[Прес соопштение] Македонскиот центар за меѓународна соработка (МЦМС), Институтот за демократија (ИДСЦС) и Македонскиот институт за медиуми (МИМ) како дел од Мојот избор 2011, ги истражуваа мислењата на граѓаните за текот на изборната кампања и односот на медиумите .

Изборната кампања воопшто нема или малку ќе промени во рејтинзите на пар-тиите, е став на мнозинството граѓани (59,6%), 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 кам-пања 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).

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. 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 пра-шање 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 рамно-правен медиумски третман. Најмногу граѓани (40,1%) сметаат дека во медиумите биле фаворизирани партиите на власт, 39,1% сметаат дека биле фаворизирани поголемите пар-тии, 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.

Изборните кампањи на политичките партии