

Анализа на вклученоста на младите во ЕУ интегративниот процес

ПОДГОТВЕНО ОД: МЛАДИНСКИ СОЈУЗ - КРУШЕВО
ДЕКЕМВРИ 2025

Содржина

ВОВЕД	3-5
--------------	-----

РЕЗУЛАТИ ОД АНАЛИЗА	6
----------------------------	---

ЗНАЕЊЕ И ИНФОРМИРАНОСТ ЗА ЕУ	7-10
------------------------------	------

СЛЕДЕЊЕ НА ЕУ ИНТЕГРАТИВНИОТ ПРОЦЕСОТ	11-12
---------------------------------------	-------

МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ И ДЕЗИНФОРМАЦИИ	13
-------------------------------------	----

УЛОГАТА НА МЛАДИТЕ ВО ЕУ ИНТЕГРАЦИЈАТА	14-16
--	-------

ПРИДОБИВКИ ЗА МЛАДИТЕ ОД ЕУ	17-22
-----------------------------	-------

ЕУ ИНТЕГРАЦИЈА ВО ЛОКАЛЕН И СЕКОЈДНЕВЕН КОНТЕКСТ	23-25
---	-------

КОМУНИКАЦИЈА И ПЕРЦЕПЦИИ ЗА ЕУ	26-29
--------------------------------	-------

КРЕАТИВНА ЕУ ИМАГИНАЦИЈА	30-33
--------------------------	-------

СИНТЕЗА И КЛУЧНИ НАОДИ	34-37
-------------------------------	-------

ЛИСТА НА ИНФОГРАФИЦИ И ТАБЕЛИ	37
--------------------------------------	----

ПРИЛОЗИ	38-40
----------------	-------

Вовед

ЦЕЛ НА АНАЛИЗАТА

Оваа анализа го опишува познавањето на младите луѓе со Европската Унија, нивното разбирање на евроинтегративните процеси, како и доминантните трендови и ставови поврзани со ЕУ кај младите во Северна Македонија. Истовремено, анализата генерира препораки за унапредување на информираноста, вклученоста и учеството на младите во овие процеси. Анализата е од национален карактер и се спроведува во рамки на проектот „Гласот на младите за ЕУ во медиумите“, кој го реализира Младински Сојуз – Крушево во партнерство со КОМПАНИ 21-М ДООЕЛ Скопје (ТВ21) и Здружението БРИАНИОН Демир Хисар (4news). Проектот е финансиран од Европската Унија преку иницијативата „Медиумите за ЕУ“, која ја спроведуваат Евротинк, АЛДА и БИРЦ.

ГЛАВНА ЦЕЛ НА ПРОЕКТОТ

Главната цел на проектот е јакнење на капацитетите на младите за активно и информирано учество во евроинтегративниот процес на Северна Македонија преку подобрен пристап до информации, зголемена медиумска писменост, граѓански ангажман во соработка со медиуми и развој на современи дигитални содржини.

ПОДАТОЦИ ВО АНАЛИЗАТА

Анализата се заснова на комбинација од квантитативни и квалитативни истражувачки постапки и обработува примарни податоци. За потребите на анкетното истражување е дизајниран стратифициран квотен примерок од N=1000 испитаници онлајн. Стратифицираниот квотен примерок беше конструиран врз основа на следните параметри кои обезбедуваат разновидност и репрезентативност на младинската популација во Северна Македонија: возраст (три подгрупи: 15–19, 20–24 и 25–29 години), пол, етничка припадност (македонска, албанска и други заедници), регионална распределба (опфат на урбани и рурални средини од сите плански региони). Овие категории беа користени за да се обезбеди балансирана застапеност и поширока перспектива во процесот на анализа и интерпретација на резултатите.

Дигиталното собирање на податоците е спроведено преку директен пристап во периодот од 1 август до 20 ноември 2025 година. Во процесот на развивање на квизот учествуваа 10 млади лица, хетерогени според возраст, пол, етничка припадност, образование и место на живеење, со цел да се добие поширока перспектива за релевантноста и применливоста на прашањата. Прашањата и одговорите беа поставени да бидат доволно атрактивни за младите луѓе.

Квантитативните податоци добиени од дигиталното анкетање се анализирани на униваријантно, биваријантно и мултиваријантно ниво, со примена на соодветни статистички техники, при што резултатите се текстуално интерпретирани и визуелно прикажани преку слики и табели во крајниот резултат инфографик. Квалитативните податоци се анонимизирани, наративно обработени и презентирани во форма на тематски анегдоти и репрезентативни цитати во рамките на овој извештај.

Квалитативниот дел од анализата се заснова на тематска обработка на отворените одговори, наративна и метафоричка анализа, репрезентативни цитати, како и компаративни увиди меѓу различни младински групи. Овие методи овозможуваат подлабоко толкување на ставовите, перцепциите и емоционалните модели што младите ги поврзуваат со ЕУ интегративниот процес.

Извештајот е структуриран во седум тематски целини:

1. Познавање и информираност на младите за ЕУ,
2. Навики и следење на евроинтегративниот процес,
3. Млади и нивната улога во ЕУ интеграцијата
4. Придобивки, мотивации и влијание на ЕУ кон младите
5. ЕУ интеграција во локален и секојдневен контекст
6. Комуникација и перцепција за ЕУ
7. Креативна ЕУ имагинација

МЕТОДОЛОГИЈА

Анализата е спроведено преку интерактивен онлајн квиз составен од 38 прашања, дизајнирани да ги измерат знаењата, ставовите, перцепциите и навиките на младите во однос на Европската Унија и евроинтегративниот процес во Северна Македонија. Прашањата беа формулирани на креативен, визуелно привлечен и младински ориентиран начин, со цел да се зголеми мотивацијата и ангажираноста кај потенцијалните учесници.

Квизот беше поставен на онлајн платформа за интерактивни анкети (Jotform), што овозможи лесен пристап преку мобилен телефон, компјутер или таблет.

За потребите на истражувањето беше реализирана широка дисеминација, која вклучи споделување преку: официјалните канали на Младински Сојуз – Крушево; профилите на партнерските медиуми; социјалните мрежи (Facebook, Instagram, TikTok, X); директна комуникација со младински групи и училишта; медиумски промоции и јавни објави; интерната дата база на млади луѓе од Младински Сојуз – Крушево; герила акција со стикери низ различни населени места во Северна Македонија.

Преку процесот на дигитално споделување, квизот директно го опфатија 1002 млади лица, кои доброволно и анонимно одговорија на поставените прашања. Оваа бројка претставува значаен индикатор за ангажираност на младите во истражувањето и овозможува релевантна национална анализа на ставовите и знаењата поврзани со ЕУ интеграциите.

За време на процесот на пополнување, младите имаа пристап до отворена поддршка од тимот на Младински Сојуз – Крушево, кој им стоеше на располагање за технички прашања, појаснувања или дополнителни информации кога тоа било потребно.

ПОТЕНЦИЈАЛНИ ОГРАНИЧУВАЊА НА АНАЛИЗАТА

Иако истражувањето дава широка слика за младинските ставови, потребно е да се земат предвид следните ограничувања:

- Квизот е анонимен и не овозможува целосна демографска анализа,
- Учесниците се само-избрани, што може да резултира со поголемо учество на мотивирани или заинтересирани млади,
- Онлајн форматот ги исклучува младите без редовен пристап до интернет или уреди (недостаток на официјални податоци за бројката на оваа група на млади луѓе)
- Долг квиз со прашања што не се совпаѓа со трепението како вредност кај младите луѓе.

Сепак, вкупната големина на примерокот и неговата географска распространетост обезбедуваат доволно основа за квантитативна и индикативна квалитативна анализа на младинското познавање и ставови за ЕУ интеграциите.

ПРОФИЛ НА УЧЕСНИЦИ

Во анализата учествуваа 1002 млади лица на возраст од 15 до 29 години, кои доаѓаат од 68 различни општини и населени места низ Северна Македонија (Берово, Битола, Блатец, Богданци, Босилово, Брвеница, Булачани, Бутел, Центар, Чешиново-Облешево, Црешево, Чучер Сандево, Дебар, Демир Капија, Дојран, Долно Палчиште, Џепчиште, Гази Баба, Гевгелија, Голема Речица, Гостивар, Грчец, Илинден, Кавадарци, Кичево, Кисела Вода, Кочани, Крива Паланка, Крушево, Крушопек, Куклиш, Куманово, Љубин, Македонска Каменица, Марино, Матејче, Милетино, Неготино, Ново Село, Охрид, Орашец, Прилеп, Пробиштип, Радишани, Ростуша (Маврово и Ростуша), Сарај, Шуто Оризари, Штип, Скопје, Свети Николе, Струга, Струмица, Студеничани, Тетово, Валандово, Велес, Винаца, Врапчиште, Зајас, Зрновци, Струмица, Радовиш, Куманово, Скопје). Бидејќи истражувањето беше насочено кон ставовите и перцепциите на младите, а не кон детални демографски параметри, профилот на учесниците е ограничен и не опфаќа длабински социо-демографски податоци.

Анкетата беше спроведена анонимно, што дополнително ја зајакнува доверливоста на процесот, но ја ограничува можноста за подетална структурна анализа на профилот на учесници.

Квизот беше достапен на два јазика, македонски и албански, со што беше осигуран директен опфат на учесници од различни етнички заедници и обезбедена поголема инклузивност на младинското население.

Резултати од анализа

ЗНАЕЊЕ И ИНФОРМИРАНОСТ ЗА ЕУ

СЛЕДЕЊЕ НА ЕУ-ПРОЦЕСОТ

МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ И ДЕЗИНФОРМАЦИИ

УЛОГАТА НА МЛАДИТЕ ВО ЕУ ИНТЕГРАЦИЈАТА

ПРИДОБИВКИ ЗА МЛАДИТЕ ОД ЕУ

ЕУ ИНТЕГРАЦИЈА ВО
ЛОКАЛЕН И СЕКОЈДНЕВЕН КОНТЕКСТ

КОМУНИКАЦИЈА И ПЕРЦЕПЦИИ ЗА ЕУ

КРЕАТИВНА ЕУ ИМАГИНАЦИЈА

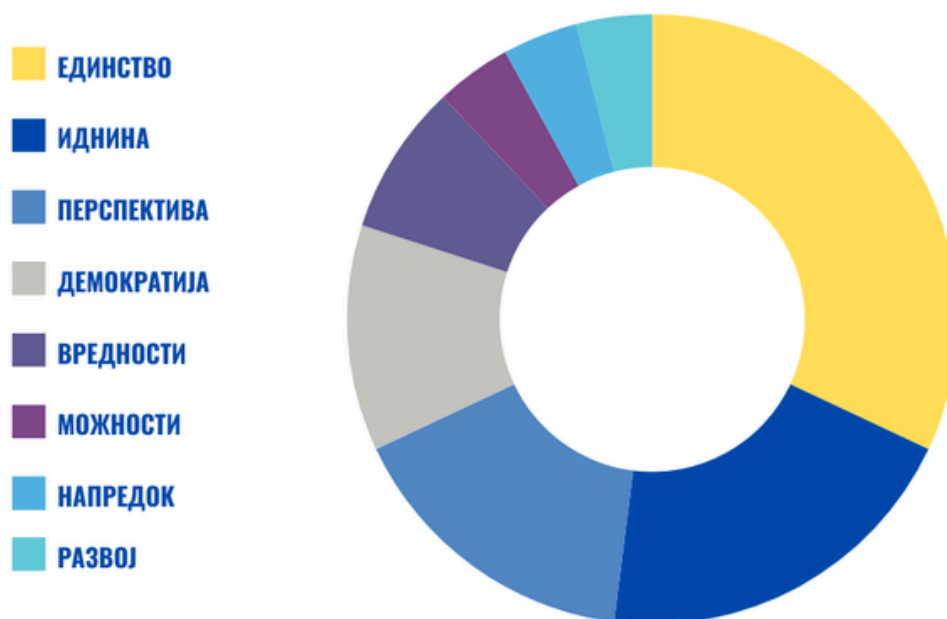
ЗНАЕЊЕ И ИНФОРМИРАНОСТ ЗА ЕУ

ОПШТА ПЕРЦЕПЦИЈА

Општата перцепција на младите за Европската Унија, според одговорите на прашањето „Опиши ја Европската Унија со еден збор“, укажува дека мнозинството млади во Северна Македонија ја доживуваат ЕУ како вредносен, демократски и перспективен простор што обезбедува можности, стабилност, еднаквост и јасна насока за национален развој. Европската Унија доминантно се перцепира како симбол на иднината и подобар живот.

Најчесто наведениот одговор е **„единство/заедништво“ (32%)**, по што следуваат **„иднина“**, **„перспектива“**, (24%) **„демократија“** и **„вредности“ (10%)**. Многу често се појавуваат и поимите **„можности“ (14%)**, **„напредок“** и **„развој“ (8%)**. Од вкупно 1002 одговори, 95,2% се со позитивна конотација, додека само 4,8% изразуваат негативен став. Најчести негативни описи се: „глупост“, „пропаст“, „лицемерие“, „бироократија“, „манипулација“, „ароганција“ и „лоша опција“. Овие резултати покажуваат дека кај младите доминира позитивната вредносна ориентација кон ЕУ.

ОПИШИ ЈА ЕВРОПСКАТА УНИЈА СО ЕДЕН ЗБОР



ГРАФИКОН 1. НАЈЧЕСТИ ЗБОРОВИ СО КОИ МЛАДИТЕ ЈА ОПИШУВААТ ЕВРОПСКАТА УНИЈА.

Во однос на прашањето „Кога Северна Македонија доби официјален статус на кандидат за членство во ЕУ?“, **61,4%** од младите го избраа точниот одговор, 2005 година, додека **38,6%** ја поврзуваат националната европска перспектива со други години (2015, 2020, 2001), што укажува на непознавање на временската рамка на процесот на евроинтеграциите кај младите.

Слична состојба се забележува и кај прашањето „Колку земји-членки брои ЕУ во моментот?“, каде **68,6% (679 млади) точно одговориле**, 27 земји, **додека 31,4% (323 млади)** дале неточен одговор, односно ги избрале опциите 28 или 30.

Последното прашање го истражуваше познавањето на младите за тоа кој е главниот орган што ги следи реформите во земјите-кандидатки за ЕУ. **Од вкупно 1002 учесници, 55,3% точно ја идентификувале Европската Комисија** како институција задолжена за мониторинг на реформските процеси. Останатите **44,7% дале неточен одговор**, при што најчеста заблуда е дека оваа улога ја има Европскиот парламент.

САМОИДЕНТИФИКАЦИЈА

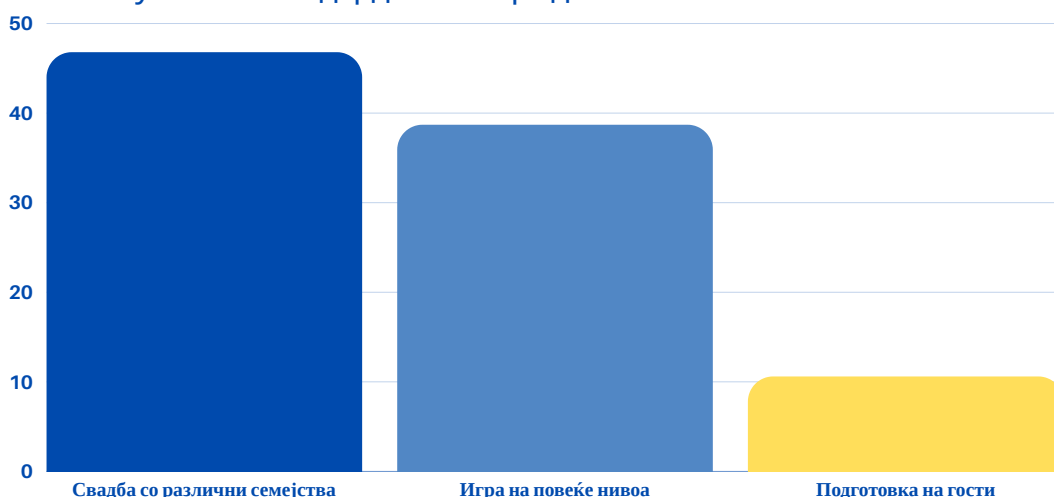
Податоците покажуваат дека **дел од младите го доживуваат ЕУ-интегративниот процес како широк политички и институционален напор за системски промени, додека други го сведуваат на практична, техничка рамка составена од конкретни задачи и административни обврски што државата треба да ги исполни.** На прашањето „Како ги разбираш преговарачките поглавја?“ дури 54.5% одговориле дека ги гледаат како „чек-листа со задачи што државата мора да ги заврши пред влез“. Дополнително, 25.1% го перцепираат процесот како „тест што институциите треба да го положат“, што упатува на чувство на нерамноправна моќна динамика меѓу ЕУ и државата. Кај 12.3%, поглавјата се доживуваат како „нивоа во игра“, што сугерира перцепција дека секогаш постои „ново условување“ и дека процесот е долготраен, фрагментиран и зависен од континуирано исполнување на барања.

Значаен сегмент од анализата се однесува на **самоидентификацијата на младите со европските вредности.** Најголем дел од испитаниците (44.3%) ја издвојуваат вредноста „владеење на правото“, што го рефлектира нивниот акцент врз правда, борба против корупција, независност на институциите и фер систем како важни аспекти во сопствената држава. Понатаму, „демократија“ е второ најчесто избраната вредност (31.1%), што укажува на силно ценети принципи како политичко учество, право на избор, глас и политичка слобода. „Слобода на изразување“ ја издвојуваат 21.3%, додека „толеранција“ има најниско ниво на избор со 5.5%, што укажува дека **младите многу повеќе се ориентирани кон институционални и граѓански слободи, отколку кон интерперсонални и социјални вредности.**

Метафоричките описи дадени од младите дополнително ја нагласуваат комплексноста на нивната перцепција за ЕУ интеграцијата. Се издвојуваат три доминантни модели:

- **“Како свадба со 27 различни семејства” (46.8%)**, што ја отсликува интеграцијата како процес на комплексна координација, договарање и усогласување меѓу различни интереси.
- **“Како игра со повеќе нивоа” (38.7%)**, што ја претставува интеграцијата како долгорочен, структуриран процес кој бара исполнување на низа услови без можност за прескокнување чекори.
- **“Како да се подготвуваш за гости што доаѓаат секој месец” (10.6%)**, што укажува дека младите го доживуваат процесот како постојана подготовка, дисциплина и исполнување на нови барања кои континуирано се појавуваат.

Овие резултати покажуваат дека младите го перципираат ЕУ процесот како долготраен, комплексен и често оптоварувачки, но истовремено структуриран и предвидлив, со јасно дефинирани очекувања и стандарди кои мора да се исполнат.



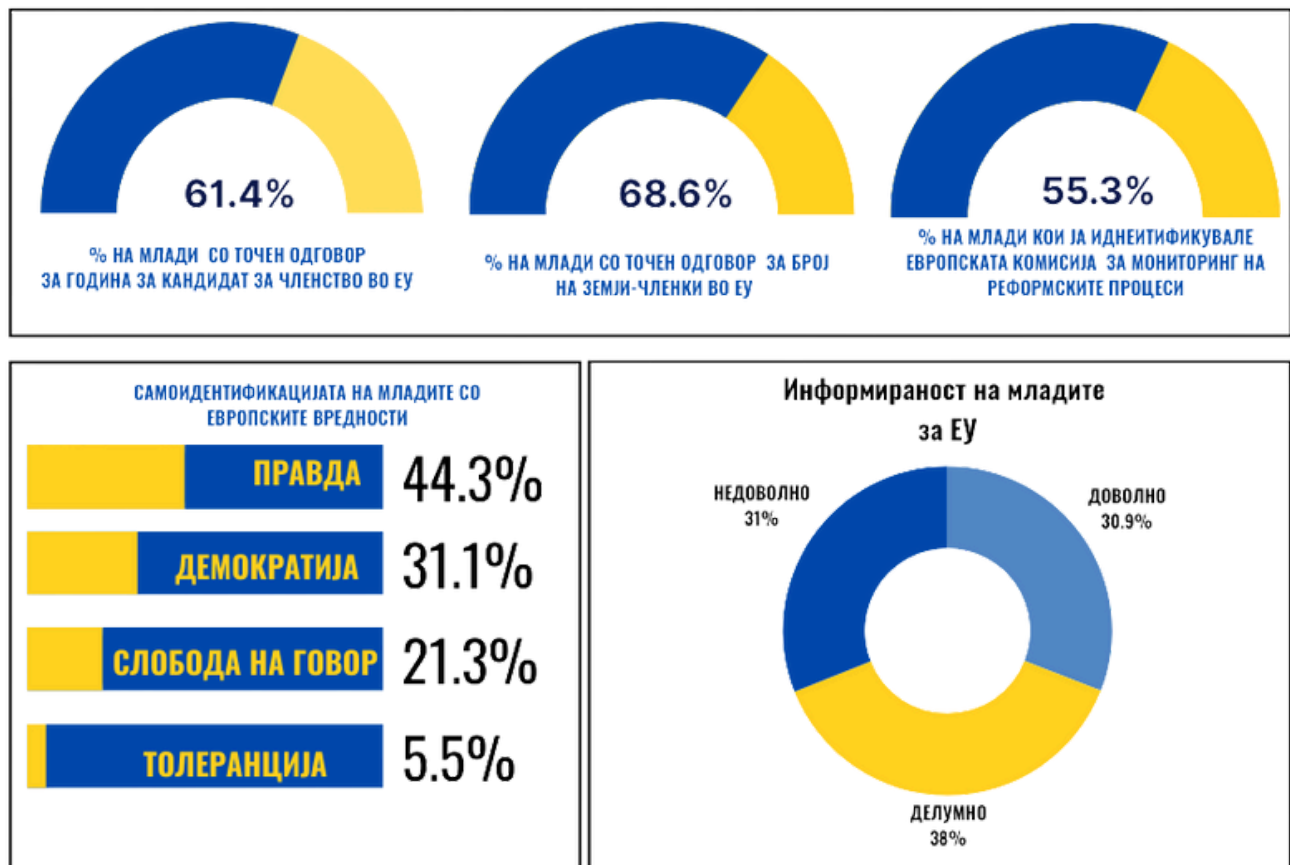
ГРАФИКОН 2 : НАЈЧЕСТИ МЕТАФОРИЧКИ ОПИСИ ШТО МЛАДИТЕ ГИ КОРИСТАТ ЗА ПРОЦЕСОТ НА ЕУ ИНТЕГРАЦИЈА.

ИНФОРМИРАНОСТ И ИЗВОРИ НА ИНФОРМАЦИИ

Прашалникот содржеше и прашањето „Дали сметаш дека си доволно информиран/а за тоа што значи членството на РСМ во ЕУ?“, чија повеќеслојна анализа на 1002 анкетни одговори покажува дека младите во Северна Македонија генерално не располагаат со доволно знаење за значењето и последиците од членството во Европската Унија. **Само 30.2% од испитаниците сметаат дека се доволно информирани, додека значително мнозинство од 69.5% изјавуваат дека се делумно (38.5%) или недоволно (31%) информирани за процесот.** Овие податоци упатуваат на системски дефицит во јавната комуникација, недоволна транспарентност на реформските процеси поврзани со ЕУ, како и на потреба од целни, разбирливи и младински ориентирани информативни програми. Особено е важна комуникацијата која ја објаснува практичната корист од членството, правните последици и политичките реформи што ги носи пристапниот процес.

За да се добие целосна слика, младите беа запрашани и како најчесто се информираат за евроинтегративниот процес, прашање понудено преку шест можни извори, прилагодени на нивниот секојдневен начин на живот. Анализата на 963-те добиени одговори покажува дека младите доминантно користат дигитални канали. **Социјалните мрежи** се највлијателниот извор на информации (**43.3%**), што укажува дека институциите мора да применуваат пократки, визуелни и лесно разбирливи формати на комуникација. **Традиционалните медиуми**, особено телевизијата (**23.7%**), и понатаму имаат релативно силно присуство, што укажува дека темата ЕУ-интеграции се доживува како сериозна, формална и барачка за подетално објаснување. **Интернет порталите** се третиот најкористен канал (**22.8%**) и претставуваат важен извор за брзи, секојдневни информации. Наспроти тоа, информирањето преку **пријатели и семејство** (**7.4%**), **подкасти** (**2.8%**) и **радио** (**1%**) е значително поретко, што дополнително укажува дека евроинтеграциите се перцепираат како институционална, а не секојдневна и „разговорна“ тема меѓу младите.

Знаење и информираност за ЕУ



ГРАФИКОН 3 : ПОДАТОЦИ ЗА ЗНАЕЊЕ И ИНФОРМИРАНОСТ НА МЛАДИТЕ ЗА ЕВРОПСКАТА УНИЈА

СЛЕДЕЊЕ НА ЕУ-ПРОЦЕСОТ

ФРЕКВЕНЦИЈА

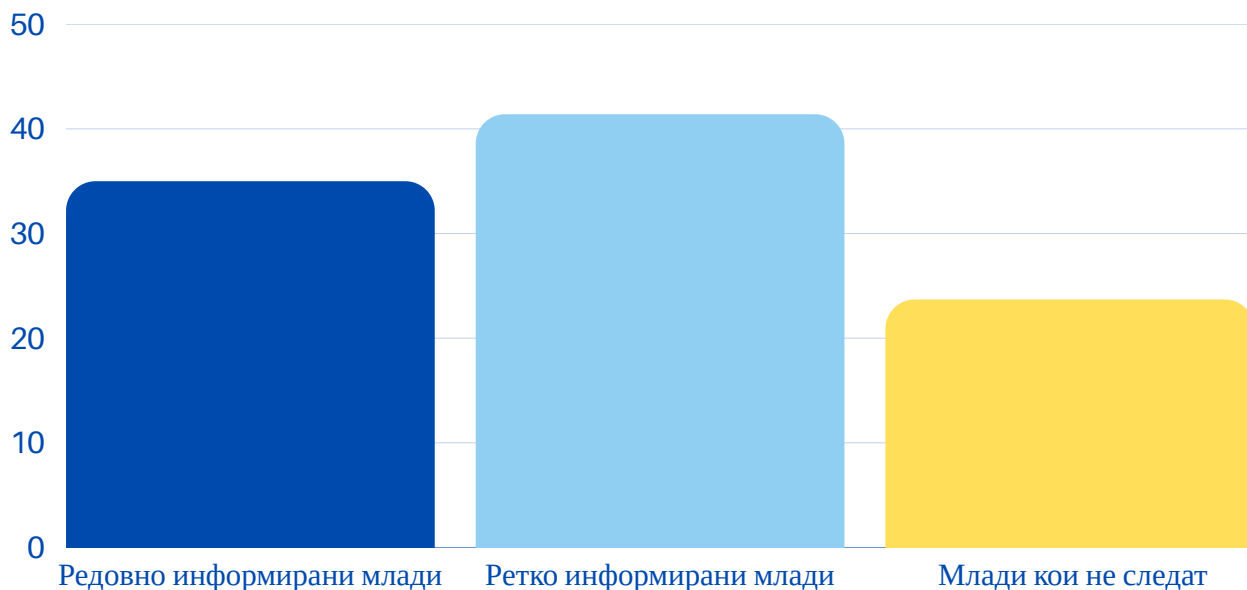
Податоците од 1002 анкетни одговори јасно покажуваат дека **младите во огромен дел не се редовно информирани за евроинтегративниот процес. Само 34.9% од младите го следат процесот барем минимално редовно (секојдневно или неколку пати неделно). А дури 65.1% го следат „ретко“ или „воопшто не“, што укажува на:**

- ниско ниво на интерес,
- отсуство на достапни и младински ориентирани формати,
- недоверба или дистанцираност од институционални комуникации,
- системски пропуст во информирањето и јавната комуникација.

Доминира категоријата „ретко“ (41.4%), што значи дека голем дел од младите се информираат само повремено, несистематски и зависно од моментални политички случувања. Категоријата „не следува“ (23.7%) е исклучително висока и претставува алармантен индикатор дека речиси секој четврти млад човек е целосно исклучен од информации поврзани со ЕУ.

Со цел квалитативно разбирање на фразата ‘редовно информирани’ дефиницијата која ја користи проектниот тим е:

„Редовно информирани млади кои го следат ЕУ интегративниот процес“ се однесува на млади кои континуирано и свесно ги следат вестите, документите, активностите и одлуките поврзани со пристапувањето на државата во Европската Унија, преку официјални извори, медиуми, јавни дебати, институционални извештаи или граѓански иницијативи. Ова значи дека тие имаат тековно разбирање за клучните прашања, за реформите во различни области и за политичките одлуки кои влијаат врз процесот.



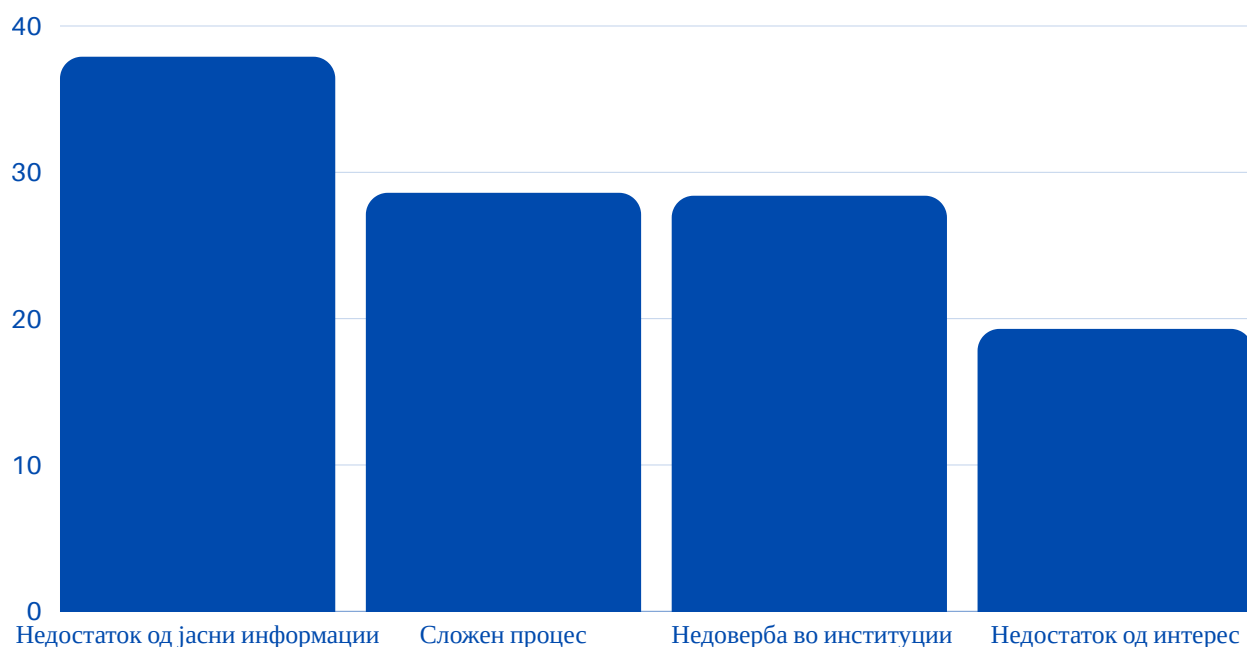
ГРАФИКОН 4 : ИНФОРМИРАНОСТ НА МЛАДИТЕ ЗА ЕУ ИНТЕГРАТИВНИОТ ПРОЦЕС

ПРИЧИНИ ЗА НЕДОВОЛНО СЛЕДЕЊЕ

Анализата на 1002 собрани одговори покажува дека младите во Северна Македонија се соочуваат со три клучни и системски бариери кои значително го отежнуваат следењето и разбирањето на ЕУ интегративниот процес. Најчесто присутниот проблем е **недостатокот од јасни и структурирани информации (37.9%)**. Младите имаат ограничен пристап до јасни, конзистентни, транспарентни и разбирливи податоци од институциите и медиумите, што укажува на потреба од младински ориентирана комуникација, поедноставување на реформските пораки и развивање достапни информативни формати.

Процесот истовремено се доживува како **премногу сложен и збунувачки (28.6%)**. ЕУ интеграциите се перцепираат како технички, бирократски и оддалечени од секојдневието на младите, што создава когнитивни бариери и го намалува нивниот мотив да го следат процесот. Дополнително, **недовербата во државните институции претставува сериозен системски предизвик (28.4%)**. Младите сметаат дека институциите не се доволно транспарентни, дека процесот е политизиран, а реформите остануваат повеќе декларативни отколку суштински.

Конечно, **недостатокот од интерес (19.3%) претставува последица на претходните три фактори**. Тој произлегува од недоволната информираност, сложеноста на процесите и ниската доверба во институциите, сигнализирајќи растечка апатија и потенцијален ризик од идно демократско исклучување на младите



ГРАФИКОН 4 : ПРИЧИНИ ЗА НЕИНФОРМИРАНОСТ НА МЛАДИТЕ ЗА ЕУ ИНТЕГРАТИВНИОТ ПРОЦЕС

МЕДИУМСКА ПИСМЕНОСТ И ДЕЗИНФОРМАЦИИ

ПРЕПОЗНАВАЊЕ ЛАЖНИ ВЕСТИ

Анализата на 1002 одговори покажува дека младите главно се потпираат на **вкрстување информации преку други медиуми** (50–53%) и на **проверка на кредибилитетот на изворот** (38–42%) како клучни стратегии за препознавање лажни вести. Дополнително, околу една третина од младите користат **онлајн пребарување или социјални мрежи** за верификација, а 22–27% ги следат **коментарите** како индикатор за автентичноста на објавата.

Иако повеќето испитаници применуваат повеќестепена критичка проценка, мал сегмент (3–5%) не проверува или се потпира на субјективни механизми, што укажува на потреба од таргетирани интервенции во медиумската писменост. Овие наоди ја потврдуваат зголемената медиумска свесност кај младите, но и потребата за системски пристап во обезбедување обукувања, ресурси и алатки за препознавање дезинформации.

ВЛИЈАНИЕТО НА ДЕЗИНФОРМАЦИИТЕ

Анализата на сите 1002 одговори покажува дека младите во Северна Македонија ја формираат својата перцепција за Европската Унија преку комбинација од традиционални и дигитални медиуми, при што највлијателни се **интернет порталите** (42%) и **телевизиските емисии** (41.4%). Ова укажува на силна медиумска доминација на информативните платформи кои креираат политички наративи и го дефинираат јавниот дискурс за ЕУ. Меѓу **социјалните мрежи, најголемо влијание има Фејсбук** (26.8%), **додека ТикТок** (11.2%) **станува новонастанат, но значаен фактор, особено кај најмладите.** **Инстаграм** (5.9%) и **Твитер/X** (6.2%) имаат умерено, ниско влијание, додека **радиото** (0.5%) е речиси неприсутно.

Овие резултати јасно укажуваат дека комуникацијата за европските интеграции мора да биде системски присутна на телевизија, онлајн портали и клучните социјални мрежи, со особено внимание на краткоформатни дигитални содржини.

МЛАДИТЕ И НИВНАТА УЛОГА ВО ЕУ ИНТЕГРАЦИЈАТА

УЛОГАТА НА МЛАДИТЕ ВО ЕУ ИНТЕГРАЦИЈАТА ВО ЕДЕН ЗБОР

Од анализата на вкупно сите 1002 одговори на прашањето „Ако можеш да избереш само еден збор за да ја опишеш улогата на младите во ЕУ интеграцијата, кој збор би го одбрал/а?“ открива длабоки генерациски ставови, три силно изразени наративни линии и јасна поларизација во перцепцијата за младинската улога во европскиот интеграциски процес. Најголемиот дел од одговорите, приближно **45%, ја дефинираат улогата на младите преку позитивни, визионерски и трансформативни концепти. Во оваа група доминира зборот „иднина“, заедно со варијантите „Idnina“, „e ardhmja“ и „future“, кој се појавува во над 22%** од сите одговори, што го прави најсилниот и најзастапениот поим во целото истражување. Овој термин, заедно со зборови како „надеж“, „сила“, „потенцијал“, „промена“, „двигател“, „енергија“, „активизам“, „иновативност“, „лидерство“ и „клучност“, упатува дека младите се гледаат себеси како стратешка сила, носители на нови идеи и двигатели на реформи, кои во иднина треба да ја обликуваат европската перспектива на државата. Особено впечатлива е повисоката застапеност на позитивни и визионерски поими во албанските одговори, каде доминираат термини како „E ardhmja“, „Shpresë“, „Fuqia“ и „Bashkëpunim“, што укажува на 68–70% позитивна конотација во оваа подгрупа.

Паралелно со ова, приближно **30%** од сите одговори имаат негативна или песимистичка конотација. Тие ја дефинираат улогата на младите како недоволна, невидлива или непостоечка, користејќи формулации како „**нема улога**“, „**никаква**“, „**непостоечка**“, „**маргинална**“, „**незначителна**“, „**споредна**“, „**недоволна**“, „**минимална**“, „**слаба**“, „**неангажирани**“, „**незаинтересирани**“ и „**пасивни**“. Во оваа група се јавуваат и поими кои упатуваат на фрустрација, политички цинизам и губење на довербата во институциите, како што се „**илузија**“, „**пиуни**“, „**бескорисни**“, „**бегство**“, „**иселување**“, „**евроскептицизам**“ и „**корупција**“. Овие одговори укажуваат на длабоко вкоренето чувство на исклученост, административна и политичка невидливост, недостиг од реални механизми за младинско учество и убедување дека институционалниот систем не го препознава или не го цени потенцијалот на младите. **Овој негативен наратив е најсилно изразен во македонските одговори, каде нивото на разочараност достигнува 30-35%, додека кај албанските одговори е значително пониско и се движи околу 15-20%.**

Меѓу овие две спротивставени позиции се наоѓа третата група, **амбивалентниот и критички-аналитички наратив, кој опфаќа околу 25% од сите одговори**. Овие одговори содржат комплексни и условени формулации, како „младите се иднина, но не се доволно вклучени“, „улогата им се сведува на учество во Еразмус+ проекти“, „имаат идеи, но никој не ги слуша“, „ЕУ не е Месија“ или „постои потенцијал, но е занемарен“. Оваа група укажува на развиена критичка свест кај младите, на нивната способност за аналитички пристап кон ЕУ интеграциите и на свесност дека системските бариери, како што се недоволната политичка застапеност, слабите механизми за младинско учество и непотизмот, сериозно го ограничуваат нивното влијание.

Разликите помеѓу одговорите на македонски и албански јазик се особено значајни. Овој контраст упатува дека различните заедници ги доживуваат институционалните процеси и нивното влијание врз младите на различен начин, но во суштина ги обединува желбата за подобар систем, европски стандарди и активна улога во креирањето на сопствената иднина.

ПОЗИТИВЕН КОНЦЕПТ	НЕГАТИВНА КОНОТАЦИЈА	КРИТИЧНА КОНОТАЦИЈА
ИДНИНА	НЕМА УЛОГА	ИМААТ ПОТЕНЦИЈАЛ, НО НЕ СЕ ВКЛУЧЕНИ
НАДЕЖД	НЕПОСТОЕЧКА УЛОГА	УЛОГАТА ИМ СЕ СВЕДУВА НА Е+ УЧЕСТВО
СИЛА	СПОРЕДНА	НИКОЈ НЕ ГИ СЛУША МЛАДИТЕ
ПОТЕНЦИЈАЛ	МАРГИНАЛНА	ЕУ НЕ Е МЕСИЈА
ДВИГАТЕЛ	НЕДОВОЛНА	НЕИСКОРИСТЕН ПОТЕНЦИЈАЛ
ЕНЕРГИЈА	СЛАБА	БАРИЕРИ ЗА МЛАДИТЕ
АКТИВИЗАМ	НЕАНГАЖИРАНИ	

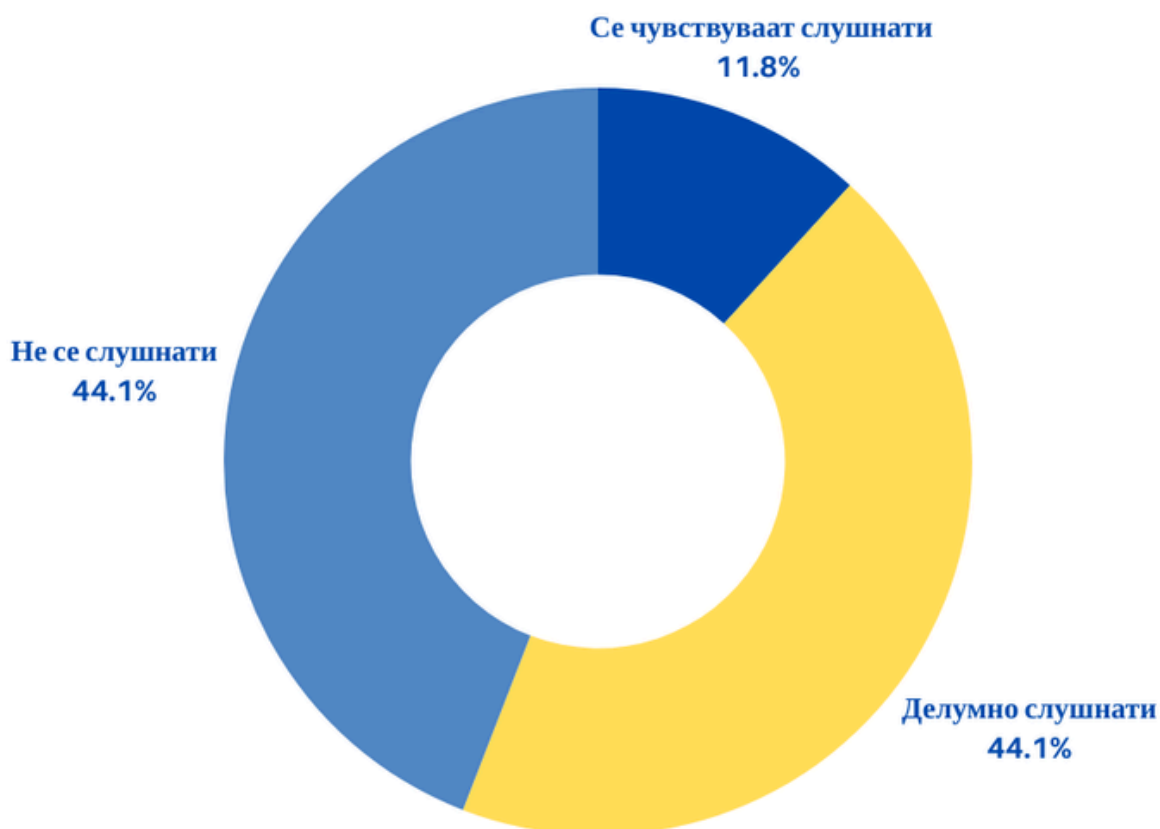
ТАБЕЛА 1 : ПРИМЕРИ ЗА КАКО МЛАДИТЕ ЈА ДОЖИВУВААТ СВОЈАТА УЛОГА ЗА ЕУ ИНТЕГРАЦИЈАТА НА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

ГЛАСОТ НА МЛАДИТЕ ЗА ИДНИНАТА НА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА ВО ЕУ

Перцепција на младите: „Дали нашиот глас се слуша во ЕУ интегративниот процес?“ од вкупно вклучени **1.002 млади** покажува дека доминира чувство на **недоволна или целосно отсутна слушнатост** кога станува збор за иднината на Северна Македонија во процесот на европска интеграција. Обединетите податоци укажуваат на три јасни модели на перцепција:

- **Само 12% од младите веруваат дека нивниот глас навистина се слуша.**
- Ова претставува исклучително низок степен на субјективна вклученост и доверба во институциите.
- **44% се чувствуваат „делумно“ слушнати**, што претставува најголема група и сигнализира дека младите имаат волја за учество, но постојат сериозни ограничувања во начините на комуникација, консултација и транспарентност од страна на институциите.
- **44% од младите сметаат дека нивниот глас воопшто не е слушнат.**
- Овој висок процент укажува на силна перцепција на исклученост, недоверба и дистанца од процесот кој треба да биде национално-инклузивен.

Овие резултати јасно го нагласуваат потребното поставување на **структурирани, транспарентни и младински ориентирани канали за учество**, со што би се оспособиле младите да станат активни чинители, наместо пасивни набљудувачи, во процесот на европската иднина на државата.



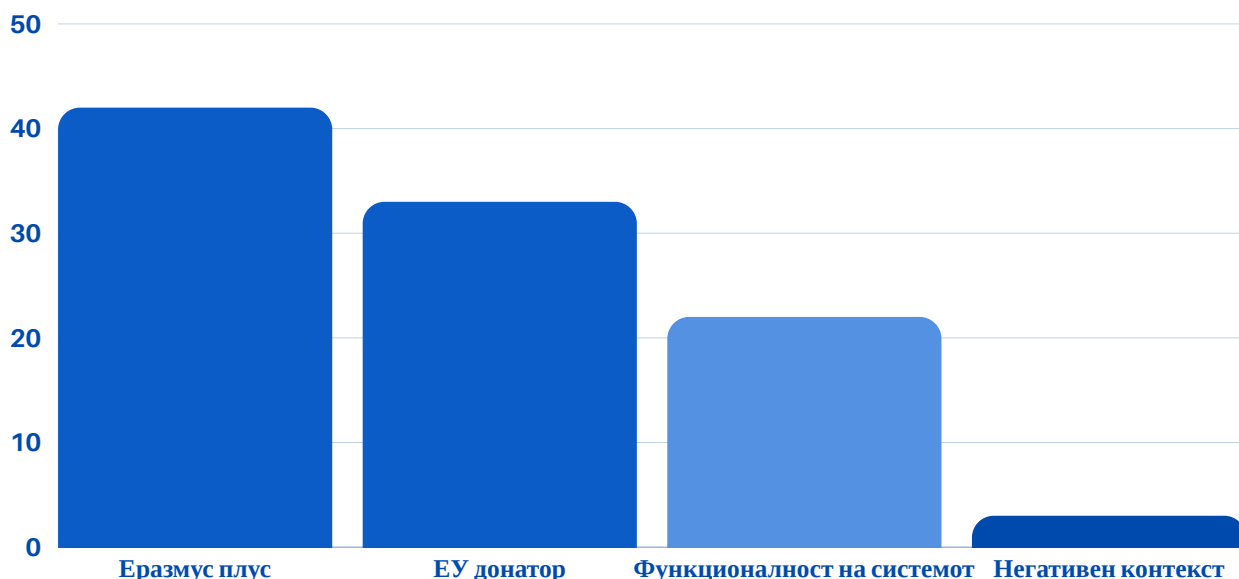
ГРАФИКОН 5 : ГЛАСОТ НА МЛАДИТЕ ЗА ИДНИНАТА НА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА ВО ЕУ

НАЈЧЕСТО ЕВРОПСКА ВРЕДНОСТ МЕЃУ МЛАДИТЕ

Кога ги прашавме младите луѓе за 'Која европска вредност најмногу ја гледаш кај младите во твоето друштво?' анализата на 1002 младински одговори покажува јасна доминација на демократските и инклузивни европски вредности кај младите во Северна Македонија. Најсилно препознаена вредност е **слободното изразување (51.7%)**, што укажува на висока лична и граѓанска свест кај младите. Потоа следат **почитта кон различноста (20%)** и **солидарноста (19.4%)**, кои ја рефлектираат растечката култура на толеранција, плурализам и меѓусебна поддршка. **Иновативноста (11.4%)**, иако најмалку застапена, останува значајна компонента на младинскиот вредносен систем. Резултатите укажуваат дека во друштво на младите луѓе во Северна Македонија ќе се чувствуваат европски.

ШТО НАЈЧЕСТО СЛУШАШ КОГА НЕКОЈ ЌЕ ЈА СПОМЕНЕ ЕУ ВО ТВОЕТО ДРУШТВО?

Анализата на 1.002 младински одговори на овв прашање покажува јасен облик на три доминантни наративи поврзани со Европската Унија помеѓу младите. **Најчестата асоцијација кај младите (42%) е Erasmus+ и можностите за мобилност, патување и неформално образование**, што ја позиционира ЕУ како лична развојна платформа. Вториот најзастапен наратив (33%) **ја перцепира ЕУ како донатор и финансиски партнер** преку бројни поддржани проекти и иницијативи. Третиот **наратив (22%) се однесува на идејата дека „барем функционира системот и институциите“**, што рефлектира високи очекувања за стабилност и ефикасност поврзани со европскиот модел на управување. **Негативните или политички мотивирани реакции (3-4%)** се маргинални, но присутни и укажуваат на замор и недоверба кај помал дел од младите. Вкупно земено, младите ја доживуваат ЕУ многу повеќе преку можностите и конкретните резултати отколку преку политичкиот процес на интеграција.



ГРАФИКОН 6 : ДОМИНАНТНИ НАРАТИВИ ПОВРЗАНИ СО ЕВРОПСКАТА УНИЈА ПОМЕЃУ МЛАДИТЕ

ПРИДОБИВКИ ЗА МЛАДИТЕ ОД ЕУ

ПРЕДОБИВКИ ЗА МЛАДИТЕ СО ЗАЧЛЕНУВАЊЕТО ВО ЕУ

Анализата на 1002 младински одговори покажува дека младите во Северна Македонија ја гледаат Европската Унија пред сè како простор на можности (можности за образование, личен развој, професионален напредок и поквалитетен живот). Над **половина од испитаниците (52%) ја нагласуваат образовната димензија како најзначајна придобивка од членството**, што го реafirмира интересот на младите за мобилност, размена, напредни вештини и интеркултурно учење. Втората најзастапена категорија (35%) **се повисоките стандарди на вработување, што младите ги поврзуваат со европски плати, фер процеси и подобра перспектива за кариерен напредок**. Третата клучна придобивка **според младите (26%) е очекуваното подобрување на квалитетот на животот преку поефикасни институции, владеење на правото и модернизација на јавните услуги**. Иако слободата на движење, европскиот пасош и можностите за работа во странство се наведуваат како придобивки, тие се далеку помалку заступени од образованието и пазарот на труд. Односно само 5% од испитаниците ги бираат овие придобивки. Скептичните ставови се присутни кај многу мал дел од младите (2-3%) и најчесто се поврзани со недоверба во домашните институции, а не со самата Европска Унија.

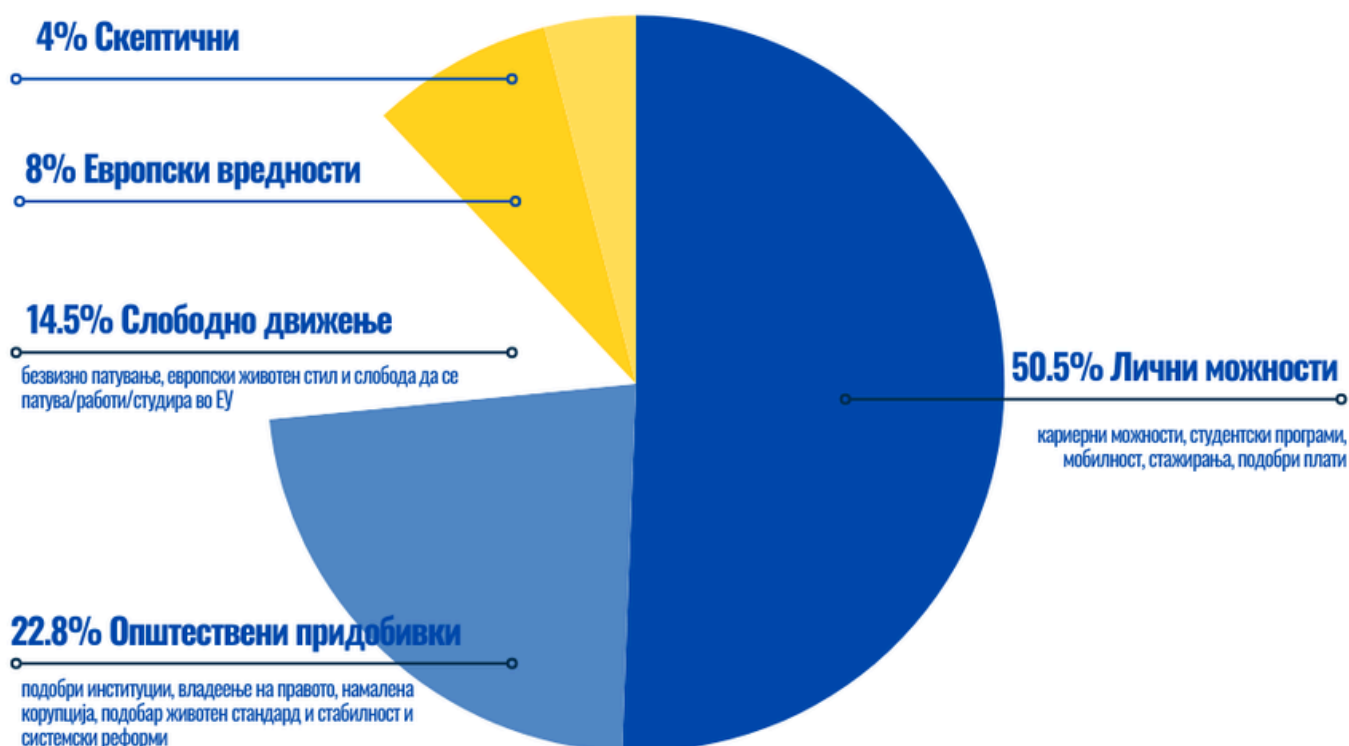
ЗА ПОДДРШКАТА ОД ЕУ ЗА ЗАПОЧНУВАЊЕ НА СОПСТВЕН БИЗНИС ИЛИ СТАРТ-АП

Младите во Северна Македонија генерално имаат позитивни очекувања во однос на потенцијалната поддршка од Европската Унија за започнување сопствен бизнис или стартап, но истовремено демонстрираат високо ниво на несигурност и недоволна информираност. Најголемиот дел од **младите (49%) одговараат „можеби“**, што укажува дека постојат позитивни перцепции за европските фондови, но и значителен недостиг на конкретни информации за постоечките програми, процедурите за аплицирање, критериумите за избор и достапноста на финансиската и техничката поддршка. **Позитивно е што 41.2% од младите сметаат дека европската поддршка би им помогнала во отворање сопствен бизнис**. Оваа група препознава дека ЕУ носи пристап до финансиски инструменти, менторски програми, подобрени стандардни деловни практики и пошироки пазари. **Само 9.8% од испитаниците одговараат негативно**. Негативните ставови најчесто се поврзани со недоверба во домашните институции, страв од сложени процедури или чувство дека поддршката е тешко достапна за „обични“ граѓани. Вкупната тенденција укажува дека младите се подготвени да размислуваат претприемачки и гледаат реални можности во европската поддршка, но потребна е значително посилна комуникација, информирање и поддршка за да се конвертира високата несигурност во реална претприемачка активност.

МОТИВАЦИЈА МЕЃУ МЛАДИТЕ ЗА ПОДДРШКА НА ЕУ ИНТЕГРАТИВНИОТ ПРОЦЕС

Анализата на 1002 одговори јасно го покажува дека **младите ја гледаат ЕУ интеграцијата пред сè како ПЕРСОНАЛНА МОЖНОСТ (50.5%)**. Половина од сите испитаници ја поддржуваат ЕУ интеграцијата поради подобри кариерни можности, студентски програми, мобилност, стажирања, подобри плати. **ОПШТЕСТВЕНИТЕ ПРИДОБИВКИ се втор најважен мотив (22.8%)** за поддршка на младите ја поддржуваат ЕУ затоа што очекуваат подобри институции, владеење на правото, намалена корупција, подобар животен стандард и стабилност и системски реформи. **СЛОБОДНО ДВИЖЕЊЕ И ПАТУВАЊЕ се трет мотив (14.5%)** што опфаќа безвизно патување, европски животен стил и слобода да се патува/работи/студира во ЕУ. **Европските мотиви беа избрана мотивација кај 8% а само 4% се скептични и немотивирани**. Сумирано, мотивите на младите за поддршка на ЕУ интеграцијата се подобри можности за младите, општествени придобивки, слободно движење и патување, европските вредности. 74% од сите мотиви се директно поврзани со перспективите на младите и подобар животен стандард што значи ЕУ се доживува и како можност а и како формален политички процес.

Што најмногу те мотивира да го поддржуваш ЕУ интегративниот процес?

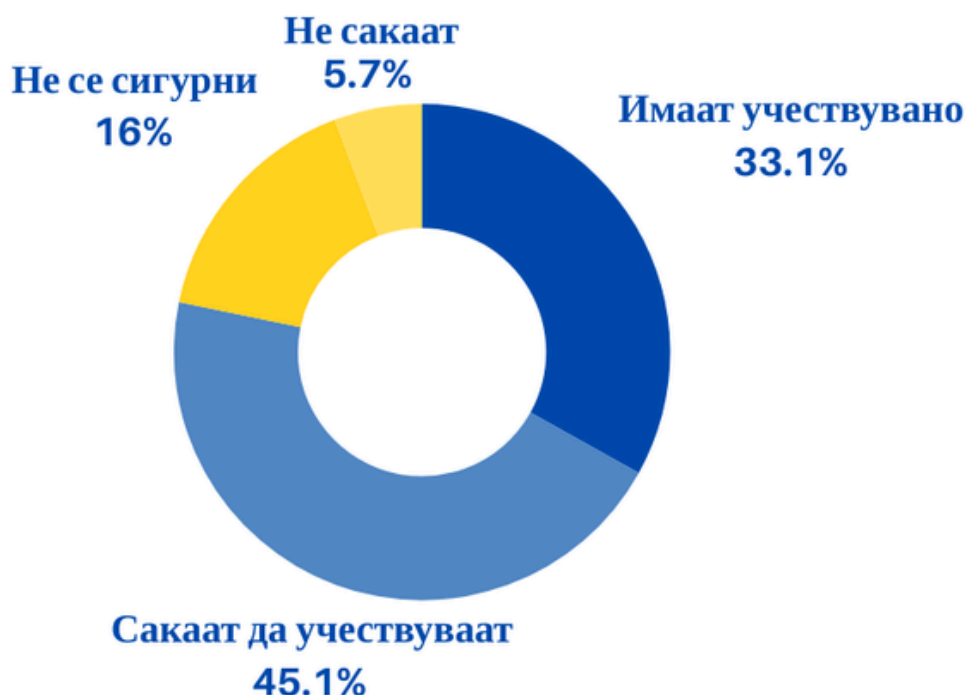


ГРАФИКОН 7 : МОТИВАЦИЈА МЕЃУ МЛАДИТЕ ЗА ПОДДРШКА НА ЕУ ИНТЕГРАЦИЈАТА

УЧЕСТВО НА МЛАДИТЕ ВО АКТИВНОСТ/ НАСТАН/ПРОЕКТ ФИНАНСИРАН ОД ЕУ?

Главни трендови и заклучоци од 1003 одговори на младите е дека **само 1 од 3 млади имаат директно ЕУ искуство (33%)**. Ова покажува дека голем дел од младите НИКОГАШ не биле дел од ЕУ активности, постои структурна нееднаквост во пристап до можности и дека ЕУ програмите не се видливи и не допираат рамномерно до младите. Најголема група односно **секој втор млад човек САКА да учествува (45%) на ЕУ програма**. Овој податок укажува дека постои значителен интерес за вклучување во активности поврзани со Европската Унија, но дека пристапот до тие можности е ограничен и нееднаков. Потребни се повеќе инфо кампањи, попусти процедури, поактивни младински организации и поголема теренска работа. **16% од нив несигурни дали учествувале на ЕУ програма или активност**. Оваа бројка укажува на сериозни недостатоци во комуникација, младите често не знаат што е ЕУ проект, дали активност била ЕУ финансирана и кои програми им се достапни. Само 5.7% од младите се навистина незаинтересирани. Младинската апатија Е МНОГУ НИСКА, недостигот на учество НЕ Е поради недостиг на интерес туку поради недостапност и недоволна информираност

Учество на младите во активност/настан/проект финансиран од ЕУ?



ГРАФИКОН 8: % НА МЛАДИ КОИ УЧЕСТВУВАЛЕ НА АКТИВНОСТ ПОДДРЖАНА ОД ЕУ

НАЈЕВРОПСКИ МОМЕНТ ВО ДЕНОТ НА МЛАДИТЕ

Младите во Северна Македонија ги доживуваат „европските моменти“ во својот ден како секојдневни практики поврзани со ред, одговорност, одржливост и граѓанска активност. Европа, во нивните одговори, не се појавува како бирократски процес, туку како **начин на живот**. Најзастапен „европски момент“ кај младите е **користење јавен превоз или велосипед, што го избираат околу 45% од сите испитани млади**. Младите го врзуваат европското секојдневие со ефикасни, достапни и еколошки одржливи транспортни системи. Ова ја покажува силната поврзаност меѓу европскиот идеал и квалитетот на општинските услуги. Следната најчеста категорија е **почитување правила и вредности, која ја наведуваат околу 38% од сите испитаници**. Младите го доживуваат европското преку етички стандарди, почитување на закони, култура на јавен простор и лична интегритетност. Ова укажува на тоа дека Европа за нив претставува ред, транспарентност и институционална функционалност. Третата значајна категорија е **активност во заедницата, која ја спомнуваат околу 25% од испитаниците**. Младите својот „европски момент“ го гледаат во волонтирањето, учеството во иницијативи, помагањето на други и вклученоста во младински активности. Ова ја претставува Европа како заедница со активни граѓани, каде младите се видливи, вклучени и придонесуваат кон општеството. **Грижата за животната средина, најчесто преку селектирање отпад, ја спомнуваат околу 12% од младите**. Овој процент е нешто повисок кај македонските одговори и нешто понизок кај албанските, но генерално покажува дека младите ја препознаваат Европа како простор каде еколошката свест е структура, норма и секојдневна навика.

Кога сите категории се гледаат заедно, необично е колку силно младите ја гледаат Европа како модел на секојдневно однесување, а не политички концепт. Ниту еден одговор не се поврзува со институции како Европска комисија, преговори, реформи или политички процеси. Наместо тоа, Европа е претставена низ:

- одржливи избори (45%),
- почитување на општествени правила (38%),
- граѓанска активност (25%),
- грижа за животната средина (12%).

Дополнително, неколку одговори (под 1%) истакнуваат и критички ставови — дека овие вредности треба да бидат универзални, а не „европски“, што покажува висок степен на критичка свест и зрелост кај младите.

Вкупниот заклучок е јасен: за младите во Северна Македонија, Европа е практичен кодекс на однесување, а не геополитички проект. Нивните „европски моменти“ се мали, но значајни избори што се прават во секојдневието — избори што создаваат култура на ред, одговорност, одржливост и солидарност. Ова јасно покажува дека комуникацијата за ЕУ интеграциите треба да биде блиска до секојдневните потреби и навики на младите, а не фокусирана исклучиво на технички реформи и политички пораки.



ГРАФИКОН 9: ЕВРОПСКИ МОМЕНТИ МЕЃУ МЛАДИТЕ ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

ЕУ интеграција во локален и секојдневен контекст

АКО ТВОЈАТА ОПШТИНА ДОБИЕ ЕУ ГРАНТ, ШТО ТРЕБА ПРВО ДА СЕ НАПРАВИ?

На прашањето „Ако твојата општина добие ЕУ грант – што треба прво да се направи?“ учесниците избираа понудени одговори. Категориите не беа дополнително класифицирани од страна на истражувачите, туку претставуваат однапред дефинирани опции во самата анкета/квиз. Од одговорите може да се заклучи дека **секој втор млад човек го поставува просторот за млади прв приоритет**. Податоците јасно покажуваат дека младите во Северна Македонија имаат исклучително усогласени приоритети кога размислуваат што треба да биде првиот чекор доколку нивната општина добие ЕУ грант. Најсилната порака е потребата од **уреден, функционален и инклузивен простор за млади, што го сочинува убедливи 56% од сите одговори**. Овој процент потврдува дека младите гледаат во инфраструктурата основна предуслов за нивна активација, вмрежување, учење, креативност и заедничко делување.

Вториот најчест избор, застапен со **18% од одговорите**, е можноста младите да добијат **билет за културна активност во друга ЕУ земја**. Овој резултат ја рефлектира силната желба за мобилност во Европа, нови искуства, интеркултурно учење и директно запознавање со европските културни и социјални стандарди. Младите гледаат на мобилноста како на можност за личен раст, отворање перспективи и стекнување компетенции што локално често се недостапни.

Трет најзастапен приоритет е организирањето **локални фестивали во духот на европските вредности**, што го сочинува **15% од сите одговори**. Ова покажува дека младите сакаат повеќе културни содржини, енергија и живост во заедницата, но и дека европските вредности ги доживуваат како нешто што може да се гради и практикува локално.

Следната значајна категорија се **ваучерите за курс по странски јазици**, застапени со 9% од одговорите, што ја нагласува потребата за пристапно образование и јазични компетенции како предуслов за конкурентност на европскиот пазар на труд и можност за учество во европски програми.

Преостанатите **2% одговори упатуваат на пошироки системски потреби**, како подобрување на инфраструктурата, јавната хигиена, зелените површини, здравството, образованието, транспарентно управување со грантовите, поддршка за микробизниси и вклучување на младите во донесувањето одлуки. Иако бројчано мал сегмент, овие одговори покажуваат свесност за длабински структурни проблеми и потреба општините да ги следат европските стандарди на отчетност, работа со граѓани и јавен интерес.

КОГА БИ ИМАЛО ЕДНО ЕВРОПСКО ПРАВИЛО ШТО МОРА ДА СЕ ПРИМЕНИ ВО ТВОЈОТ ГРАД, ШТО БИ БИЛО ТОА?

Анализата покажува исклучително јасна слика за тоа што младите го препознаваат како европски практики што треба да бидат присутни на локално ниво. **Финансиска поддршка за младински идеи (34%) е најчесто присутен одговор.** Младите јасно укажуваат дека европските вредности на локално ниво мора да се одразат преку системска и достапна поддршка за нивните идеи, иницијативи и проекти. Ова го гледаат како предуслов за иновации, личен развој и активна младинска улога во заедницата. Потоа **31% од младите одговораат со да се слушне „гласот на младите“ односно** многу висок дел од младите бараат воспоставување функционални канали преку кои нивните ставови ќе бидат земени предвид при локални политики. Транспарентно, консултативно и младински ориентирано управување е препознаено како суштински европски принцип. Потоа **културни активности достапни за сите (22%)** ја истакнува потребата на младите секоја општина да обезбеди најмалку една културна активност месечно, како дел од европските стандарди за квалитетен живот, социјална динамика и инклузија. Конечно, **вклучувањето на младите во одлучувањето (13%)** иако е најмалку застапен одговор темата е постојано присутна. Младите ја препознаваат потребата од европски модели на локално учество: младински совети, јавни консултации, отворени разговори и формални механизми за влијание врз одлуките.



ГРАФИКОН 10: ЕВРОПСКО ПРАВИЛО ВО МОЈОТ ГРАД

АКО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА ВЛЕЗЕ ВО ЕУ, КОЈ ХРАНА БИ САКАЛ/А ДА ЈА ПРОМОВИРА КАКО НАЦИОНАЛЕН БРЕНД?

Анализата на 1002 одговори покажува дека младите имаат јасна претстава за тоа кои традиционални јадења најдобро ја претставуваат земјата во европски контекст. Најчестиот избор е **ајварот** (≈40%), кој младите го препознаваат како силен национален симбол поради неговата широка употреба, домашна традиција и препознатливост надвор од земјата. Втор најзастапен избор е **тавче гравче** (≈35%), кое младите го доживуваат како најавтентично македонско јадење што истовремено е едноставно, хранливо и длабоко поврзано со домашната традиција. На третото место се наоѓа **пастрмајлијата** (≈18%), која младите ја издвојуваат како јадење со силен регионален идентитет, но и како нешто уникатно што може да биде интересна гастрономска понуда за странците. На крај, **ѓомлезето** (≈7%) останува помалку застапено, но со силна емоционална и традициска вредност. Свкупно, изборите покажуваат дека младите сакаат да ја претстават државата преку јадења што носат силна традиција, емоција и уникатност, но и преку производи што имаат потенцијал за европска видливост и брендирање.

КОЈ МАКЕДОНСКИ ФЕСТИВАЛ БИ ГО НОМИНИРАЛ/А КАКО „ЕУ КУЛТУРНО ЧУДО“?

Најсилно изразен е изборот **Галичка свадба**, која ја добива речиси **50%** од сите одговори. Овој доминантен процент ја потврдува перцепцијата на младите дека токму овој фестивал е најавтентичниот репрезент на македонската традиција, нематеријално наследство, ритуалност и уникатност што ја издвојува земјата на европската културна мапа. Втор најчест избор е **фестивалот „Браќа Манаки“** со околу **20%** од одговорите. Ова укажува дека младите сериозно го вреднуваат филмското наследство и улогата на Македонија како земја со најстар фестивал на кинематографијата во светот. Следно, со околу **15%**, силно се издвојува **Струмичкиот карневал**, кој младите го гледаат како визуелно впечатлив, историски длабок и природно поврзан со европската карневалска традиција. Меѓу современите и урбани фестивали, **Ohrid Calling** е избор на околу **10%** од младите, особено кај оние со модерни, космополитски и младински ориентации. **Д Фест** се појавува со стабилни **5%**, препознаен како простор за алтернативност, младинска култура и креативна слобода. Конечно, **MakeDox**, со околу **5%**, го носи европскиот дух преку документаристиката, авторската уметност и едукативната вредност.

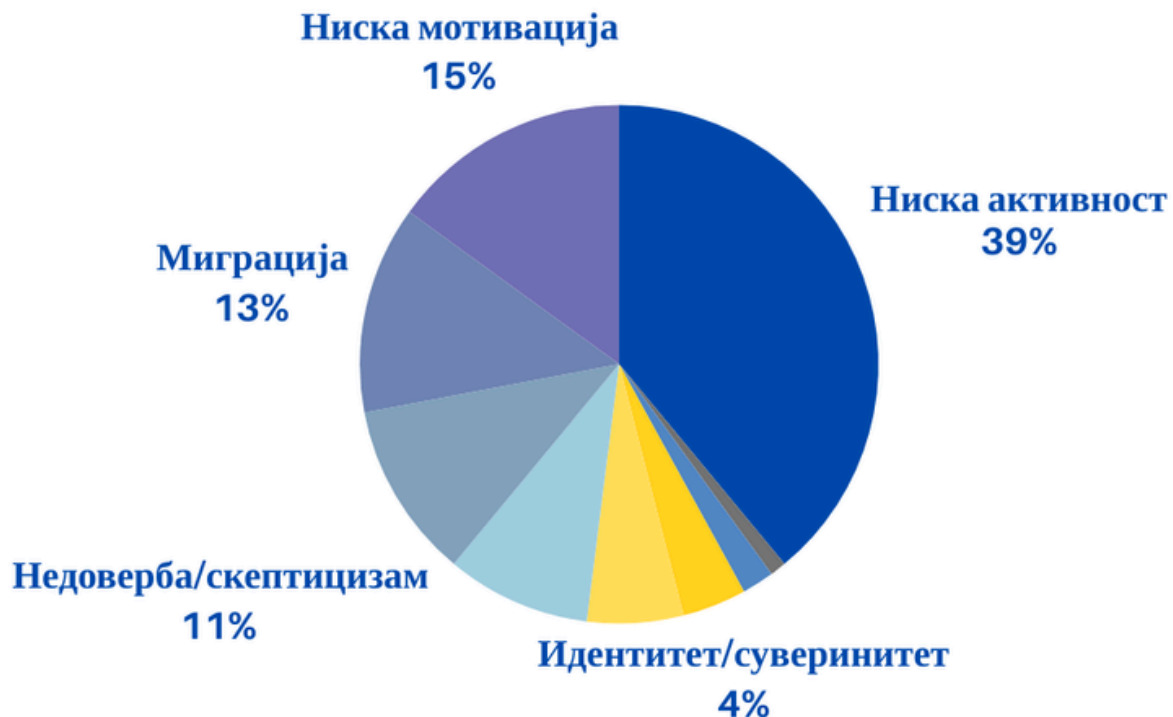
Комуникација и перцепции за ЕУ

ТИКТОК КАМПАЊАТА ЗА ЕВРОИНТЕГРАТИВНИОТ ПРОЦЕС

На прашањето „Според тебе, кој би требало да ја води TikTok кампањата за евроинтегративниот процес?“, најголемиот дел од младите (42%) ги избираат институциите како носители на кампањата. Ова укажува дека младите ја перцепираат темата како сериозна и сметаат дека комуникацијата за ЕУ интеграциите треба да биде водена од чинители со формална одговорност и кредибилитет. Институциите се перцепираат како најкредибилен извор на информации. Втората група одговори (31%) се за **генерација Z (со интернет, AI и мотивација)**. Оваа група на млади се препознава како најкомпетентна за самата платформа: креативна, технолошки силна и вешта во дигитална комуникација. Младите веруваат дека Gen Z најдобро може да го пренесе процесот на разбирлив и модерен начин до врсниците. **21% од одговорите се однесуваат на активисти со смисла за хумор**, хуморот, сатирата и автентичниот grassroots активизам се сметаат како најефективни за TikTok. Ова ја покажува потребата содржината да биде забавна, искрена и блиска до младите. 11% од младите сметаат дека тик-ток кампањата треба да биде водена од **новинари/ медиумски професионалци како** гаранција за **фактографија, точност и доверливост**. Младите сакаат стручни комуникатори кои можат да го објаснат процесот без манипулации. Мал, но значаен сегмент од младите (5%) **смета дека TikTok не е соодветна платформа за сериозни теми** како евроинтеграциите, нудејќи критика кон „инфлуенсеризацијата“ на политички процеси.

СТЕРЕОТИПИ ЗА МЛАДИТЕ

Анализата на 1.002 одговори покажува дека најдоминантниот стереотип за младите во Северна Македонија е перцепцијата дека тие се **пасивни, апатични и незаинтересирани** (39%). Овој наратив драматично доминира и е речиси двојно посилен од сите други категории. Следуваат стереотипите за **мрзеливост и недостаток на работни навики** (15%) и силната перцепција дека младите **единствено сакаат да се иселат** (13%). Тука се и стереотипите поврзани со **недоверба, разочараност и евроскептицизам** (11%), како и оние кои ги прикажуваат младите како **недоволно образовани или незрели** (9%). Покрај овие, 6% од одговорите се поврзани со **родови, етнички и сексуални стереотипи**, а помал број (4%) со стравови поврзани со **идентитетот, традицијата и суверенитетот**. Други стереотипи поврзани со корупцијата, нефункционалниот систем и политичкиот контекст сочинуваат 2% од одговорите. Овие наоди јасно покажуваат дека младите го чувствуваат најтешко стереотипот кој ја минимизира нивната енергија, креативност и потенцијал за општествено влијание. Истовремено, дел од стереотипите се длабоко врзани со структурни проблеми во општеството и со политичко-идентитетските динамики на земјата.



ГРАФИКОН 11: СТЕРЕОТИПИ ЗА МЛАДИТЕ ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

ПРАШАЊА ЗА ЕВРОПСКИОТ КОМЕСАР ЗА ПРОШИРУВАЊЕ?

Бидејќи младите луѓе даваа отворени одговори, истите беа квалитативно анализирани и систематизирани во неколку доминантни наративи. Овој пристап овозможува јасно препознавање на најчестите типови прашања што младите би му ги поставиле на европскиот комесар и на емоциите и ставовите што стојат зад нив.

„Кога ќе влеземе во ЕУ?“- 31% од 1002 одговори е со овој наратив. Младите го доживуваат процесот како бесконечен, нефер и политички условуван. Присутно е чувство на фрустрација и „евро-замор“.

Корупција како главна пречка е вториот најчест наратив 24%. Корупцијата се перцепира како фундаментален проблем кој го блокира секое европско движење и ја уништува вербата во институциите. Младите сметаат дека корупцијата е најголемиот домашен непријател, а ЕУ мора да биде многу поостра и појасна во барањето реформи. Голем дел од младите (21%) имаат став дека **процесот е политизиран, нефлексибилен** и дека Северна Македонија е неправедно третирана, па такви прашања и поставуваат. Младите **сакаат да бидат слушнати и да имаат влијание врз процесот (14%)**, а не само да бидат пасивни набљудувачи.

Еден дел од младите поставуваат рационални, аналитички и фокусирани прашања за содржината на процесот – реформи, стандарди, можности.

ВЛЕЗ ВО ЕУ	КОРУПЦИЈАТА ВО РСМ	ПОЛИТИЗИРАН ПРОЦЕС	ГЛАСОТ НА МЛАДИТЕ	РЕФОРМИ И ПРИДОБИВКИ
„Кога ќе влеземе во ЕУ?“	„Како да ја намалиме корупцијата?“	„Зошто за Македонија важат двојни стандарди?“	„Како планирате да ги вклучите младите во процесот на интеграција?“	„Кои конкретни чекори треба да ги направи Македонија во следните 2 години?“
„До кога вака?“	„Дали ќе престане некогаш корупцијата за да можеме да напредуваме?“	„Зошто дозволивте да се злоупотребува ветото?“	„Дали нашиот глас воопшто се слуша?“	„Кои европски вредности прво ќе ги почувствуваме?“
„За колку време реално ќе станеме членка?“	„Зошто поддржувате корумпирани политичари кај нас?“	„Зошто билатералните спорови станаа услов за евроинтеграција?“	„Како младите можат да помогнат процесот да оди побрзо?“	„Како ќе се подобри стандардот пред членство?“
„Ќе бидеме ли некогаш прифатени?“	„Зошто институциите не преземаат мерки?“	„Дали ќе ги одвоите идентитетските прашања од процесот?“	„Зошто гласот на младите се слуша само во кампањи, а не и во вистинските процеси?“	„Какви можности ќе добијат младите – работа, мобилност, образование?“
„До кога во ходникот?“		„Зошто се бара промена на историјата?“	„Како може да станеме реални партнери, не декор?“	„Што точно добиваме од ЕУ?“
„Дали некогаш воопшто ќе влеземе – или е само политичка игра?“		„Како е можно Кипар и Бугарија да се членки, а ние да чекаме 20 години?“		„Кои се критичните реформи што ни недостасуваат?“

**ТАБЕЛА 2: ЗБИР НА СЕЛЕКТИРАНИ ПРАШАЊА ОД МЛАДИТЕ ЗА ЕУ
КОМЕСАРОТ ЗА ПРОШИРУВАЊЕ**

КОЈ МАКЕДОНСКИ ЛИК БИ БИЛ/А НАЈДОБАР ЕУ АМБАСАДОР?

Главни заклучоци од одговорите на 1002 млади во Северна Македонија :

40-45%	20-25%	10-12%	20%	8-10%
Не знам	ТОШЕ ПРОЕСКИ	ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ	РАДМИЛА ШЕКЕРИНСКА	Итар Пејо
Нема никој	ИГОР ЦАМБАЗОВ	Киро Глигоров	Бугар Османи	Боки 13
Немам идеја	САШКО КОЦЕВ	Крсте П. Мисирков	Стево Пендаровски	Миле Паника
Појма немам	Каролина Гочева	Свети Кирил и Методиј	Никола Димитров	Гаргамел
	Влатко Стефановски	Мајка Тереза	Зоран Заев	Талат од Преспав
	Симон Трпчески		Христијан Мицкоски	Мојот татко, јас, мојот директор

ТАБЕЛА 3: ОДГОВОРИ НА МЛАДИТЕ ЗА МАКЕДОНСКИ ЛИК КОЈ БИ БИЛ/А НАЈДОБАР ЕУ АМБАСАДОР

АКО ЕУ БЕШЕ ГРУПЕН ЧЕТ НА ВИБЕР, КАКО БИ СЕ ВИКАЛ?

Одговорите на младите покажуваат дека три имиња доминираат апсолутно, и дека овие три имиња создаваат силен симболички приказ за тоа како младите ја доживуваат ЕУ интеграцијата:

- 1) „Група за напредок / Grupi për përparim“ (~38%)
- 2) „Патот кон Европа / Rruga drejt Evropës“ (~36%)
- 3) „ЕУ фамилија + Балкан / BE Familja + Ballkani“ (~24%)

Овие три имиња опфаќаат над 98% од сите одговори.

Хумористични / цинични / критички имиња (~6–7% од вкупно)

- „Road to nowhere“
- „The fairy-tale that never ends“
- „Nikad pa ni tad“
- „28 и кусур проблеми“
- „Марионетки“
- „Септичка јама“
- „Патот надолу“
- „Изгубени во свемирот 20 години“
- „Трач муабети“
- „Seen by 27“

Оптимистички имиња (не премногу, но доследни)

- „Euforija“
- „Европска унија“
- „Секој збор брои“
- „Силата на светот“
- „Europara“

Апатија / незаинтересираност (~3%) - „Не знам“, „Немам идеја“.

КРЕАТИВНА ЕУ ИМАГИНАЦИЈА

АКО ЕУ ИНТЕГРАЦИЈАТА БЕШЕ ПЕСНА, КОЈ ЖАНР БИ БИЛА?

Од анализа на сите 1002 одговори произлегува дека младите гледаат на ЕУ интеграцијата како емотивно, комплексно, понекогаш хаотично и често недовршено „музичко дело“. Жанровите што ги избираат не се само музика, тие се општествени, политички и психолошки ставови изразени преку уметнички симболизам. Се издвојуваат 6 големи категории.

1. СИМФОНИЈА / КЛАСИКА / ОПЕРА (35-38% од сите одговори)

Најголемиот дел млади ја доживуваат ЕУ интеграцијата како: симфонија, класична композиција, опера, валцер, сериозна музика, оркестар, комплицирана соната. Заклучокот е дека евро-интегративниот процес до доживуваат и опишуваат како долг, сложен, бирократски процес во кој многу делови кои треба да се усогласат. Сепак на истиот процес му даваат чувство на елегантност, но и тежина, формалност и протокол.

Цитат „Опера – гласно, драматично и трае предолго.“

2. ПОП / ПОП-РОК (приближно 20-22%)

Најмногу одговори после класиката се поп, поп-рок, поп со оркестар, поп балада поп-фолк модерно и мотивирачки поп. Од одговорите може да се заклучи симболиката на доживувањето на младите во процесот како „жанр за сите“, позитивна енергија, надеж и оптимизам, младински дух, динамичност со јасен ритам. Ова покажува дека дел од младите гледаат на интеграцијата како на нешто што треба да биде модерно, динамично, пристапно и позитивно.

Цитат „Поп – затоа што носи порака за надеж.“

3. РОК / РОК-СИМФОНИК / ХАРД РОК (приближно 15-17%)

Многу млади одговориле со рок, рок балада, хард рок, прогресивен рок, рокенрол, рок што „не се разбира“. Овие одговори носат кон симболиката на доживување на бунтовност, енергија, непредвидливи политички пресврти, динамичен процес со многу „подеми и падови“ и потреба за промени.

Цитат „Прогресивен рок – сложено, долготрајно и прежешко.“

4. НАРОДНА / ФОЛК / ТУРБОФОЛК / ЕТНО (приближно 12-15%)

Еден од најсилните трендови кои се појавуваат во одговорите народна, фолклор, турбофолк, етно, традиционално, „Тешкото“, балканска балада, поп-фолк. Симболиката на овие одговори е дека младите ЕУ интегративниот процес со регионална чувствителност, политички хаос, стагнација и тежина „почни - застани - почни одново“.

Цитат „Тешкото – затоа што чекорот е тежок и сите те гледаат.“

5. РАП/ХИП-ХОП/PHONK (приближно 7-9%)

Мал процент од младите ги бираат рап, хип-хоп, phonk, хип-хоп метал чија симболика значи директна критика, општествена неправда, младинска фрустрација и автентичен израз на незадоволство.

Цитат: „Рап – затоа што во него се зборува за блокади, неправда и реалност.“

6. МЕТАЛ/ХАРДКОР/NOISE (приближно 5-6%)

Овде се јавуваат: метал, хеви метал, блек-метал doom metal, noise кои носат симболика на црн хумор, цинизам, емоционален замор, перцепција на интеграцијата како „агресивна“ поради долгите блокади.

Незаборавен одговор „Депресивен самоубиствен блек-метал.“

АКО ЕУ ИНТЕГРАЦИЈАТА БЕШЕ ЛИЧНОСТ, ТАА БИ БИЛА?

По анализата на сите 1002 одговори, се појавуваат четири стабилни и многу јасни модели на перцепција. Овие архетипи ја претставуваат симболичната врска која младите ја имаат со ЕУ и нивното чувство за процесот на интеграција.

1. „Ментор што те мотивира да се потрудиш“ – најсилна категорија (~40% од сите одговори). Ова е најчестиот опис низ сите делови и најдоминантната перцепција кај младите. Ова не води кон заклучок дека младите ја гледаат ЕУ како водич кој поставува стандарди, авторитет што нè мотивира да растеме, поддржувачка фигура која бара посветеност, работа и напредок.

2. „Трпелив пријател што те чека да пораснеш, но и те потсетува на времето“ – стабилни ~27%

Овој модел е втор најчест и се појавува конзистентно во сите четири делови. Младите ја гледаат ЕУ како трпелив партнер што не се откажува, некој кој разбира дека процесите бараат време, но истовремено и личност која потсетува дека роковите се важни.

3. „Пријател што е малку подалеку, но ти значи многу“ – околу ~23%

Овој модел покажува нагласена емоција на дистанца. Младите ја доживуваат ЕУ како важен, но недоволно близок актер, личност која е значајна, но не секогаш присутна, некој што инспирира, но е физички/политички/симболички далеку.

4. „Постар брат/сестра што поминал низ ист процес“ – најретка, но стабилна категорија (~10%)

Иако најмалку присутен, овој модел постојано се повторува во одговорите на младите. Младите ја гледаат ЕУ и како поискусен член на „семејството“, некој што веќе го поминал патот на реформи, личност од која може да се учи и да се добие поддршка.

АКО ЕУ ИНТЕГРАЦИЈАТА БИ БИЛА ФИЛМ, ЌЕ БЕШЕ?

ЕУ интеграцијата, според младите, не е „филм со брз развој и јасен среќен крај“, туку комплексен, долготраен и често напнат процес. Најсилното колективно чувство помеѓу младите во однос на одговорите за ова прашање е **драма со политичка напнатост (~55-60%)**, исполнета со конфликти, притисоци, неизвесност и блокади, со долготрајно сценарио со многу актери и малку јасни решенија, процес кој е напнат, исцрпувачки и полн со дипломатски пресврти. **Вториот избор е документарна серија (~ 25-30%) филм што се одвива многу бавно**, постојано одложуван, со многу технички епизоди, извештаи и преговори, без јасен завршеток. **15% од младите го замислуваат процесот како комедија со дипломатски заплет** во која има мешавина од апсурдни ситуации и недоследности, хумор како форма на критика за нелогичностите и контрадикторностите на процесот. 10% ја бираат научната фантастика и ЕУ членството изгледа како „друг универзум“, статус кој е далечен, нереален, тешко постижен, дел од процес што не го гледаат како непосредно можен. Оваа комбинација открива реализам, критичка дистанца и очекувања кои се веќе заморени од долгогодишното чекање. Младите гледаат надеж, но ѝ пристапуваат внимателно и со скепса.

Синтеза и ключни наоди

СИНТЕЗА И КЛУЧНИ НАОДИ

Истражувањето покажува дека младите во Северна Македонија претежно имаат **позитивни ставови кон Европската Унија**, гледајќи ја како симбол на **можности, стабилност, иднина и демократски вредности**. Сепак, оваа позитивна перцепција **не е секогаш придружена со длабоко знаење** за ЕУ интегративниот процес, мнозинството од младите не се чувствуваат доволно информирани, а често погрешно ги наведуваат основните факти за ЕУ и нејзините институции.

Информираност и навики за следење

Младите доминантно се информираат преку **социјални мрежи** (43%) и **интернет портали** (23%), додека традиционалните медиуми, како телевизија, сè уште имаат релевантна улога. **Но, 65% од младите ретко или никогаш не го следат процесот на интеграција. Клучни пречки се: недостиг на јасни информации, сложеност на процесот и недоверба во институциите.**

Медиумска писменост и дезинформации

Повеќето млади применуваат **критичка проценка на информации**, но и натаму се изложени на дезинформации, особено преку портали и социјални мрежи. Присутна е потреба од системски пристап кон **медиумско образование и алатки за препознавање на дезинформации**.

Вредности, идентитет и ЕУ како животна култура

Европа не се доживува само како политичка структура, туку како начин на живот, младите ја поврзуваат со ред, одговорност, јавен простор, велосипедизам, волонтеризам и почит кон заедницата. Вредности како слобода на изразување, солидарност и инклузивност се најчесто препознаени во секојдневието.

Вклученост и улога на младите

Иако половина од младите се гледаат себеси како „иднина“ и „двигатели на промени“, исто толку сметаат дека нивниот глас не се слуша, ниту имаат реална улога во процесот. Само 12% се чувствуваат навистина вклучени, што укажува на длабока перцепција на исклученост и недоверба. Учеството во ЕУ-програми е ограничено, само 1 од 3 млади има лично искуство, но речиси половина изразиле желба за вклучување, што укажува на неискористен потенцијал кој бара пристапност, информации и теренска поддршка.

Мотивации и придобивки

Главната мотивација за поддршка на ЕУ е личниот напредок: можности за образование, мобилност, работа, подобар животен стандард. Општествените придобивки (владеење на правото, поефикасни институции) се важни, но

СИНТЕЗА И КЛУЧНИ НАОДИ

Истражувањето покажува дека младите во Северна Македонија претежно имаат **позитивни ставови кон Европската Унија**, гледајќи ја како симбол на **можности, стабилност, иднина и демократски вредности**. Сепак, оваа позитивна перцепција **не е секогаш придружена со длабоко знаење** за ЕУ интегративниот процес, мнозинството од младите не се чувствуваат доволно информирани, а често погрешно ги наведуваат основните факти за ЕУ и нејзините институции.

Информираност и навики за следење

Младите доминантно се информираат преку **социјални мрежи (43%)** и **интернет портали (23%)**, додека традиционалните медиуми, како телевизија, сè уште имаат релевантна улога. **Но, 65% од младите ретко или никогаш не го следат процесот на интеграција. Клучни пречки се: недостиг на јасни информации, сложеност на процесот и недоверба во институциите.**

Медиумска писменост и дезинформации

Повеќето млади применуваат **критичка проценка на информации**, но и натаму се изложени на дезинформации, особено преку портали и социјални мрежи. Присутна е потреба од системски пристап кон **медиумско образование и алатки за препознавање на дезинформации**.

Вредности, идентитет и ЕУ како животна култура

Европа не се доживува само како политичка структура, туку како начин на живот, младите ја поврзуваат со ред, одговорност, јавен простор, велосипедизам, волонтеризам и почит кон заедницата. Вредности како слобода на изразување, солидарност и инклузивност се најчесто препознаени во секојдневието.

Вклученост и улога на младите

Иако половина од младите се гледаат себеси како „иднина“ и „двигатели на промени“, исто толку сметаат дека нивниот глас не се слуша, ниту имаат реална улога во процесот. **Само 12% се чувствуваат навистина вклучени**, што укажува на длабока перцепција на исклученост и недоверба. **Учеството во ЕУ-програми е ограничено, само 1 од 3 млади има лично искуство, но речиси половина изразиле желба за вклучување**, што укажува на неискористен потенцијал кој бара пристапност, информации и теренска поддршка.

Мотивации и придобивки

Главната мотивација за поддршка на ЕУ е **личниот напредок: можности за образование, мобилност, работа, подобар животен стандард**. Општествените придобивки (влееење на правото, поефикасни институции) се важни, но

секундарни. Скепсата постои, но е маргинална и повеќе насочена кон домашниот политички систем отколку кон ЕУ.

Локалниот контекст

Младите го замислуваат европското присуство локално и практично: најчест приоритет за ЕУ грантови е создавање младински простори, финансирање идеи, културни активности и вклучување на младите во одлуки. Визијата за „европска општина“ вклучува пристапност, иновации, јавна транспарентност и културна живост.

Креативни симболики

Младите ја опишуваат ЕУ интеграцијата преку **симфонии, игри, драми и филмски жанрови**, што укажува на емоционално сложена и амбивалентна доживеаност. Најчеста е метафората за процес што е **сложен, долготраен, но со вредна цел**. Силно е чувството дека процесот се одвива споро, под политички притисоци и често е блокиран.

Во нивната имагинација, ЕУ е:

- **ментор што бара посветеност (40%),**
- **трпелив пријател што чека,**
- **или далечен партнер - важен, но не секогаш присутен.**

Во однос на комуникацијата, младите бараат **автентичност, хумор, генерациска близина и дигитална достапност**. Претпочитаат TikTok содржини креирани од Gen Z активисти и новинари, но и сметаат дека темата заслужува сериозен пристап.

Заклучок

Младите гледаат на ЕУ како **можност, не како политички формализам**. Тие се мотивирани, вредносно ориентирани и подготвени за вклучување, но се соочени со **структурни бариери, институционална тишина и недоволно поддржувачки амбиент**. За да се ослободи нивниот потенцијал, потребни се:

- јасни информации,
- формални механизми за учество,
- финансирање на младински иницијативи,
- и отворена, двонасочна комуникација што ги третира младите како субјекти, не публика.

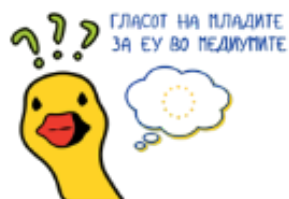
ЛИСТА ГРАФИКОНИ И ТАБЕЛИ

ГРАФИКОНИ

- Графикон 1: Најчести зборови со кои младите ја опишуваат ЕУ – стр. 7
- Графикон 2: Најчести метафорички описи за процесот на ЕУ интеграција – стр. 9
- Графикон 3: Податоци за знаење и информираност на младите – стр. 10
- Графикон 4: Информираност на младите за ЕУ интегративниот процес – стр. 11
- Графикон 4 (вториот): Причини за неинформираност – стр. 12
- Графикон 5: Гласот на младите за иднината на Северна Македонија во ЕУ – стр. 16
- Графикон 6: Доминантни наративи поврзани со ЕУ – стр. 17
- Графикон 7: Мотивација меѓу младите за поддршка на ЕУ интеграцијата – стр. 19
- Графикон 8: % млади кои учествувале во активност финансирана од ЕУ – стр. 20
- Графикон 9: Европски моменти меѓу младите – стр. 22
- Графикон 10: Европско правило во мојот град – стр. 24
- Графикон 11: Стереотипи за младите во Северна Македонија – стр. 27

ТАБЕЛИ

- Табела 1: Примери како младите ја доживуваат својата улога во ЕУ интеграцијата – стр. 15
- Табела 2: Селектирани прашања од младите за ЕУ комесарот за проширување – стр. 28
- Табела 3: Македонски лик кој би бил најдобар ЕУ амбасадор – стр. 29



Финансирано од
Европска Унија

