



Со анализата „ [Интернет-присуство на кандидатите за градоначалници во време на изборниот процес - Локални избори 2013](#) “ се прикажува моменталната состојба на интернет-страниците и профилите на социјалните медиуми на кандидатите за градоначалници (заклучно со 16 март 2013 година). Една од целите е да се покаже дали, на кој начин и во која мера се употребуваат овие комуникациски канали, односно дали се користи можноста што ја дава интернет просторот.

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 прибегнуваат 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 попопуларниот Јутјуб 23 %.

Кандидатите делумно покажале интерес да комуницираат со посетителите на нивните

интернет странци. 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 ИДСДЦ. Проектот вклучува истражувања, набљудување на изборните програми и кампањи, на медиумите, на изборната администрација и на денот на гласањето.