и со Бугарија. Политичкиот дискурс и реториката на кампањата ги истакнаа тензиите и предизвиците во дипломатските односи со овие држави предизвикувајќи загриженост за идната траекторија на регионалната соработка и напорите за евроинтеграција.

5. Претседателските кандидати се доминантно посветени на нагласување на слабостите на опонентот. Тие применија спротивставени стратегии, кои ги позиционираа на дивергентни идеолошки позиции, почнувајќи од проевропски и про-НАТО ориентации, па сè до критизерски ставови кон европските интеграции и членството во меѓународните организации. Во иста насока се движеа и решенијата за геополитичките предизвици. Однесувањето на претседателските кандидати влијаеше врз динамиката на изборната кампања, обликувањето на јавниот дискурс, перцепциите на гласачите и изборните резултати. Нивните интеракции со противниците, ангажманот со критичните прашања и ефикасноста во пренесувањето на нивните пораки, одиграа клучна улога во обликувањето на изборниот пејзаж на Северна Македонија.

Четири од вкупно шест кандидати односно Силјановска-Давкова, Ванковска, Таравари и Османи најавија употреба на правото на помилување за случаи што донесоа големи потреси во македонското општество, контрадикторно на нивните изјави (и изјавите на нивните партии) за владеење на правото и независното правосудство. Темата за избор на претседателот во собрание и нејзиното постепено исчезнување од јавниот дискурс кога почнаа да се насираат на контурите на идната владејачка коалиција, укажува дека била искористена како стартна преговарачка тактика, а не како автентичен изблик и потреба.

6. Јавната комуникација на **партиите за време на парламентарните избори**, освен што е негативна, политикантска и насочена исклучиво кон партиските бази, таа се обраќа и на целосно различни светови. Програмски, ВМРО-ДПМНЕ во својата јавна комуникација застапуваат локални теми и опипливи проекти што ја навестуваат кампањата за локални избори идната година, скромно најавувајќи ставање на меѓународната политика во втор план. За разлика од нив, и СДСМ и ДУИ доминантно комуницираат преку големи теми од меѓународната политика со фокус на евроинтеграцијата. Дополнително, кај ДУИ силно е изразена етничката политика и статусот на етничките Албанци во рамките на државата и општеството. ВРЕДИ ја заснова на задржување на евроинтеграциските теми, но слично како и ВМРО-ДПМНЕ има фокус на специфични конкретни внатрешни прашања поврзани со авансирање на етничката агенда. Програмски, ЗНАМ е исклучокот од погоренаведените, ставајќи го фокусот на лесно лепливи политички теми и идеолошка неодреденост во програмските определби.

Дел од програмските определби на ЗНАМ се контрадикторни со оние на партиите со кои претендира да состави владејачка коалиција, што претставува „стапица“ што за брз период може да го намали кредибилитетот на партијата. Левица, застапувајќи антизападни ставови и радикални програмски решенија, главно е фокусирана на мобилизација и анимација на симпатизерите и на членството.

7. **Медиумите** покажуваат тенденција да ги нагласуваат негативните пораки и ги претставуваат како примарни пред граѓаните. Претседателските кандидати на своите јавни профили на социјалните мрежи зрачат попозитивни пораки од оние што им се пренесувани од страна на медиумите. На овој начин медиумите придонесуваат кон негативната клима во текот на изборниот процес. Од друга страна, пак, во однос на парламентарните избори се забележува дисбаланс во застапеноста на партиите, кој веројатно се должи на начинот на закуп на медиумски простор од страна на партиите. И во двете кампањи, медиумите придонесуваат за наострена, негативна предизборна атмосфера, во која ретко провејува позитивна вест, и таквата атмосфера создава демотивирачки контекст за потенцијалните гласачи. Медиумите не ги обработуваат суштински проблематичните изјави на кандидатите, а воедно не посветуваат никакво внимание на профилите на кандидатите по изборните листи на политичките партии.

ПРЕПОРАКИ ЗА УНАПРЕДУВАЊЕ НА ИЗБОРНИТЕ И ДЕМОКРАТСКИТЕ ПРОЦЕСИ

Парламентарните и претседателските избори во Северна Македонија нудат добра можност да се процени состојбата на демократијата во земјата.

Во светлината на заклучоците извлечени од изборната анализа, евидентно е дека Северна Македонија се соочува со значителни предизвици во одржувањето на демократската стабилност, промовирањето на меѓуетничката хармонија и почитувањето на етичките стандарди на политичко однесување. Сепак, среде овие предизвици лежат можности за зајакнување на демократските институции, поттикнување инклузивен дијалог и зајакнување на граѓанскиот ангажман. Политичките актери сега се соочени со повисока граѓанска свест од претходно и затоа треба да се внимателни во однос на клучните предложени политики поврзани со квалитетот на животот на граѓаните, без разлика на нивната партиска, етничка или друга основа. Инклузивниот дијалог и поттикот на граѓански ангажман ќе бидат двете најзначајни промени што ќе придонесат кон подигнување на довербата на граѓаните во јавните институции.

Следниве препораки служат како патоказ за креаторите на политиките, за институциите, за актерите на граѓанското општество и за граѓаните за унапредување на демократијата во Северна Македонија. Со прифаќање на овие препораки и посветеност на демократските принципи, Северна Македонија може да ги надмине постојните пречки и да изгради поотпорно и попросперитетно демократско општество за идните генерации. Создавање здрава демократска основа за идните генерации, значи и едуцирани млади луѓе што умеат да ги препознаат и да ги применуваат овие демократски стандарди.

Препораки за унапредување на изборните и демократските процеси

1. Изборите како „празник“ за неопределените граѓани. Високиот процент на излезност на изборите треба да е императив.

Сите политички, институционални и општествени актери мора да работат на подигнување на стандардот на партиципативна политичка култура и култура на дијалог пред и за време на изборите, со цел создавање позитивна атмосфера во која граѓаните ќе сакаат да учествуваат во изборниот процес, со што ќе се постигне поголема излезност и високо ниво на информираност за програмските определби на кандидатите.

Тоа подразбира:

а) **Институциите** што се експлицитно задолжени за организирање избори, да развијат компонента што ќе се занимава со создавањето позитивна предизборна атмосфера. Институциите доминантно се грижат за „законската“ рамка и нејзиното прекршување, а меѓународните организации задолжени за мониторинг на изборите се раководат речиси исклучиво по истите критериуми. Институциите треба да развијат меѓуресурска програма, која ќе работи помеѓу два изборни циклуси на создавањето позитивна атмосфера и поттикнување висока излезност.

Државната изборна комисија (ДИК) треба да е водечка институција што треба да има проширени надлежности, и преку зајакнување на капацитетите (човечки и материјални) треба да ја добие улогата на координирање на ваков меѓуресорски пристап.

Агенцијата за аудио и аудиовизуелни и медиумски услуги (АВМУ) и Националната радио-телевизија (НРТ) треба да се водечки медиумски институции во обезбедувањето фер и демократски јавен простор, во кој ќе доминираат јавните дебати на сите кандидати, засновани на меѓусебен дијалог и претставување на програмските определби. На овој начин значително би се намалил просторот за дезинформации и манипулациите со информации. АВМУ мора да игра посериозна улога во создавањето позитивна медиумска атмосфера, која како императив ќе го има предвид ефектот што јавниот дискурс го предизвикува кај граѓаните, кои треба да се мотивирани и поттикнати да учествуваат во изборниот процес. Спротивставување на дезинформациите и на малигните влијанија мора да е основен мандат на АВМУ. Напорите за спротивставување на дезинформациите и на малигните влијанија од трети страни, вклучително и преку социјалните и традиционалните медиумски канали, се клучни за заштита на демократските процеси и за зачувување на суверенитетот и интегритетот на институциите.

б) Политичките партии преку своето поведење треба да демонстрираат највисок стандард на позитивна меѓупартиска соработка, одржување принципиелен политички дијалог и постојана и отворена инклузивна јавна дебата, која ќе биде посветена на програмските определби наместо на меѓусебни напади. Политичките партии носат најголема одговорност пред граѓаните за време на изборите бидејќи токму на изборите тие се „борат“ за довербата што во наредните четири години треба да ја оправдаат. На овој начин тие ќе придонесат во зацврстување на довербата на граѓаните кон демократскиот систем и кон институциите во наредните четири години. Дополнително, на овој начин политичките партии ќе можат да претендираат дека ги реализирале очекувањата на граѓаните ветувани за време на предизборната кампања, а кои се засновани на транспарентна програмска комуникација.

в) Медиумите и институциите односно организациите задолжени за регулирање на медиумите, какви што се Здружението на новинари на Македонија (ЗНМ), Советот за етика во медиумите (СЕММ) и АВМУ, треба да работат на создавање позитивен дискурс што ќе ги информира и ќе ги поттикне граѓаните да учествуваат во изборите. Тоа ќе го постигнат и преку медиумски кампањи, но и преку обезбедување простор за кандидатите, во кои ќе ги отворат прашањата од јавен интерес, кои се насочени кон програмските определби, и притоа да го намалат просторот во етерот за меѓусебни напади и манипулативна политичка реторика и да оневозможат некритичко пренесување еднострани изјави и дезинформации. Анализата на 1647 новинарски написи покажува дека во јавниот етер доминира еднострано и неретко некритичко пренесување изјави на политичари што главно се фокусираат на политичка реторика или напад на противникот.

Професионалните медиуми, особено оние со голема гледаност и водени исклучиво од јавен интерес, треба да отворат простор за прашањата што ги интересираат граѓаните, а кои воопшто не се дебатирани од страна на партиите.

г) Граѓанските организации треба да работат на поттикнување на излезноста на граѓаните, особено на младите и идни гласачи, како и на самото користење на правото на глас и неговиот интегритет.

д) Меѓународните организации, дипломатските мисии и демократските актери што дејствуваат во Северна Македонија треба да ги насочуваат своите напори кон поддршка на домашните актери што работат на подигнување на стандардот во насока на партиципативна политичка култура и дијалог пред и за време на изборите.

ѓ) Политичките партии мора да ја напуштат практиката на злоупотреба на националистичка реторика како метод за негативна мобилизација на гласачи. Ефикасен начин да се направи ова е политичките партии да ги напуштат стратегиите на мобилизација исклучиво на своите партиски бази и да го црпат легитимитетот и интегритетот преку претпоставениот висок процент на излезност на изборите. Анализата покажува дека кога политичките партии во јавниот етер говорат за својата програма, тие се насочуваат кон позитивни пораки, додека кога говорат за политичките противници, тие се крајно негативни. Аналогно на тоа, кога партиските претставници гостуваат во интервјуа, тие се фокусирани на програмските достигнувања што ги ветуваат, додека кога учествуваат на дебати, тие се поставуваат крајно негативно кон политичкиот противник минимизирајќи ги програмските пораки. Следствено, обврзувањето на партиите да се фокусираат главно на програмските достигнувања како и фокусот на медиумите кон програмските достигнувања на сметка на негативната кампања го намалува просторот за националистичка реторика и политичка комуникација заснована на напад на противник, поттикнувајќи позитивна атмосфера кај неопределените гласачи и чесен и фер приказ на понудата на партиите.

Од друга страна, партиите во оваа кампања не покажаа дека се водени од култура на политички компромис. Иако некои од политичките партии покажаа приближување на политичките ставови, впечатокот што може да се добие од јавните изјави е дека кампањата се користи за поставување на тврдите линии и позиционирање на постизборни преговори за коалиции. Ова предизвикува двојна штета. Прво, затоа што јавното декларирање на тврдите линии мобилизира одреден број граѓани, кои подоцна се разочарани и ја губат довербата односно кај нив се создава чувството на изиграност. Второ, предизвикува градење коалиции засновани на опортун интерес и потреба од власт, на сметка на градење коалиции поради идеолошка и програмска сродност и штитење на јавниот интерес.

е) Иницијативите какви што се средби во Собранието или дискусии на тркалезни маси може да ги олеснат затегнатите односи помеѓу политичките ривали и да поттикнат дијалог, кој ќе постави минимум стандарди и потенцијално ќе го идентификува заедничкиот јавен интерес и државнички пристап околу кој партиите ќе се согласат и ќе го применуваат овој пристап во идните предизборни кампањи. Преку поттикнување меѓупартиска соработка, политичките партии треба да дадат приоритет на градењето консензус за клучните национални приоритети, надминувајќи ги партиските поделби во корист на колективните интереси што одат отаде поделбите.

2. Граѓаните треба да гласаат „ЗА“ а не „ПРОТИВ“, и мора да знаат точно што е тоа „ЗА“

За време на кампањата, медиумите треба да работат на подетална разработка на профилите на кандидатите што претендираат да имаат пратенички или извршни функции.

Преку обработка на нивните политички ставови и заложби, но и преку своевиден јавен ветинг (особено во делот на говор на омраза, дезинформациите, токсичен национализам или говорот што предизвикува демотивација кај граѓаните за учество во изборите), медиумите можат да го намалат просторот во кој граѓаните ќе гласаат „против“ и ќе се определат за програмските определби со кои партиите ќе се натпреваруваат и транспарентно ќе објаснат како ќе го подобрат животот на граѓаните во следните четири години.

Воедно, за да почнат да ја градат довербата на гласачите (особено на неопределените), политичките партии мора да ги фокусираат своите комуникациски стратегии на отчетноста на релацијата ветено-реализирано, преку намалување на манипулативната политичка реторика и зајакнување на комуникацијата во делот на програмските определби. Тие мора да имаат јасна комуникација за нивните конкретни мерки во програмите што ги интересираат граѓаните.

На пример, анализата покажува дека кога е антикорупцијата во прашање како една од темите што најмногу ги засега граѓаните, партиите ја споменуваат речиси незначително во форма на програмски определби (и тоа само во насока на ветинг на правосудството и беспопштедна борба против корупцијата), а многу повеќе се фокусираат на обвинувања на политичките противници дека се корумпирани.

Целосно друга димензија е транспарентноста при изборот на кандидати за пратеници, одлуките од конгресите, како и финансиска пресметка на политичките програми што ги поднесуваат, а за кои треба да образложат како планираат да ги обезбедат.

Со последново се избегнуваат нереални ветувања, кои подоцна ги разочаруваат граѓаните и ја разнишуваат довербата во самите избори и актерите што учествуваат во нив.

Конечно, по одржувањето на изборите, сите општествени актери обработени во оваа анализа мора да работат на проверка на ветувањата дадени во предизборното и програмите како на партиите така и на идната влада. Ова мора да биде практика на медиумите, на граѓанските организации, но и на институциите што директно или посредно се занимаваат со изборниот процес.

3. Политичките актери мора да ја градат довербата на граѓаните помеѓу два изборни циклуси.

Политичките и општествените актери мора да ги фокусираат своите напори во градење на довербата на граѓаните, како во институциите, така и во политичките партии, медиумите и граѓанските организации. Според сите истражувања спроведени во Северна Македонија во изминативе 5 години, довербата во сите горенаведени категории е историски ниска, а со тоа паѓа и довербата во демократскиот систем.

Форумот за разумни политики го детектира изборниот циклус како временска отсечка што може да биде основа за почеток на градење на довербата на граѓаните. Токму затоа, нашиот фокус на работа ќе биде имплементацијата на горенаведените препораки за политики, кои ќе влијаат врз реорганизирањето на предизборниот период и постизборните активности помеѓу два изборни циклуси, на начин што ќе почне да ја гради довербата на граѓаните во еден функционален демократскиот систем.

АНЕКС 1: Список на медиуми што се опфатени со истражувањето

1. Канал5
2. Сител
3. Алсат
4. ТВ21
5. Телма
6. МТМ.МК
7. СкопјеИнфо
8. 360степени
9. DW:Deutsche Welle
10. Макфакс
11. ТВ 24
12. 24 инфо
13. Нова ТВ
14. Независен
15. Република
16. Во центар
17. Слободен печат
18. Плусинфо
19. Мета
20. Прес 24
21. Цивил
22. Алфа
23. Нетпрес
24. Либертас
25. Нова Македонија
26. Бриф
27. Локално
28. Е-магазин
29. Фокус
30. Центар мк
31. Време мк
32. Вечер прес 33.
33. Слободна Европа
34. СДК
35. Призма
36. Денешен
37. Бизнис вести
38. Мкд мк
39. Курир
40. Фактор
41. Куманово њуз
42. Кумановски муабети
43. Градска мк
44. А1 он
45. Макпрес
46. 4News мк
47. ММС мк
48. Пресинг тв
49. Фронтлајн
50. Лидер
51. Zoom мк
52. Рацин
53. Vestiplus мк
54. Express мк
55. Mnet.mk
56. Puls24 мк
57. Skorje1 мк
58. Opserver
59. Тocka
60. Ohridnews
61. Puls24 мк
62. Infomax
63. Antropol
64. Voanews
65. Tera
66. 365 com мк
67. Mia мк
68. Ima мк
69. Skopsko eho



ВОДИЧ ЗА ДОБЛЕСНИ ПОЛИТИЧАРИ 2.0



Водичот за доблесни политичари 2.0 е изработен од тимот и експертите на Форум за разумни политики: Гордан Георгиев, Ибрахим Мехмети, Александар Спасеновски и Јасмина Трајкоска-Наумоска.

Оваа публикација е изработена во рамките на проектот „Етика и политика – врзување на јазолот“, имплементиран од Форум за разумни политики. Публикацијата е овозможена со поддршка на американската непрофитна фондација National Endowment for Democracy. Содржината на публикацијата е одговорност на авторите и не ги одразува ставовите на National Endowment for Democracy.