



ДЕКЕМВРИ 2017
СКОПЈЕ, Р.МАКЕДОНИЈА



ИСТРАЖУВАЊЕ

Содржина:

▪ Вовед во истражувањето

▪ Демографски карактеристики

▪ Графичко табеларен приказ на резултатите од истражувањето

▪ Анализа и заклучни согледувања на истражувањето

„РЕЛИГИЈАТА ВО ПОЛИТИЧКИ КАМПАЊИ КОРИСТЕЊЕТО НА РЕЛИГИЈАТА ВО ПРЕДИЗБОРНИ КАМПАЊИ“

Автори: Владимир Божиновски
Марјан Николовски



ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во поличките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**

19 декември, 2016

Скопје, Р.Македонија



Фондација Конрад Аденауер

ул. Ристо Равановски бр.8
Република Македонија
1000 Скопје

Телефон: +389 (2) 3217 075

Факс: +389 (2) 3217 076

Skopje@kas.de

www.kas.de/mazedonien/mk



Институт за Политички Истражувања - Скопје

Институт за Политички
истражувања-Скопје

ул. Багдадска 15/11
1000 Скопје, Македонија

Тел: +389 2 3078 319

www.ipis.org.mk



Религија.мк „Молитвеник за
информации“

бул. Асном 22/39
1000 Скопје, Македонија

religija.mk@gmail.com

www.religija.mk

*Ставовите и заклучоците во оваа публикација им припаѓаат на
самите автори и на никаков начин не ги рефлектираат ставовите
и заклучоците на Фондацијата Конрад Аденауер*

ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во полицките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

ВОВЕД

Институтот за политички истражувања Скопје, заедно со порталот Религија.мк, минатата година со поддршка на Конрад Аденауер, го спроведоа најобемното истражување за перцепцијата на граѓаните околу улогата на верските институции и религијата во градењето на меѓурелигиски соживот. Тоа истражување покажа многу специфични ситуации карактеристични за македонското општество кои се исклучително интересни за дополнителни анализи и истражувања.

За македонското општество е исклучително важно прашањето на улогата на религијата, но од друга страна е значајно и да се следи процесот на оценката на граѓаните во еден континуитет. Тоа значи дека врз основа на ова прво истражување, важно беше да се детерминираат неколку точки кои дополнително беа опфатени во ова второ истражување.

Едно од прашањата за кое беше посветен дополнителен фокус е „Употребата или злоупотребата на религијата во политички цели и кампањи“.

Со оглед дека Македонија и оваа 2017 година беше во предизборен и изборен период, а тој процес изминативе неколку години се случуваше во многу подинамичен период од вообичаениот, односно речиси секоја втора година имаше изборни процеси, целта беше да се испита расположението на граѓаните и нивната перцепција за тоа дали и во кој степен религијата, верските чувства се употребувани или злоупотребувани во политички цели.

Токму затоа овој период беше добар за да се искористи за истражување на оваа тема. Појдовна точка беа и резултатите од истражувањето во 2016 година кое покажа дека граѓаните ги сметаат токму политичките партии како најважен фактор кој може да биде причина за искористување на религијата како инструмент за создавање конфликти.

Искуствата покажаа дека во македонскиот политички дискурс, религијата честопати се појавува како адут на политичките партии во нивната агенда на дејствување, особено во овие периоди на предизборни и изборни процеси.

ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во полицките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

Религијата и верските чувства многупати беа на еден или ан друг начин вмешани во креирање политички настани.

Ова истражување ги открива точките кои се критични и на кои верските институции треба да посветат посебно внимание. Тие точки се на релација политички чинители, верски претставници, активности и пораки на актерите.

Меѓу поексплицитните примери на мешање на политиката и религијата имавме на последните парламентарни избори, како на пример: „Ако веруваш во Господ, дојди на конвенцијата на Беса.“ Ова беше почеток на партиската кампања на оваа политичка партија. Таа порака предизвика серија коментари, но и контра пораки на политичките противници. Лидерот на ДУИ, Али Ахмети возврати: „Нема само муслиманите да влезат во рајот, затоа што има и други вери во кои има добри луѓе и тие заслужуваат да одат во рајот“.

Во изминативе изборни циклуси имаше случаи кога претседатели на партии и кандидати за носители на функции извикуваа: „Алах е голем“, „Бог да ја благослови Македонија“, „Бидете благословени“ .

Во македонската политичка сцена, исто така за време на политичките настани од изборната кампања политичарите честопати беа дел од црковни прослави или присуство на црковно-народни собири. Речиси и да нема ден кога некој политичар нема партиската кампања да ја почне со палење свеќи и влез во црква.

Пораките се многу важен и сензитивно чувствителен дел од политичкиот и религискиот дискурс. Овие пораки генерално можат да се поделат во три категории. Пораки на верски лидери, свештеници и имами. Вториот - апели на верските заедници до партиите. И третиот – апели на партиите до верските заедници.

Во Македонија имало многу примери кога испратените пораки предизвикале голем интерес и општествено политички потреси. Имавме случаи кои претставници на МПЦ-ОА испраќаа пораки против законски решенија предложени во Собранието. Можевме да чуеме еден претставник на Исламската верска заедница во Република Македонија кој велеше дека „Господ решил сите Албанци да жи-

ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во полицките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

веат заедно". Имаше и такви, пак, кои тврдеа дека „Бог го чува идентитетот на Македонците“ . . .

Кога станува збор за апелите испратени од верските заедници еден посвеж пример е оној на братството и сестринството на Бигорскиот Манастир со поддршка за договорот за добрососедство меѓу Македонија и Бугарија. Друг случај кога ИВЗ апелирала на меѓународна истрага за судски случаи.

На политичката сцена не се изоставени и апелите од партиите до верските заедници. Разни изјави и соопштенија во кои црквите и верските заедници биле споменувани како поддржувачи на нечија политика.

Сите овие теми беа поделени во неколку сегменти каде со вкрстени прашања се бараше перцепцијата на граѓаните за овие состојби, како и нивните ставови за границите во кои можат да функционираат политиката и религијата. Со оглед на тоа дека ова истражување е прво од ваков тип, целта беше преку внимателно одбрани прашања да се добие што поширока и поверодостојна слика за релацијата политика-религија во македонското општество.

Првата појдовна точка за истражувањето беше да се види процесот и степенот на религиозност на општеството и довербата што верските институции ја уживаат меѓу граѓаните. Тие прашања се константна во еден континуитет на истражувањата кои ќе бидат правени и во иднина. Покрај општата оценка за довербата, се бараше и степенот на висината на доверба во црквите и верските институции.

Вториот дел од аголот на истражувањето беше насочен кон влијанието на партиите во работата на верските заедници, односно перцепцијата на граѓаните за тоа дали политиката ги користи услугите на верските заедници и обратно, колку црквите и верските заедници сакаат да бидат блиски до политиката, како и колку верските храмови се користат за политички проповеди. Тука се однесува и на тоа дали користењето на верски симболи во изборни кампањи е проблематично. Потоа лоцирање на политичките партии кои најмногу играат на картата на верските чувства.

Третиот дел од истражувањето е посветен на односот на политичарите кон религијата, нивното јавно демонстри-

ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во поличките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

рање на религиозност, како граѓаните гледаат на тоа, колку тоа е прифатливо за македонското општество.

Четвртиот дел прашања се посветени на пораките кои ги испраќаат верските претставници, контекстот на тие пораки, соодветноста на тајмингот и местото. Кој и колку придонесува во создавање на конфликти? Каква е улогата на партиите, а каква на верските заедници во тој процес? Ова истражување дава одговор на едно општествено актуелно прашање, а тоа е поврзано со границата на секуларноста и јавниот настап на верските претставници. Испитаниците одговараа на прашањата поврзани со потребата верските лидери да ги соопштуваат своите ставови за политички прашања, како и за тоа колку политика има во нивните обраќања.

Резултатите кои произлегуваат од ова истражување се еден патоказ и насока и за самите верски институции, како и за политичките фактори во кој правец треба да го градат својот однос за религиозните теми и верските чувства, кои во општество како македонското, со голем степен на религиозност, треба да демонстрираат и голем степен на општествена одговорност, пред се во превенција на конфликти.

ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во полицките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

АНАЛИЗА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Повеќе истражувања ја анализираат мулти-етничката структура и нејзиното влијание на политичките и генерално на општествените процеси во Македонија. Сепак, во овие анализи најчесто се заборава фактот дека освен мулти-етничка, Македонија е и мулти-религиска држава, карактеристика која дополнително влијае врз процесите и го обликува развојот на македонското општество. Досега, мулти-конфесионалниот аспект на македонското општество е генерално игнориран, а во најдобар случај споменуван само како дополнителен или страничен фактор на влијание, без притоа реално да се испита степенот на импакт кој го има религијата врз општествените текови.

Со цел да се добие една генерална слика за влијанието на религијата во македонското општество, Институтот за Политички истражувања од Скопје (ИПИС), заедно со веб-порталот religiја.mk и фондацијата Конрад Аденауер (КАС), кон крајот на 2016 година го започнаа проектот „Македонија како мултиконфесионално општество.“ Проектот вклучува истражувања и анализи (кои се базирани на резултатите од тие истражувања) на повеќе општествени процеси во кои се испитува степенот на влијанието на религијата и религиозните убедувања. Основната идеја која стои зад овој проект е преку анализа на јавните перцепции и ставови кон религијата, како и нивната улога во македонското мулти-конфесионално општество, да се иницира јавна дебата и да се подигне јавната свест кон овие прашања, што би довело и до идни промени и унапредување на односите во оваа сфера, а со тоа и во самото општество.

За постигнување на целите на проектот, односно за квалитетна евалуација и анализа на резултатите, при спроведување на истражувањата е користена квантитативна истражувачка методологија на собирање на податоци, (во овој случај телефонско истражување), која овозможува веродостојно и прецизно скенирање на ставовите на генералната популација. ИПИС има детален преглед на македонските телекомуникациски мрежи и нивната дата база, што овозможува целосна територијална покриеност на националните анкети. За спроведување на анкетите се користи CATI методот и *dual frame sampling model* (фиксни и мобилни линии).

ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во поличките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

За време на интервјуата, а со цел да се постигнат високи нивоа на доверба, се користи моделот на случаен избор и анонимност во анкетирањето, кое му е посочено посебно на секој испитаник. За испитанците чиј мајчин јазик не е македонскиот се ангажираат анкетари кои ги говорат јазиците на другите заедници во Македонија, со цел да се избегне можна јазична бариера во комуникацијата.

Со цел да се задржат високо поставените методолошки стандарди, креиран е репрезентативен примерок за истражувањата на национално ниво, редовно тестиран и обновуван. Во овој примерок се запазени сите релевантни социо-демографски карактеристики на населението во РМ. Националните анкети се спроведуваат со стратификуван примерок (во две етапи со случаен избор на испитаникот). Со оглед на спецификите на истражувањето, примерокот е стратификуван согласно регионите и населените места во Македонија. Големината на примерокот се избира согласно потребите на истражувањето, а во овој случај беа вклучени 1100 испитаници постари од 18 години, со задржување на генералниот сооднос во поглед на базичните демографски карактеристики како пол, возраст и професија и образование. Стратификацијата е соодветна со најновите податоци од државниот завод за статистика. Просечната респонзивност во анкетите зависи од самата тема на истражување и се движи од 30-60%, а за ова истражување беше 51% од добиените соговорници. Маргиналната грешка е помеѓу +/-2.9% со 95% интервал на веродостојност.

Темата на ова истражување, кое беше спроведено во првата половина на Ноември 2017 година, како дел од проектот „Македонија како мултиконфесионално општество“ беше „религијата во политички кампањи,“ односно употребата (или злоупотребата) на религијата во предизборни кампањи. Религиозните убедувања честопати се користат од страна на политичките партии во предизборието. Религијата била секогаш една од темите на политичката кампања, а понекогаш и меѓу најзначајните сегменти на подземната (или анономната) негативна кампања, спроведувана од страна на повеќе политички партии во минатото, иако со различен интензитет, во зависност од политичките околности пред самите избори. Партиите ја користат религијата со цел да креираат тензии и атмосфера на конфликт со цел да мобилизираат нови гласови. На минатите парламентарни избори,

ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во политичките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

некои од политичките партии отворено ја промовираа религијата како еден од главните инструменти во политичката кампања.

Првите воведни прашања во анкетата се исти како во претходното истражување, спроведено пред една година, а беа поставени со цел да се видат промените во перцепциите на граѓаните во дадениот временски интервал. Овие општи прашања за религиозните перцепции на испитаниците ќе бидат дел и од следните истражувања, со што ќе може да се направи една компаративна анализа на религиозните перцепции во одреден временски период. Првото од воведните прашања во анкетата беше На која религија и припаѓате, при што 77% (75% минатиот пат) се изјасниле како православни и 21,2% (21,6% претходната анкета) муслимани, додека католици, припадници на други религии или атеисти биле 1,1% од испитаниците. Сепак, како и во минатото истражување, постои разлика помеѓу припадност и практикување на одредена религија, со оглед дека првото е повеќе перцепирано како традиција и наследство, додека второто е личен избор на луѓето кои самостојно одлучуваат дали религијата ќе ја практикуваат или не. Токму затоа, второто прашање од анкетата повторно беше Дали за себе може да кажете дека сте религиозен/на. На ова прашање високи 49,6% (52,4% минатата анкета) кажале дека се религиозни и дополнителни 29% (30,6% претходно) изјавиле дека се донекаде религиозни. Како малку или воопшто нерелигиозни се определиле 21% (16,5% претходно) од испитаниците. Кај православните овој процент е 21,9% (15,5 во претходното истражување, додека кај муслиманите 13,7% (12,5 претходно). Овие бројки ја потврдуваат претпоставката произлезена од претходното истражување, како и од други слични истражувања, дека Македонија е генерално религиозна држава и тоа важи како за христијаните, така и за верниците кои се припадници на исламската религија. Сепак, влијанието на религиозните учења во секојдневниот живот е доста помало, односно за 31,7% (25% претходно) тоа е големо, за 31,2% (30,3% претходно) донекаде големо, додека за 24,7% (27,7% претходно) е мало или религијата воопшто нема влијание за 10,5% (13,8% претходно). Кај муслиматите религијата има поголемо влијание во секојдневниот живот (71,7% големо и 21,5% донекаде големо) отколку кај христијаните (21,1% големо и 34,3% донекаде големо).

ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во поличките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

Последните две прашања од воведниот дел во истражувањето се однесуваат на перцепциите за верските заедници во Македонија. Првото прашање е Дали имате доверба во Македонската Православна Црква (МПЦ-ОА) (ИВЗ за муслимани) на што потврдно одговориле 40,9% од православните христијани во однос на МПЦ-ОА и 48,9% од муслиманите за ИВЗ. Донекаде доверба во своите верски заедници имаат 24,7% од православните и 13,3% од муслиманите, додека малку доверба имаат 15,7% од православните и 11,2% од муслиманите. Во МПЦ-ОА воопшто немаат доверба 17,5%, а во ИВЗ 24% од верниците. На прашањето Колкава е вашата доверба на скала од 1-5 каде 1 е најмала, додека 5 е највисока доверба, 16,6% (18,1% претходно) од православните и 22,3% (29,2% претходно) од муслиманите избрале 1 (најмала), а 20,1% (21,6% претходно) од православните и 30% (16,7% претходно) од муслиманите 5 или највисока доверба. Останатите одбрале помеѓу 2 и 4.

Просечната доверба во МПЦ-ОА е 3,08 (3,22 претходно) додека во ИВЗ е нешто повисока, односно 3,17 (2,7 претходно). Просечната доверба во религиозните заедници, пресметано од сите испитаници е 3,12. Од овие резултати може да се заклучи дека иако повеќето верници имаат одредена доверба во своите верски заедници, сепак постои сериозен процент на верници, кои изгубиле или воопшто не стекнале доверба во својата верска заедница. Споредено со претходното истражување од Ноември 2016, се забележува дека постои зголемување на довербата на муслиманите во ИВЗ и одредено намалување на довербата во МПЦ-ОА, кај православните христијани.

Со следното прашање во истражувањето се мереше перцепцијата на граѓаните околу користењето на религијата во предизборните кампањи на политичките партии на неодамна завршените локални избори. Прашањето гласеше Дали во предизборната кампања беше користена религијата и религиозните чувства на граѓаните со цел да се привлечат повеќе гласови од страна на политичките партии? На ова прашање потврдно одговориле 20,2% од испитаниците, 23% сметаат дека донекаде е користена религијата во кампањите на политичките партии, 12,6% дека донекаде не е користена, додека 25,8% сметаат дека религијата воопшто не била користена во кампањата за локалните избори. Од овие одговори произлегува дека за околу 43% од испитаниците религијата

ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во политичките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

е повеќе или помалку употребена во кампањата, а околу 38% таа малку или воопшто не се користи од страна за партиите. Релативно високиот процент на испитаници кои сметаат дека религијата е употребена во кампањата за последните избори ја наметнува претпоставката дека политичките партии сметаат дека може да привлечат гласови, апелирајќи на религиозните чувства на граѓаните, иако во конкретниов случај станува збор за локални избори. Следното прашање ја потврдува оваа претпоставка, односно на прашањето Генерално земено, дали сметате дека политичките партии ја користат или не ја користат религијата во своите предизборни кампањи, високи 54,4% сметаат дека партиите помалку или повеќе ја користат религијата, за разлика од 30,1% кои сметаат дека генерално, религијата малку или воопшто не се користи во предизборните кампањи.

Според испитаниците, трендот за користење на религиозните чувства на граѓаните во политиката со цел да се привлечат дополнителни гласачи се интензивира, бидејќи на прашањето Доколку ги споредиме последните неколку избори во Македонија, дали сметате дека сега религијата се користи повеќе или помалку во предизборните кампањи на политичките партии, 35,9% од испитаниците сметаат дека таа се користи повеќе, 18,2% помалку и 30,3% исто како и претходно. Сепак интересно е што кај релативно мал дел од граѓаните користењето на религијата во кампањата може да влијае за кого би гласале. Имено само 6,9% сметаат дека користењето религијата и религиозните симболи во предизборните кампањи имаат влијание за кого да се определат на денот на гласање, а ист процент испитаници сметаат дека религијата донекаде може да влијае на нивниот избор. Од друга страна 7,8% сметаат дека религијата има многу мало влијание, додека огромен дел од граѓаните или 73,5% сметаат дека религијата нема никакво влијание во однос на нивниот политички избор на денот на изборите.

Од овие одговори се наметнува заклучокот дека политичките партии во своите кампањи се подготвени да користат инструменти кои се надвор од политичката сфера, како што е религијата, иако политичката корист од ова е релативно мала. Сепак очигледно е дека за партиите секој глас е важен и дека можеби во Македонија основните инструменти за привлекување гласови веќе не се доволни, односно не го даваат посакуваниот ефект, па затоа се прибегнува кон

ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во полицките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

дополнителни мерки за поврзување на партијата со новите потенцијални гласачи.

Сепак не сите политички субјекти еднакво ја користат религијата во своите политички кампањи и затоа на испитаниците им беше поставено прашањето, Според вас, на скала од 1 до 5, неведете колку од страна на следниве политички парии се користи религијата во нивните предизборни кампањи. Притоа на граѓаните им беа наброени политичките партии кои се застапени во парламентот. Врз основа на оцените од 1 до 5 беа изведени средните вредности за секоја партија соодветно. Според испитаниците, религијата се користи најмалку во политичките кампањи на СДСМ со просечна оцена од 2,40 а потоа на ВМРО-ДПМНЕ со слична просечна оцена од 2,60. Кај партиите на етничките албанци, според граѓаните религијата се користи во поголем интензитет и тоа: кај ДПА просечната оценка е 3,28, потоа кај ДУИ е 3,38, додека кај новите партии кои за првпат се појавија на претходните парламентарни избори таа е повисока, односно кај Алијанса за Албанците 3,51 и кај БЕСА 3,71. Од овие резултати, освен заклучокот дека етничките албански партии, според граѓаните, повеќе ја користат религијата во изборните кампањи, се наметнува заклучокот и дека новите партии во поголем обем се фокусираат на религиозните чувства на своите потенцијални гласачи, сметајќи дека преку користење на религијата ќе успеат полесно и побрзо да се наметнат на политичката сцена. Со оглед на релативниот успех на овие две партии од нивното појавување на претходните парламентарни избори, очигледно е дека кај дел од етничките албански гласачи, религијата има одредено влијание во нивниот политички избор, иако сепак за повеќето од нив тоа не е доминантен фактор.

Во претходните прашања се мереше перцепцијата на испитаниците за тоа дали се користи и колкав е степенот на употреба на религијата во кампањите. За разлика од нив, целта на следното прашање во анкетата е да се утврдат ставовите на граѓаните во однос на тоа дали треба или не треба да се користи религијата во политичките кампањи. Тие беа запрашани Дали сметате дека користењето на религијата и религиозните симболи во изборните кампањи е дел од едно нормално политичко претставување на програмата и заложбите на една политичка партија или тоа претставува злоупотреба на религиозните чувства на граѓаните? Најго-

ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во полицките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

лем дел од испитаниците одговориле дека користењето на религијата во кампањите претставува злоупотреба на религиозните чувства на граѓаните, односно 70,5% од испитаниците (69,8% од православните и 77,7% од муслиманите), додека само мал дел од испитаниците или 11,1% (9,7% од православните и 15,5% од муслиманите) сметаат дека користењето на религијата е дел од нормалното политичко претставување, што наведува на заклучокот дека граѓаните се против користењето на религија и религиозни симболи во политичка кампања.

Во следните неколку прашања се мереше перцепцијата на испитаниците околу поврзаноста на верските заедници со политичките партии, како и нивната меѓусебна интеракција. На прашањето Според вас, дали партиите имаат влијание врз работата на верските заедници како МПЦ, ИВЗ и сл? 51,1% (50,9% од православните и 51,9% од муслиманите) од граѓаните сметаат дека партиите имаат влијание, додека 23,1% (24,6% од православните и 18,9% од муслиманите) дека немаат. На прашањето Дали сметате дека партиите ги користат или не ги користат верските заедници за свои политички цели? 59,5% (61,2% од православните и 51,9% од муслиманите) одговориле потврдно, додека само 17,5% (17,3% од православните и 18% од муслиманите) од испитаниците дека партиите не ги користат верските заедници за свои политички потреби. Одговорите на претходните две прашања наведуваат на заклучокот дека граѓаните сметаат дека партиите влијаат на работата на верските заедници, како и тоа дека ги користат во свои политички цели. Доколку ваквата перцепција остане, може да се случи намалување на довербата на граѓаните и верниците во своите религиозни заедници со оглед дека мнозинството во моментот сметаат дека им служат на политичарите. Дополнителен проблем претставува што граѓаните сметаат дека и верските храмови се користат за политичка агитација, со тоа што овој феномен е повеќе изразен за џамиите, отколку за црквите, иако и за двата типа светилишта процентот е релативно висок. На прашањето Дали сметате дека црквите се користат или не се користат како места за политичка агитација? 37,5% (35,8% од православните и 44,2% од муслиманите) одговориле потврдно, додека 40,5% (42,2% од православните и 34,3% од муслиманите) сметаат дека црквите не се користат за политичка агитација. Во однос на прашањето Дали сметате дека џамиите се користат или не се користат како места за поли-

ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во полицките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

тичка агитација 49,1% (51,1% од православните и 41,6% од муслиманите) од граѓаните сметаат дека џамиите се користат за политичка промоција, а 21,1% (15,9% од православните и 40,3% од муслиманите) дека не се користат, што претставува повисок процент во однос на црквите, односно според граѓаните џамиите се повеќе во функција на политички маркетинг за партиите отолку црквите. Интересно е што во одговорите на двете прашања околу користење на верските храмови за политичко-пропагандни цели, повисок е процентот граѓани кои сметаат дека политичка агитација има повеќе во храмовите на религијата на оној другиот, т.е. на религијата на која тие не им припаѓаат, иако како што сугерираат и погоре претставените одговори тоа е повеќе изразено за џамиите отколку за црквите.

На прашањето Доколку има одреден однос меѓу партиите и верските заедници, дали сметате дека самите верски заедници сакаат да се блиски до политичките партии или пак се принудени да соработуваат со нив? поголем дел од испитаниците одговориле дека верските заедници се на некој начин принудени да соработуваат со политичките партии, односно 34,1%, додека 27,7% одговориле дека самите верски заедници сакаат да се блиски со политичките партии. Во ова прашање може да се забележи поголема дискрепанца во одговорите на православните христијани и муслиманите, со оглед дека кај православните скоро е идентичен процентот на оние кои сметаат дека верските заедници се принудени 29%, со оние кои сметаат дека самите верски заедници сакаат да се приближат до партиите 29,8%, а за разлика од нив муслиманите во поголем процент сметаат дека заедниците се принудени да соработуваат со политичарите 51,1%, наспроти оние кои сметаат дека самите заедници бараат одредена блискост со политиката 21,5%.

Сериозни разлики меѓу православните христијани и муслиманите можат да се забележат и во следното прашање, односно Дали спомнувањето на Бог за време на политички митинг во пречи? За поголем дел од христијаните споменувањето на бог на политички митинг е несоодветно 50,1% во споредба со 36,7% на кои не им смета, додека кај муслиманите е обратно, односно 57,5% одговориле дека не им пречи, а 33% дека им пречи. Овие одговори на некој начин ја објаснуваат и перцепцијата на испитаниците за претходните прашања, во однос на поголемото користење

ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во полицките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

на религијата кај етничките албански партии, како и на повисокиот процент на граѓаните кои изјавиле дека џамиите повеќе се користат како места за политичка агитација. Од друга страна и на христијаните и на муслиманите им пречи јавно (пред камери) практикување на верата од страна на политичарите. На прашањето Дали практикувањето на верата што политичарите понекогаш го прават јавно пред камери и фоторепортери според вас е прифатливо и претставува дел од нормално политичко однесување како еден вид позитивна порака или пак верата треба да остане исклучиво во приватната сфера? 14,9% (12,9% од православните и 22,3% од муслиманите) од испитаниците одговориле дека е прифатливо, а за 60,2% (60,5% од православните и 59,7% од муслиманите) верата, односно религијата треба да биде приватна работа.

Следните три прашања се однесуваат на перцепциите на граѓаните за употребата на политиката и дневно-политичките настани од страна на верските лидери. На прашањето Според вас дали има политички пораки во јавните настапи на верските лидери? 38,4% (36,8% од православните и 43,3% од муслиманите) одговориле потврдно, а 33,1% (34,4% од православните и 30% од муслиманите) сметаат дека нема политика во јавните настапи на верските лидери. На прашањето Дали според вас е прифатливо верските лидери да се произнесат со став за одредени политички проблеми во јавноста? 23,9% (20% од православните и 37,8% од муслиманите) одговориле дека е прифатливо, но за високи 53,4% (58,5% од православните и 34,8% од муслиманите) тоа е неприфатливо. На прашањето Дали верските претставници зборуваат за политика на своите проповеди? 26,5% (20,2% од православните и 47,6% од муслиманите) одговориле со да, а 31,4 (34% од православните и 23,2% од муслиманите) со не. Од одговорите на овие прашања може да се заклучи дека иако генерално за граѓаните не е прифатливо верските лидери јавно да кажуваат политички ставови, ова е сепак поприфатливо за муслиманите, отколку за христијаните. Слично е и со одговорите на другите две прашања каде е повисок процентот на муслимани кои одговориле дека има политички пораки во јавните настапи на верските лидери, а особено оваа дискрепција се забележува во одговорите во однос на употреба на политиката во верските проповеди. Ова наведува на заклучок дека политиката е повеќе присутна во делувањето (јавен настап и проповеди) на

ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во политичките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

муслиманските верски лидери, отколку кај православните, иако и за самите муслимани донекаде тоа е поприфатливо, отколку за православните христијани.

Последното прашање од истражувањето беше Дали политичките партии придонесуваат или не придонесуваат кон создавање на конфликти и поделба помеѓу луѓето врз база на верската припадност? На ова прашање 43,9% од испитаниците одговориле со да, потоа дополнителни 30,5% дека ова е донекаде точно, 4,5% сметаат дека ова е донекаде неточно, а само 7,9% мислат дека политичките партии воопшто не придонесуваат за создавање на конфликти на верска основа, односно дури 74,4% од испитаниците делумно или целосно се согласуваат дека партиите создаваат конфликти на религиозна база, а само 12,4% дека делумно или целосно тоа не е точно. Кај православните овој процент е 85% наспроти 6,8%, а кај муслиманите е 36,9% наспроти 33,1%. Од одговорите на ова прашање може да се согледа негативната перцепција на испитаниците во однос на придонесот на партиите кон создавање на поголема верска нетрпеливост и омраза меѓу граѓаните.

ИСТРАЖУВАЊЕ:
**Религијата во политичките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

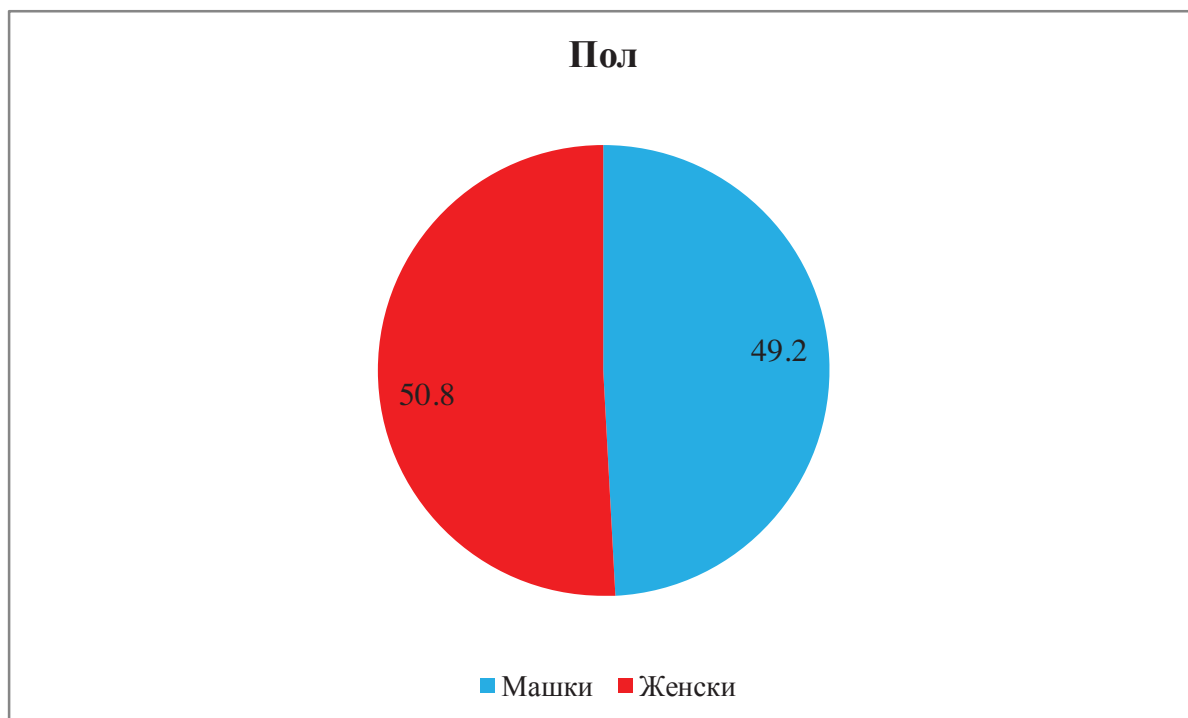
ТАБЕЛАРЕН ПРИКАЗ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО:

Демографски карактеристики

табела

| Пол | | |
|--------|------------|---------|
| | Испитаници | Процент |
| Машки | 541 | 49.2 |
| Женски | 559 | 50.8 |
| Вкупно | 1100 | 100.0 |

графикон



ИСТРАЖУВАЊЕ:
**Религијата во полицките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**

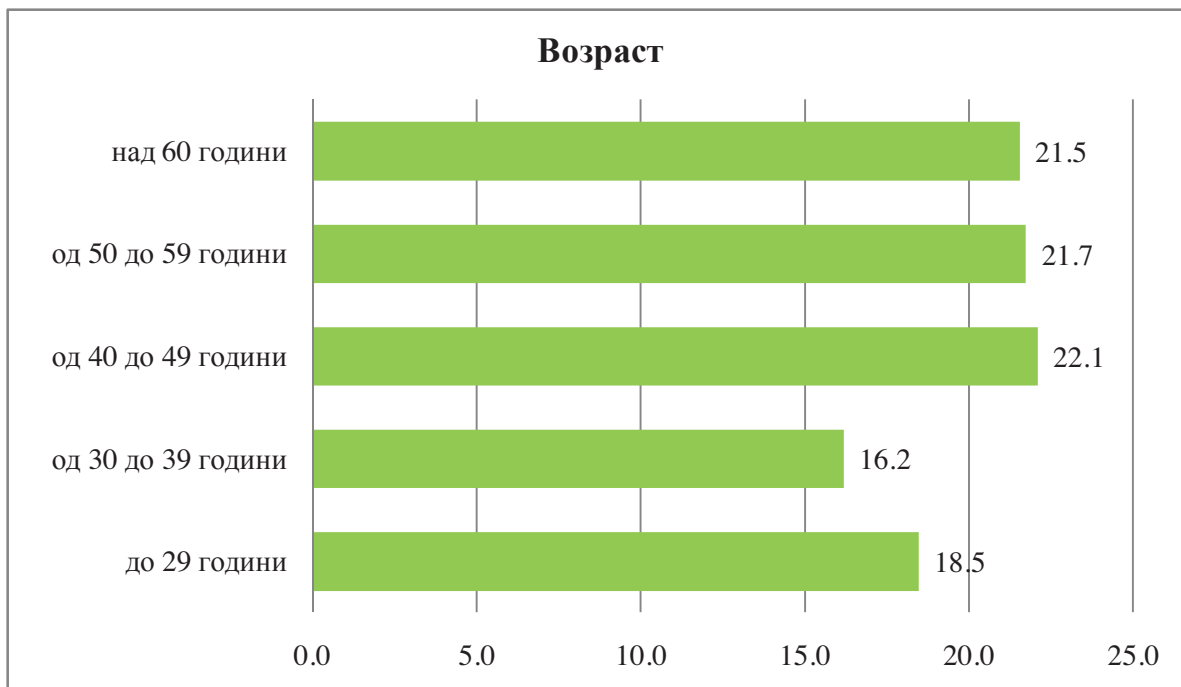


19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

табела

| Возраст | | |
|--------------------|------------|---------|
| | Испитаници | Процент |
| до 29 години | 203 | 18.5 |
| од 30 до 39 години | 178 | 16.2 |
| од 40 до 49 години | 243 | 22.1 |
| од 50 до 59 години | 239 | 21.7 |
| над 60 години | 237 | 21.5 |
| Вкупно | 1100 | 100.0 |

графикон



ИСТРАЖУВАЊЕ:
**Религијата во политичките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**

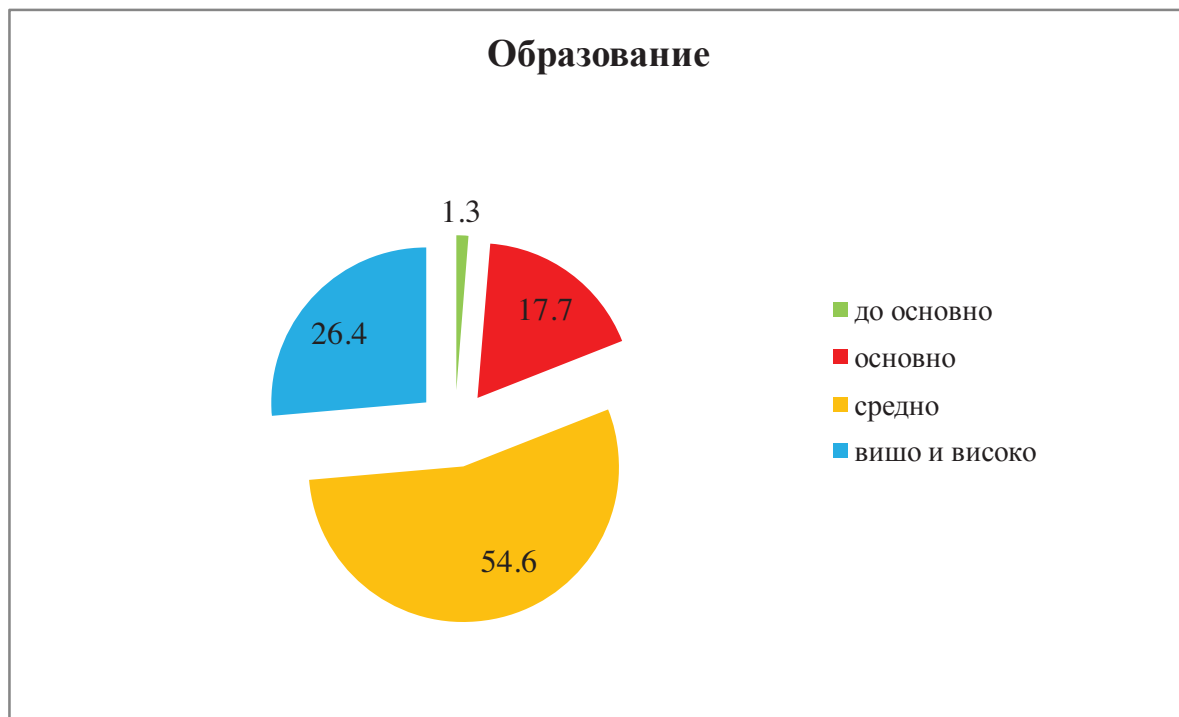


19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

табела

| Образование | | |
|---------------|------------|---------|
| | Испитаници | Процент |
| до основно | 14 | 1.3 |
| основно | 195 | 17.7 |
| средно | 601 | 54.6 |
| вишо и високо | 290 | 26.4 |
| Вкупно | 1100 | 100.0 |

графикон



ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во полицките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



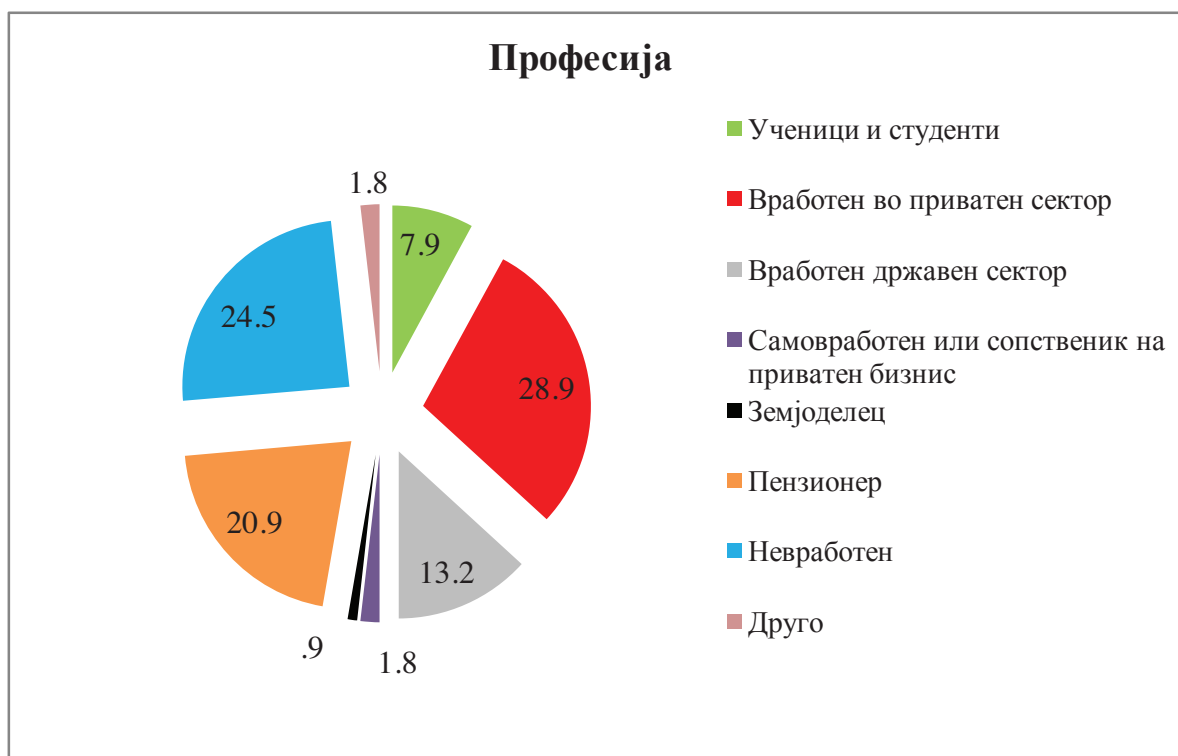
19 декември, 2016

Скопје, Р.Македонија

табела

| Професија | | |
|--|------------|---------|
| | Испитаници | Процент |
| Ученици и студенти | 87 | 7.9 |
| Вработен во приватен сектор | 318 | 28.9 |
| Вработен државен сектор | 145 | 13.2 |
| Самовработен или сопственик на приватен бизнис | 20 | 1.8 |
| Земјоделец | 10 | .9 |
| Пензионер | 230 | 20.9 |
| Невработен | 270 | 24.5 |
| Друго | 20 | 1.8 |
| Вкупно | 1100 | 100.0 |

графикон



ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во политичките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



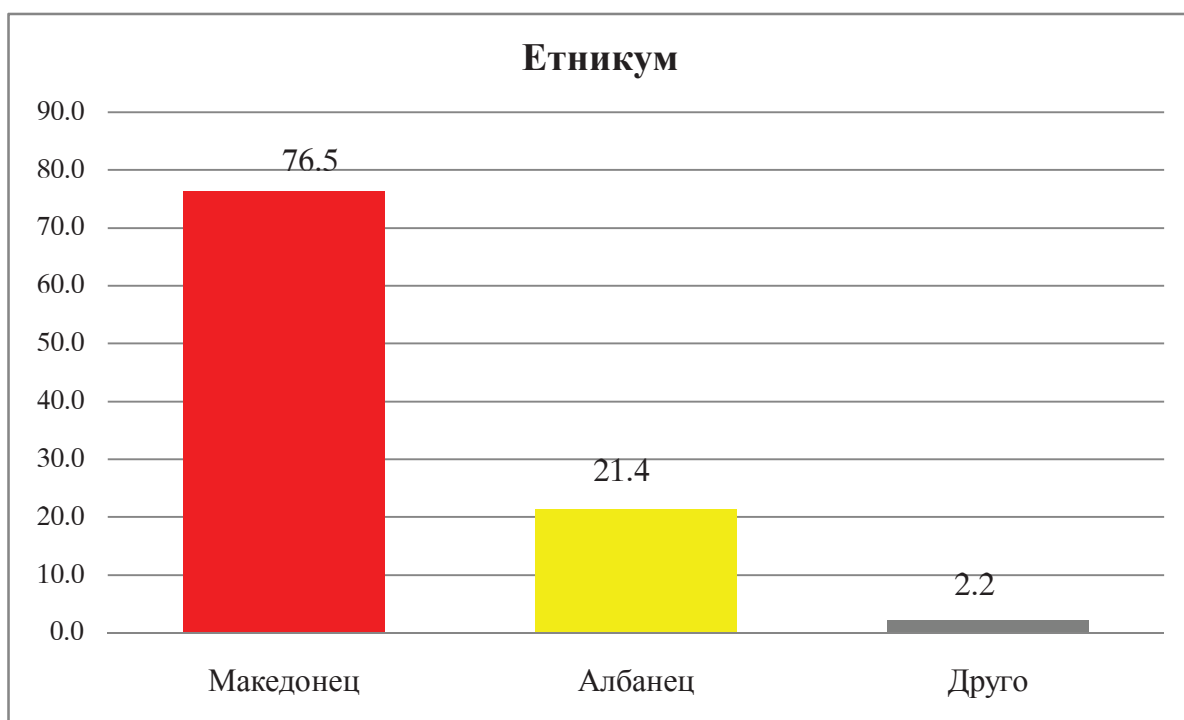
19 декември, 2016

Скопје, Р.Македонија

табела

| Етникум | | |
|-----------|------------|---------|
| | Испитаници | Процент |
| Македонец | 841 | 76.5 |
| Албанец | 235 | 21.4 |
| Друго | 24 | 2.2 |
| Вкупно | 1100 | 100.0 |

графикон



ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во поличките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



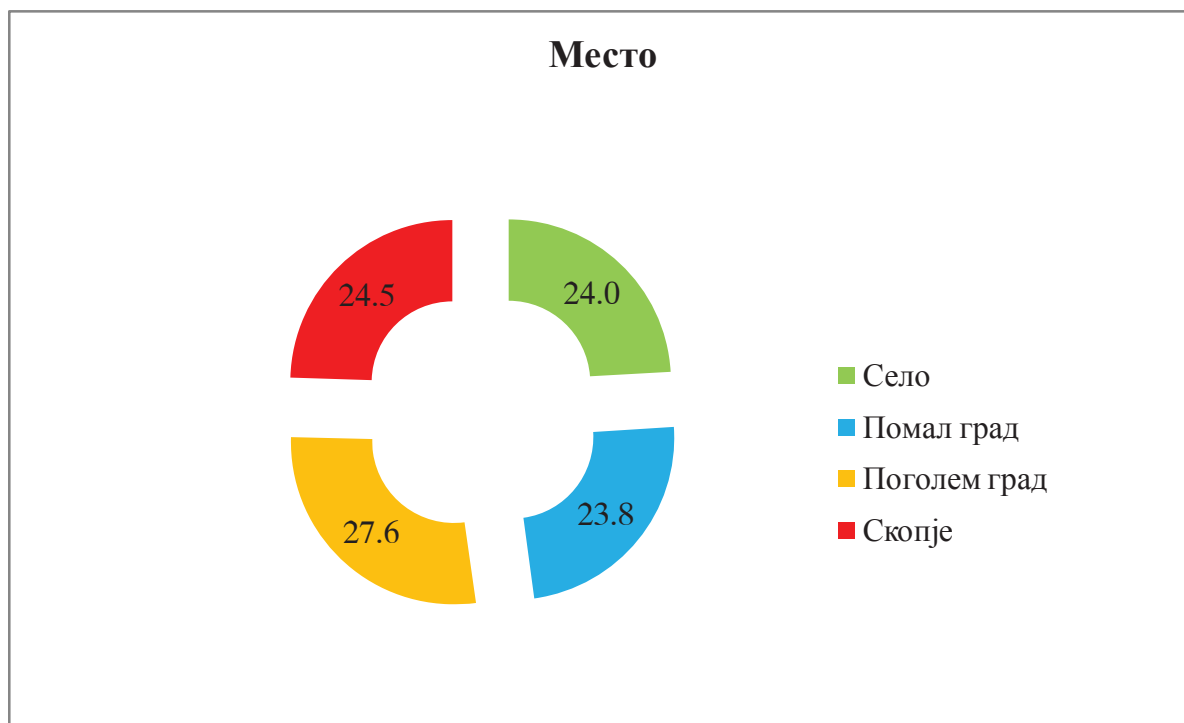
19 декември, 2016

Скопје, Р.Македонија

табела

| Место | | |
|--------------|------------|---------|
| | Испитаници | Процент |
| Село | 264 | 24.0 |
| Помал град | 262 | 23.8 |
| Поголем град | 304 | 27.6 |
| Скопје | 270 | 24.5 |
| Вкупно | 1100 | 100.0 |

графикон



ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во поличките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



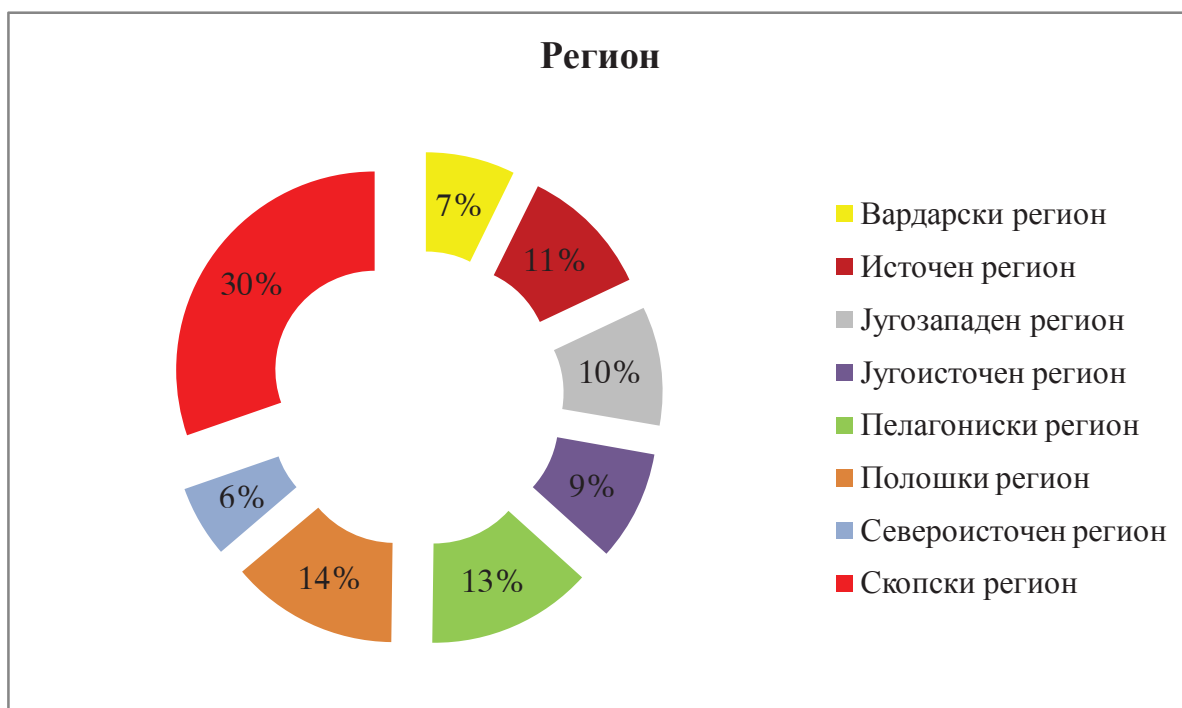
19 декември, 2016

Скопје, Р.Македонија

табела

| Регион | | |
|----------------------|------------|---------|
| | Испитаници | Процент |
| Вардарски регион | 80 | 7.3 |
| Источен регион | 118 | 10.7 |
| Југозападен регион | 107 | 9.7 |
| Југоисточен регион | 99 | 9.0 |
| Пелагониски регион | 148 | 13.5 |
| Полошки регион | 150 | 13.6 |
| Североисточен регион | 64 | 5.8 |
| Скопски регион | 334 | 30.4 |
| Вкупно | 1100 | 100.0 |

графикон



ИСТРАЖУВАЊЕ:

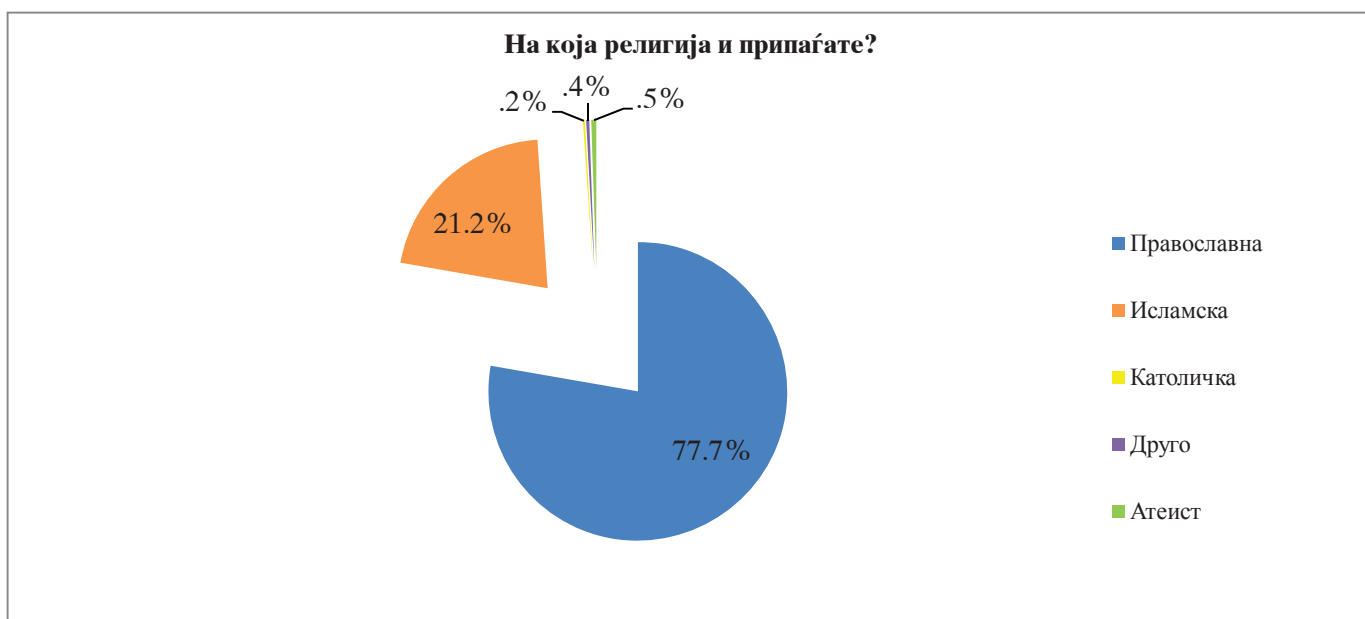
Религијата во полицките кампањи-користењето на религијата во предизборни кампањи



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

Перцепцијата на граѓаните за религијата и нејзината улога во мултиконфесионалните општества

- резултати -



| | ВКУПНО | | Пол | | Возраст | | | | | Образование | | | | Професија | | | | | | | |
|---------------------------|-------------|-------------|-------|--------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------|-------------|---------|--------|---------------|-----------|-----------------------------|----------------------------|--|------------|-----------|------------|-------|
| | | | Машки | Женски | до 29 години | од 30 до 39 години | од 40 до 49 години | од 50 до 59 години | над 60 години | до основно | основно | средно | вишо и високо | Студент | Вработен во приватен сектор | Вработен во државен сектор | Самозаботен или сопственик на приватен | Земјоделец | Пензионер | Невработен | Друго |
| Број на испитаници | 1100 | 100% | 541 | 559 | 203 | 178 | 243 | 239 | 237 | 14 | 195 | 601 | 290 | 87 | 318 | 145 | 20 | 10 | 230 | 270 | 20 |
| Православна | 855 | 77.7% | 80.6% | 75.0% | 73.4% | 76.4% | 85.2% | 81.2% | 71.3% | 100.0% | 44.1% | 85.9% | 82.4% | 74.7% | 92.1% | 83.4% | 80.0% | 80.0% | 80.0% | 57.0% | 70.0% |
| Исламска | 233 | 21.2% | 18.5% | 23.8% | 25.1% | 23.0% | 14.8% | 17.2% | 27.0% | | 55.9% | 13.1% | 15.5% | 23.0% | 7.9% | 15.2% | 20.0% | 20.0% | 17.4% | 42.2% | 30.0% |
| Католичка | 2 | .2% | | .4% | | | | .8% | | | | .3% | | | | | | | | .7% | |
| Друго | 4 | .4% | | .7% | 1.0% | | | | .8% | | | .7% | | 2.3% | | | | | .9% | | |
| Атеист | 6 | .5% | .9% | .2% | .5% | .6% | .8% | .8% | .8% | | | 2.1% | | | 1.4% | | | 1.7% | | | |

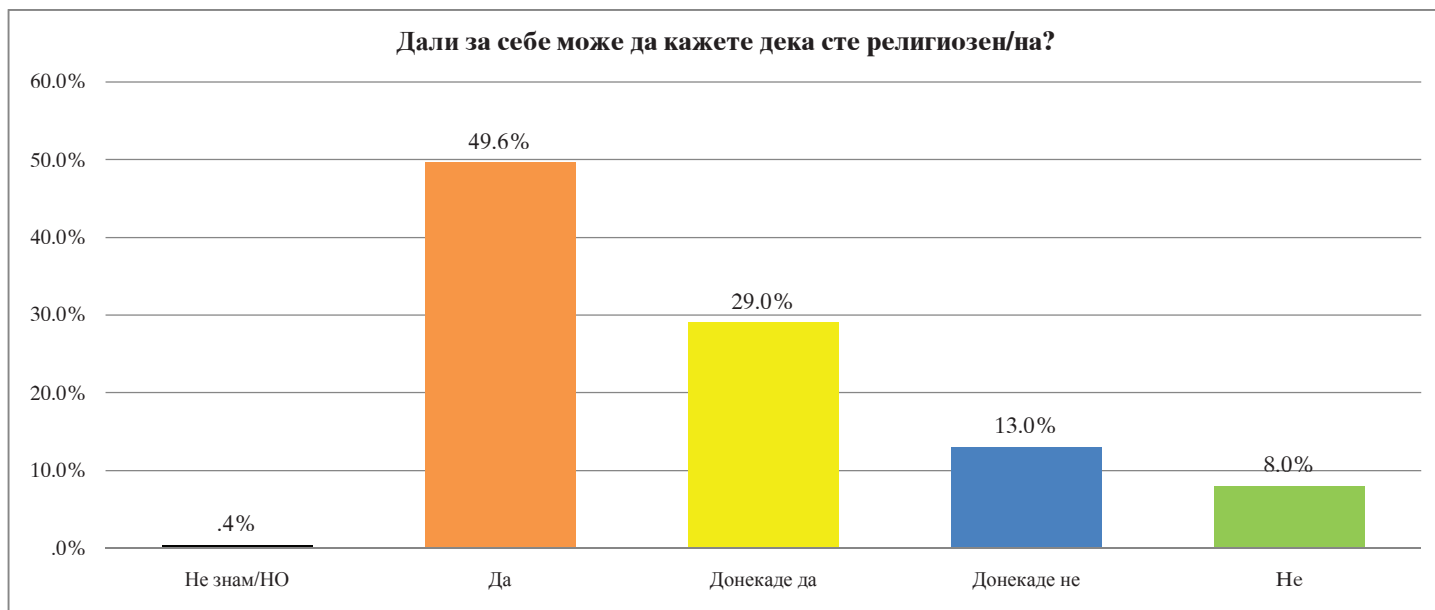
| | Етникум | | | Место | | | | Регион | | | | | | | |
|---------------------------|-----------|---------|-------|-------|------------|--------------|--------|-----------|---------|-------------|-------------|-------------|---------|---------------|---------|
| | Македонец | Албанец | Друго | Село | Помал град | Поголем град | Скопје | Вардарски | Источен | Југозападен | Југоисточен | Пелагониски | Полошки | Североисточен | Скопски |
| Број на испитаници | 841 | 235 | 24 | 264 | 262 | 304 | 270 | 80 | 118 | 107 | 99 | 148 | 150 | 64 | 334 |
| Православна | 99.3% | | 83.3% | 54.5% | 90.5% | 74.3% | 91.9% | 100.0% | 93.2% | 65.4% | 100.0% | 97.3% | 24.0% | 78.1% | 79.6% |
| Исламска | | 98.3% | 8.3% | 43.9% | 8.0% | 24.3% | 8.1% | | 5.1% | 34.6% | | | 72.0% | 21.9% | 20.4% |
| Католичка | | .9% | | .8% | | | | | | | | | 1.3% | | |
| Друго | .2% | .9% | | .8% | | .7% | | | | | | 1.4% | 1.3% | | |
| Атеист | .5% | | 8.3% | | 1.5% | .7% | | | 1.7% | | | 1.4% | 1.3% | | |

ИСТРАЖУВАЊЕ:

Религијата во политичките кампањи-користењето на религијата во предизборни кампањи



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија



| | ВКУПНО | | Пол | | Возраст | | | | | Образование | | | | Професија | | | | | | | | |
|---|--------|-------|-------|--------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------|-------------|---------|--------|---------------|-----------|-----------------------------|----------------------------|---|------------|-----------|------------|-------|--|
| | | | Машки | Женски | до 29 години | од 30 до 39 години | од 40 до 49 години | од 50 до 59 години | над 60 години | до основно | основно | средно | вишо и високо | Студент | Вработен во приватен сектор | Вработен во државен сектор | Самовработен или сопственик на правател | Земјоделец | Пензионер | Невработен | Друго | |
| Број на испитаници | 1100 | 100% | 541 | 559 | 203 | 178 | 243 | 239 | 237 | 14 | 195 | 601 | 290 | 87 | 318 | 145 | 20 | 10 | 230 | 270 | 20 | |
| Дали за себе може да кажете дека сте религиозен/на? | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Не знам/НО | 4 | .4% | .7% | | | 1.1% | .8% | | | | | .3% | .7% | | 1.3% | | | | | | | |
| Да | 546 | 49.6% | 44.7% | 54.4% | 49.8% | 44.4% | 42.0% | 56.9% | 54.0% | 71.4% | 65.1% | 46.9% | 43.8% | 62.1% | 37.7% | 36.6% | 70.0% | 100.0% | 52.2% | 61.1% | 50.0% | |
| Донекаде да | 319 | 29.0% | 28.5% | 29.5% | 29.1% | 29.8% | 34.2% | 24.3% | 27.8% | | 21.0% | 31.4% | 30.7% | 19.5% | 37.4% | 31.7% | 10.0% | | 30.4% | 22.6% | 20.0% | |
| Донекаде не | 143 | 13.0% | 15.2% | 10.9% | 8.4% | 15.2% | 16.9% | 12.6% | 11.8% | 28.6% | 10.8% | 13.6% | 12.4% | 6.9% | 13.5% | 19.3% | 10.0% | | 7.8% | 15.6% | 20.0% | |
| Не | 88 | 8.0% | 10.9% | 5.2% | 12.8% | 9.6% | 6.2% | 6.3% | 6.3% | | 3.1% | 7.7% | 12.4% | 11.5% | 10.1% | 12.4% | 10.0% | | 9.6% | .7% | 10.0% | |

| | Етникум | | | Религија | | | | | Место | | | | Регион | | | | | | | | |
|---|-----------|---------|-------|-------------|----------|-----------|--------|--------|-------|------------|--------------|--------|-----------|---------|-------------|-------------|-------------|---------|--------------|---------|--|
| | Македонец | Албанец | Друго | Православна | Исламска | Католичка | Друго | Атеист | Село | Помал град | Поголем град | Скопје | Вардарски | Источен | Југозападен | Југоисточен | Пелагониска | Полошки | Северисточен | Скопски | |
| Број на испитаници | 841 | 235 | 24 | 855 | 233 | 2 | 4 | 6 | 264 | 262 | 304 | 270 | 80 | 118 | 107 | 99 | 148 | 150 | 64 | 334 | |
| Дали за себе може да кажете дека сте религиозен/на? | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Не знам/НО | .5% | | | .5% | | | | | | .8% | .7% | | | | 1.9% | | 1.4% | | | | |
| Да | 44.1% | 68.5% | 58.3% | 45.0% | 69.1% | | | | 50.8% | 58.4% | 50.7% | 38.9% | 47.5% | 54.2% | 47.7% | 54.5% | 54.1% | 54.7% | 43.8% | 44.6% | |
| Донекаде да | 32.5% | 16.2% | 33.3% | 32.6% | 17.2% | | | | 28.8% | 26.3% | 27.6% | 33.3% | 32.5% | 23.7% | 37.4% | 23.2% | 33.8% | 21.3% | 34.4% | 29.3% | |
| Донекаде не | 13.4% | 12.8% | | 13.2% | 12.0% | 100.0% | | | 17.4% | 8.4% | 13.8% | 12.2% | 15.0% | 11.9% | 11.2% | 18.2% | 8.1% | 17.3% | 12.5% | 12.3% | |
| Не | 9.5% | 2.6% | 8.3% | 8.7% | 1.7% | | 100.0% | 100.0% | 3.0% | 6.1% | 7.2% | 15.6% | 5.0% | 10.2% | 1.9% | 4.0% | 2.7% | 6.7% | 9.4% | 13.8% | |

ИСТРАЖУВАЊЕ:

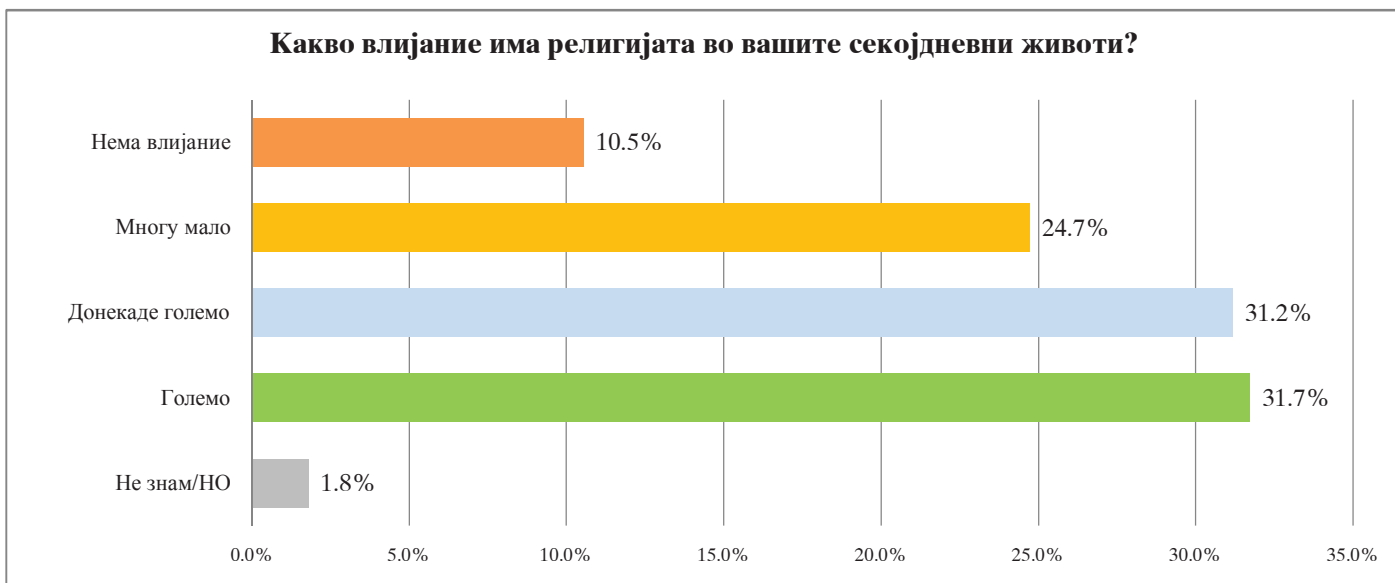
**Религијата во полицките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016

Скопје, Р.Македонија

Какво влијание има религијата во вашите секојдневни животи?



| | ВКУПНО | | Пол | | Возраст | | | | | Образование | | | | Професија | | | | | | | |
|--------------------|--------|-------|-------|--------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------|-------------|---------|--------|---------------|-----------|-----------------------------|----------------------------|--------------------------------------|------------|-----------|------------|-------|
| | | | Машки | Женски | до 29 години | од 30 до 39 години | од 40 до 49 години | од 50 до 59 години | над 60 години | до основно | основно | средно | вишо и високо | Студент | Вработен во приватен сектор | Вработен во државен сектор | Самозаботен или сопственик на бизнис | Землоделец | Пензионер | Невработен | Друго |
| Број на испитаници | 1100 | 100% | 541 | 559 | 203 | 178 | 243 | 239 | 237 | 14 | 195 | 601 | 290 | 87 | 318 | 145 | 20 | 10 | 230 | 270 | 20 |
| Не знам/НО | 20 | 1.8% | 1.5% | 2.1% | 2.0% | 2.2% | 1.6% | 2.9% | 4% | | 2.1% | 2.0% | 1.4% | 2.3% | 3.1% | | | | 1.7% | 1.5% | |
| Големо | 349 | 31.7% | 26.1% | 37.2% | 34.5% | 29.2% | 32.9% | 25.5% | 36.3% | 42.9% | 49.7% | 27.6% | 27.6% | 36.8% | 20.8% | 30.3% | 40.0% | 60.0% | 30.4% | 43.3% | 30.0% |
| Донекаде големо | 343 | 31.2% | 31.1% | 31.3% | 25.6% | 33.1% | 28.4% | 35.6% | 32.9% | 28.6% | 27.2% | 33.4% | 29.3% | 25.3% | 31.4% | 28.3% | 40.0% | 20.0% | 36.5% | 28.9% | 40.0% |
| Многу мало | 272 | 24.7% | 27.5% | 22.0% | 22.7% | 25.3% | 26.7% | 27.6% | 21.1% | 14.3% | 14.9% | 26.6% | 27.9% | 24.1% | 31.4% | 27.6% | 20.0% | 20.0% | 18.3% | 21.9% | 20.0% |
| Нема влијание | 116 | 10.5% | 13.9% | 7.3% | 15.3% | 10.1% | 10.3% | 8.4% | 9.3% | 14.3% | 6.2% | 10.3% | 13.8% | 11.5% | 13.2% | 13.8% | | | 13.0% | 4.4% | 10.0% |

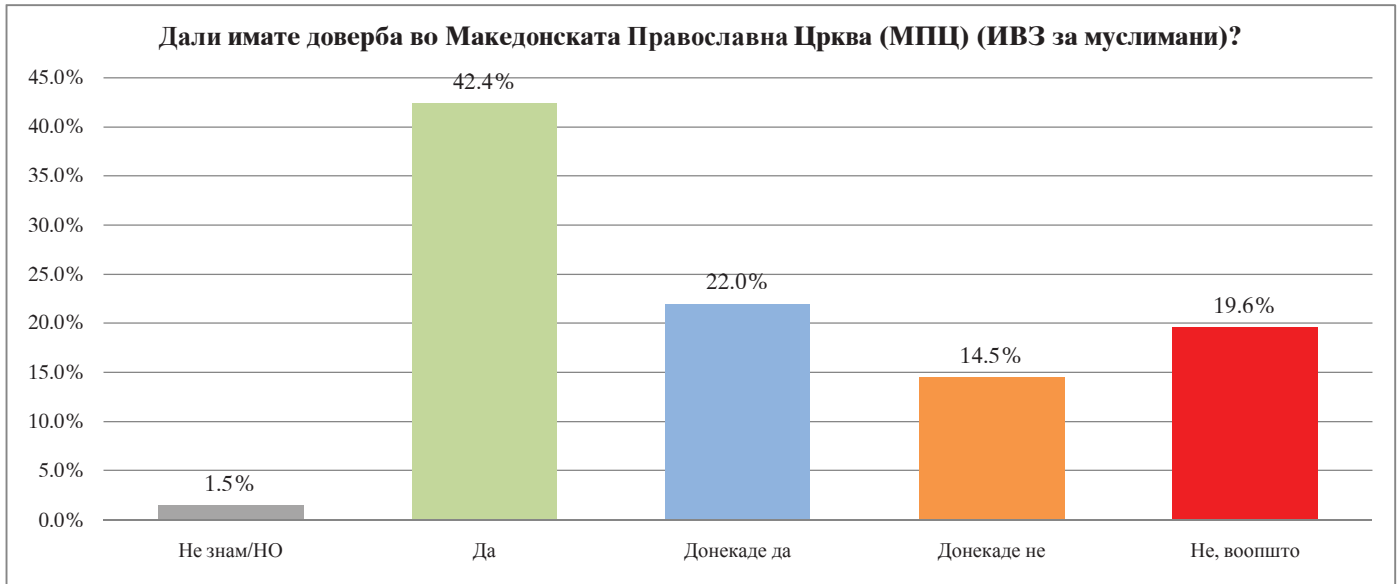
| | Етникум | | | Религија | | | | | Место | | | | Регион | | | | | | | |
|--------------------|-----------|---------|-------|-------------|----------|-----------|--------|--------|-------|------------|--------------|--------|-----------|---------|-------------|-------------|-------------|---------|----------------|---------|
| | Македонец | Албанец | Друго | Православна | Исламска | Католичка | Друго | Атеист | Село | Помал град | Поголем град | Скопје | Вардарски | Источен | Југозападен | Југоисточен | Пелагониски | Полошки | Северноисточен | Скопски |
| Број на испитаници | 841 | 235 | 24 | 855 | 233 | 2 | 4 | 6 | 264 | 262 | 304 | 270 | 80 | 118 | 107 | 99 | 148 | 150 | 64 | 334 |
| Не знам/НО | 2.1% | | 8.3% | 2.3% | | | | | | 3.1% | 1.3% | 3.0% | 2.5% | 3.4% | 1.9% | | | | 6.3% | 2.4% |
| Големо | 20.5% | 71.9% | 33.3% | 21.1% | 71.7% | 100.0% | | | 38.3% | 35.1% | 28.9% | 25.2% | 7.5% | 27.1% | 41.1% | 22.2% | 27.0% | 51.3% | 31.3% | 32.3% |
| Донекаде големо | 34.1% | 20.4% | 33.3% | 34.3% | 21.5% | | | | 37.5% | 30.2% | 30.9% | 26.3% | 47.5% | 28.8% | 27.1% | 34.3% | 39.2% | 30.0% | 34.4% | 24.9% |
| Многу мало | 30.9% | 4.3% | 8.3% | 30.6% | 4.3% | | | | 16.7% | 24.8% | 28.9% | 27.8% | 32.5% | 30.5% | 28.0% | 33.3% | 25.7% | 10.7% | 18.8% | 24.3% |
| Нема влијание | 12.4% | 3.4% | 16.7% | 11.7% | 2.6% | | 100.0% | 100.0% | 7.6% | 6.9% | 9.9% | 17.8% | 10.0% | 10.2% | 1.9% | 10.1% | 8.1% | 8.0% | 9.4% | 16.2% |

ИСТРАЖУВАЊЕ:

**Религијата во политичките
кампањи-користењето
на религијата во
предизборни кампањи**



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија



| | ВКУПНО | | Пол | | Возраст | | | | | Образование | | | | Професија | | | | | | | |
|---|--------|-------|-------|--------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------|-------------|---------|--------|---------------|-----------|-----------------------------|----------------------------|--|------------|-----------|------------|-------|
| | | | Машки | Женски | до 29 години | од 30 до 39 години | од 40 до 49 години | од 50 до 59 години | над 60 години | до основно | основно | средно | вишо и високо | Студент | Вработен во приватен сектор | Вработен во државен сектор | Самоработен или сопственик на приватен | Земјоделец | Пензионер | Невработен | Друго |
| Број на испитаници | 1100 | 100% | 541 | 559 | 203 | 178 | 243 | 239 | 237 | 14 | 195 | 601 | 290 | 87 | 318 | 145 | 20 | 10 | 230 | 270 | 20 |
| Не знам/НО | 16 | 1.5% | 1.3% | 1.6% | | | 3.3% | .8% | 2.5% | | 3.6% | .8% | 1.4% | | 2.5% | | | | 1.7% | 1.5% | |
| Дали имате доверба во Македонската Православна Црква (МПЦ) (ИВЗ за муслимани) | 466 | 42.4% | 38.8% | 45.8% | 33.0% | 37.6% | 42.4% | 42.3% | 54.0% | 71.4% | 60.5% | 37.4% | 39.0% | 41.4% | 28.0% | 31.7% | 70.0% | 60.0% | 52.6% | 50.4% | 90.0% |
| Донекаде да | 242 | 22.0% | 19.4% | 24.5% | 18.7% | 28.1% | 21.0% | 23.0% | 20.3% | 14.3% | 14.4% | 25.8% | 19.7% | 21.8% | 26.4% | 20.7% | | 20.0% | 23.9% | 19.3% | |
| Донекаде не | 160 | 14.5% | 16.8% | 12.3% | 15.8% | 14.6% | 15.6% | 15.5% | 11.4% | | 8.7% | 16.5% | 15.2% | 6.9% | 16.7% | 21.4% | 20.0% | | 9.6% | 15.6% | 10.0% |
| Не, воопшто | 216 | 19.6% | 23.7% | 15.7% | 32.5% | 19.7% | 17.7% | 18.4% | 11.8% | 14.3% | 12.8% | 19.5% | 24.8% | 29.9% | 26.4% | 26.2% | 10.0% | 20.0% | 12.2% | 13.3% | |

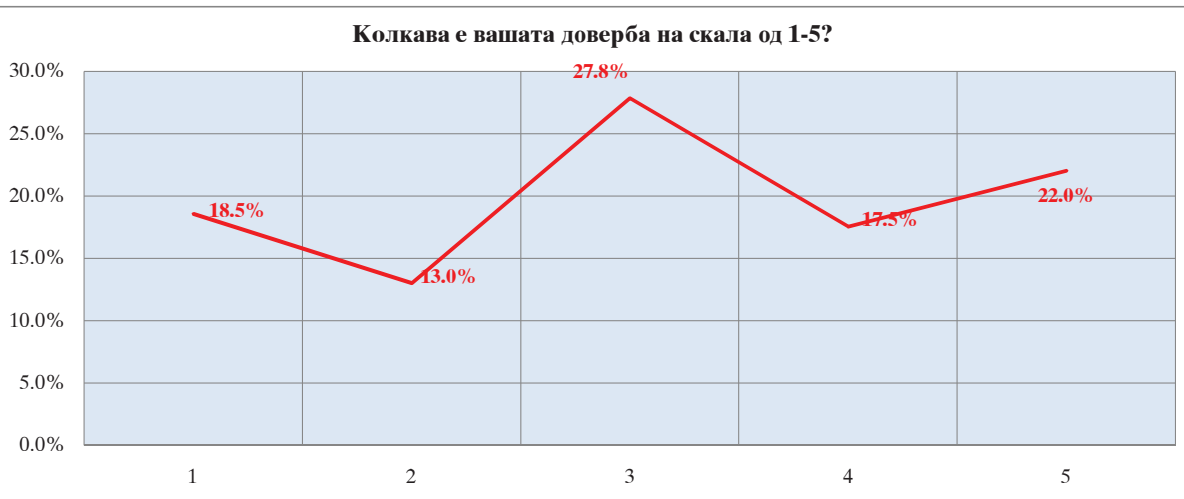
| | Етникум | | | Религија | | | | | Место | | | | Регион | | | | | | | |
|---|-----------|---------|-------|-------------|----------|-----------|--------|--------|-------|------------|--------------|--------|-----------|---------|-------------|-------------|-------------|---------|----------------|---------|
| | Македонец | Албанец | Друго | Православна | Исламска | Католичка | Друго | Атеист | Село | Помал град | Поголем град | Скопје | Вардарски | Источен | Југозападен | Југоисточен | Пелагониски | Полошки | Северноисточен | Скопски |
| Број на испитаници | 841 | 235 | 24 | 855 | 233 | 2 | 4 | 6 | 264 | 262 | 304 | 270 | 80 | 118 | 107 | 99 | 148 | 150 | 64 | 334 |
| Не знам/НО | 1.2% | 2.6% | | 1.2% | 2.6% | | | | .8% | 1.5% | 3.3% | | | 3.4% | 1.9% | | 4.1% | 2.7% | | |
| Дали имате доверба во Македонската Православна Црква (МПЦ) (ИВЗ за муслимани) | 40.4% | 49.4% | 41.7% | 40.9% | 48.9% | 100.0% | | | 47.0% | 56.1% | 41.4% | 25.6% | 40.0% | 47.5% | 50.5% | 57.6% | 41.9% | 46.7% | 50.0% | 30.8% |
| Донекаде да | 24.9% | 12.3% | 16.7% | 24.7% | 13.3% | | | | 21.2% | 19.5% | 19.7% | 27.8% | 27.5% | 15.3% | 27.1% | 16.2% | 25.7% | 13.3% | 15.6% | 26.6% |
| Донекаде не | 15.0% | 11.1% | 33.3% | 15.7% | 11.2% | | | | 12.1% | 10.7% | 15.1% | 20.0% | 22.5% | 13.6% | 13.1% | 12.1% | 14.9% | 12.0% | 6.3% | 16.8% |
| Не, воопшто | 18.5% | 24.7% | 8.3% | 17.5% | 24.0% | | 100.0% | 100.0% | 18.9% | 12.2% | 20.4% | 26.7% | 10.0% | 20.3% | 7.5% | 14.1% | 13.5% | 25.3% | 28.1% | 25.7% |

ИСТРАЖУВАЊЕ:
**Религијата во полицките
 кампањи-користењето
 на религијата во
 предизборни кампањи**



19 декември, 2016
 Скопје, Р.Македонија

Колкава е вашата доверба на скала од 1-5?



| |
|---------------|
| Средна оценка |
| 3.12 |

| | ВКУПНО | | Пол | | Возраст | | | | | | Образование | | | | Професија | | | | | | |
|--------------------|--------|-------|-------|--------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------|------------|-------------|--------|---------------|---------|-----------------------------|----------------------------|---|------------|-----------|------------|-------|
| | | | Машки | Женски | до 29 години | од 30 до 39 години | од 40 до 49 години | од 50 до 59 години | над 60 години | до основно | основно | средно | вишо и високо | Студент | Вработен во приватен сектор | Вработен во државен сектор | Самозаботен или сопственик на приватен бизнис | Земјоделец | Пензионер | Невработен | Друго |
| Број на испитаници | 1100 | 100% | 541 | 559 | 203 | 178 | 243 | 239 | 237 | 14 | 195 | 601 | 290 | 87 | 318 | 145 | 20 | 10 | 230 | 270 | 20 |
| Не знам/НО | 12 | 1.1% | .7% | 1.4% | | 1.1% | 2.5% | | 1.7% | | 1.5% | .8% | 1.4% | | 1.9% | | | | .9% | 1.5% | |
| 1 | 204 | 18.5% | 22.6% | 14.7% | 32.5% | 16.9% | 14.8% | 18.4% | 11.8% | 14.3% | 12.8% | 17.8% | 24.1% | 27.6% | 24.5% | 22.1% | 10.0% | | 13.0% | 14.1% | |
| 2 | 143 | 13.0% | 14.0% | 12.0% | 9.9% | 11.8% | 15.6% | 11.7% | 15.2% | 14.3% | 12.3% | 12.6% | 14.1% | 2.3% | 14.8% | 11.0% | 10.0% | 40.0% | 16.5% | 11.1% | 20.0% |
| 3 | 306 | 27.8% | 28.5% | 27.2% | 22.7% | 34.8% | 30.0% | 33.5% | 19.0% | | 24.1% | 31.6% | 23.8% | 23.0% | 33.3% | 31.7% | 20.0% | | 19.6% | 29.3% | 30.0% |
| 4 | 193 | 17.5% | 12.9% | 22.0% | 16.3% | 15.2% | 17.3% | 14.6% | 23.6% | | 21.5% | 16.8% | 17.2% | 24.1% | 13.8% | 12.4% | 10.0% | | 21.3% | 19.6% | 30.0% |
| 5 | 242 | 22.0% | 21.3% | 22.7% | 18.7% | 20.2% | 19.8% | 21.8% | 28.7% | 71.4% | 27.7% | 20.3% | 19.3% | 23.0% | 11.6% | 22.8% | 50.0% | 60.0% | 28.7% | 24.4% | 20.0% |

| | Етникум | | | Религија | | | | | Место | | | | Регион | | | | | | | |
|--------------------|-----------|---------|-------|-------------|----------|-----------|--------|--------|-------|------------|--------------|--------|-----------|---------|-------------|-------------|-------------|--------|---------------|---------|
| | Македонец | Албанец | Друго | Православна | Исламска | Католичка | Друго | Атеист | Село | Помал град | Поголем град | Скопје | Вардарски | Источен | Југозападен | Југоисточен | Пелагониски | Пошшки | Северносточен | Скопски |
| Број на испитаници | 841 | 235 | 24 | 855 | 233 | 2 | 4 | 6 | 264 | 262 | 304 | 270 | 80 | 118 | 107 | 99 | 148 | 150 | 64 | 334 |
| Не знам/НО | 1.0% | 1.7% | | .9% | 1.7% | | | | 1.5% | 1.5% | 1.3% | | | 1.7% | | | 4.1% | 2.7% | | |
| 1 | 17.6% | 23.0% | 8.3% | 16.6% | 22.3% | | 100.0% | 100.0% | 14.4% | 13.0% | 19.1% | 27.4% | 10.0% | 20.3% | 9.3% | 12.1% | 10.8% | 25.3% | 25.0% | 24.0% |
| 2 | 14.4% | 8.5% | 8.3% | 14.4% | 7.7% | 100.0% | | | 13.6% | 15.6% | 10.5% | 12.6% | 22.5% | 11.9% | 13.1% | 17.2% | 12.2% | 12.0% | 3.1% | 12.6% |
| 3 | 29.1% | 23.4% | 25.0% | 29.4% | 23.6% | | | | 28.8% | 21.0% | 29.6% | 31.5% | 40.0% | 16.9% | 30.8% | 22.2% | 33.8% | 24.0% | 18.8% | 30.2% |
| 4 | 18.7% | 13.6% | 16.7% | 18.6% | 14.6% | | | | 17.4% | 19.8% | 18.4% | 14.4% | 10.0% | 22.0% | 16.8% | 28.3% | 17.6% | 12.0% | 25.0% | 15.9% |
| 5 | 19.3% | 29.8% | 41.7% | 20.1% | 30.0% | | | | 24.2% | 29.0% | 21.1% | 14.1% | 17.5% | 27.1% | 29.9% | 20.2% | 21.6% | 24.0% | 28.1% | 17.4% |

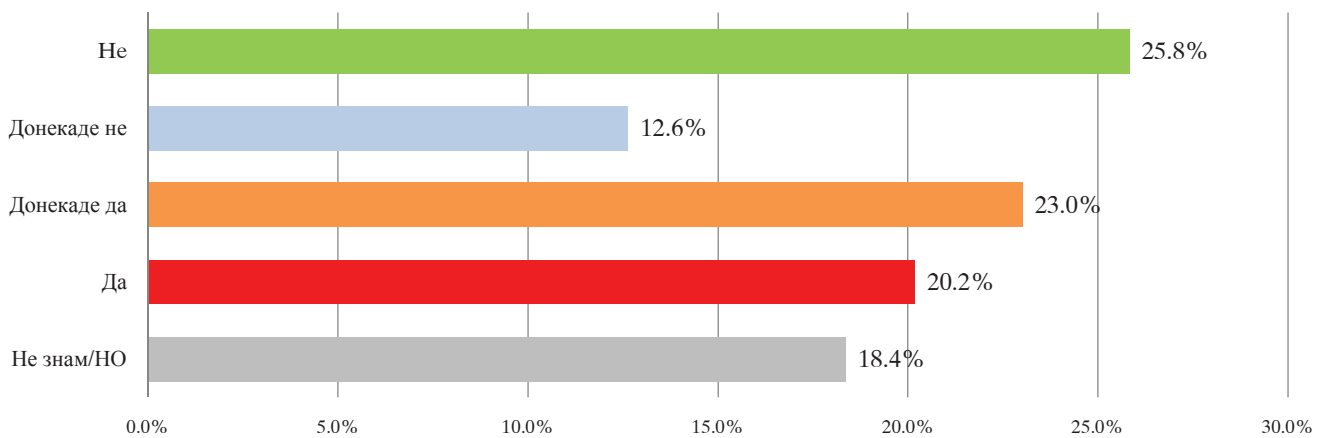
ИСТРАЖУВАЊЕ:

Религијата во политичките кампањи-користењето на религијата во предизборни кампањи



19 декември, 2016
Скопје, Р.Македонија

Само што завршија локалните избори. Дали во предизборната кампања беше користена религијата и религиозните чувства на граѓаните со цел да се привлечат повеќе гласови од страна на Политичките партии?



| | ВКУПНО | Пол | | Возраст | | | | | Образование | | | | Професија | | | | | | | | | |
|--|-------------|-------|--------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------|-------------|---------|--------|---------------|-----------|-----------------------------|----------------------------|--|------------|-----------|------------|-------|-------|-------|
| | | Машки | Женски | до 29 години | од 30 до 39 години | од 40 до 49 години | од 50 до 59 години | над 60 години | до основно | основно | средно | вишо и високо | Студент | Вработен во приватен сектор | Вработен во државен сектор | Самостоятелен сопственик на бизнис на приватен | Земјоделец | Пензионер | Невработен | Друго | | |
| Број на испитаници | 1100 | 100% | 541 | 559 | 203 | 178 | 243 | 239 | 237 | 14 | 195 | 601 | 290 | 87 | 318 | 145 | 20 | 10 | 230 | 270 | 20 | |
| Само што завршија локалните избори. Дали во предизборната кампања беше користена религијата и религиозните чувства на граѓаните со цел да се привлечат повеќе гласови од страна на Политичките партии? | Не знам/НО | 202 | 18.4% | 16.1% | 20.6% | 11.3% | 17.4% | 14.0% | 21.3% | 26.6% | 14.3% | 30.3% | 15.8% | 15.9% | 6.9% | 14.5% | 11.0% | 10.0% | | 24.3% | 25.2% | 40.0% |
| | Да | 222 | 20.2% | 19.0% | 21.3% | 29.6% | 20.2% | 18.1% | 18.4% | 16.0% | 28.6% | 17.4% | 20.5% | 21.0% | 32.2% | 16.7% | 15.2% | 70.0% | 40.0% | 17.0% | 22.2% | 10.0% |
| | Донекаде да | 253 | 23.0% | 24.2% | 21.8% | 27.1% | 21.3% | 29.6% | 18.0% | 19.0% | 42.9% | 14.9% | 25.8% | 21.7% | 27.6% | 30.5% | 34.5% | 10.0% | 20.0% | 14.8% | 16.3% | |
| | Донекаде не | 139 | 12.6% | 15.0% | 10.4% | 6.9% | 15.7% | 11.9% | 12.1% | 16.5% | 14.3% | 9.2% | 14.5% | 11.0% | 8.0% | 14.8% | 13.8% | 10.0% | 40.0% | 14.3% | 9.6% | |
| | Не | 284 | 25.8% | 25.7% | 25.9% | 25.1% | 25.3% | 26.3% | 30.1% | 21.9% | | | 28.2% | 23.5% | 30.3% | 25.3% | 23.6% | 25.5% | | 29.6% | 26.7% | 50.0% |

| | Етникум | | | Религија | | | | | Место | | | | Регион | | | | | | | | |
|--|-------------|---------|-------|-------------|----------|-----------|--------|--------|-------|------------|--------------|--------|-----------|---------|-------------|-------------|-------------|---------|----------------|---------|-------|
| | Македонец | Албанец | Друго | Православна | Исламска | Католичка | Друго | Атеист | Село | Помал град | Поголем град | Скопје | Вардарски | Источен | Југозападен | Југоисточен | Пелагониски | Полошки | Северноисточен | Скопски | |
| Број на испитаници | 841 | 235 | 24 | 855 | 233 | 2 | 4 | 6 | 264 | 262 | 304 | 270 | 80 | 118 | 107 | 99 | 148 | 150 | 64 | 334 | |
| Само што завршија локалните избори. Дали во предизборната кампања беше користена религијата и религиозните чувства на граѓаните со цел да се привлечат повеќе гласови од страна на Политичките партии? | Не знам/НО | 17.4% | 22.1% | 16.7% | 17.3% | 21.5% | 100.0% | | 33.3% | 18.9% | 22.1% | 19.7% | 12.6% | 17.5% | 23.7% | 24.3% | 24.2% | 17.6% | 20.0% | 15.6% | 13.2% |
| | Да | 19.9% | 21.7% | 16.7% | 20.0% | 21.0% | | 50.0% | | 18.2% | 19.5% | 19.7% | 23.3% | 17.5% | 15.3% | 12.1% | 16.2% | 23.0% | 22.7% | 21.9% | 23.7% |
| | Донекаде да | 26.3% | 11.1% | 25.0% | 26.3% | 12.0% | | | | 19.7% | 21.8% | 23.0% | 27.4% | 27.5% | 22.0% | 22.4% | 23.2% | 23.0% | 13.3% | 28.1% | 25.7% |
| | Донекаде не | 13.9% | 9.4% | | 13.7% | 9.4% | | | | 11.4% | 11.5% | 16.4% | 10.7% | 17.5% | 20.3% | 7.5% | 16.2% | 12.2% | 10.7% | 9.4% | 11.1% |
| | Не | 22.6% | 35.7% | 41.7% | 22.7% | 36.1% | | 50.0% | 66.7% | 31.8% | 25.2% | 21.1% | 25.9% | 20.0% | 18.6% | 33.6% | 20.2% | 24.3% | 33.3% | 25.0% | 26.3% |