

Ангелина Јовановиќ

## ПРАВИЛНАТА КОМУНИКАЦИЈА Е „ВИШНАТА ВРЗ ШЛАГОТ“ ВО КЛИМАТСКАТА АКЦИЈА



Како новинар кој долго години работи на комуникација и подигање на јавната свест за теми поврзани за животната средина, пред посебен предизвик се најдов кога пред некои си 6-7 години требаше да се воспостави национална комуникациска основа за темата климатски промени.

Во тоа време на климатските промени, кај нас, сеуште се гледаше како на појава која заслужува наше внимание, ама сепак се случува таму некаде, подалеку и лично нас не не засега. Но, тоа беше само илузија која требаше да се разоткрие, а климатските промени требаше да го добијат вистинското внимание и место во ангажманот на сите општествени чинители и да ја извојуваат битката со актуелните дневни општествени политики и проблеми.

Предизвикот беше голем, бидејќи климатските промени пред се бараа правилно адресирање и идентификување на идните потреби и обврски, но и приоритизација на активности на широк спектар на засегнати страни и на сите нивоа, базирано на научни докази. Тоа беше единствениот пат кон спроведување на вистински #КлиматскиАкции, а за постигнување на оваа цел беа **потребни моќни, јасни, достапни и правилно искомуницирани информации**. Мислата што не водеше по патот на градење на **комуникациската платформа** беше дека комуникацијата не може да биде само цел на крајот на проектот, туку таа **мора да биде континуиран и составен дел на промените на однесувањето, мора да мотивира, да ги намалува препреките и да дава заеднички развиени решенија и визији**.

Уште на самиот почеток, со цел да постигнеме поефикасно спроведување на предвидените активности имавме **стратешки пристап** кон комуникацијата и при тоа **во континуитет** работевме на нејзино развивање. Така, со помош на Македонскиот институт за медиуми и УНДП во рамките на изработката на [Третиот национален план за климатски промени](#) ја изработивме [КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА И АКЦИСКИ ПЛАН](#) (2013г.). Со тоа ја поставивме комуникациската рамка и се потрудивме да ги следиме и да се адаптираме на трендовите во користењето на нови пристапи и алатки во комуникацијата. Спроведовме три електронски истражувања на перцепцијата на јавноста на климатските промени (2014г, 2016г и 2019 г.). Изработивме комуникациска веб платформа [www.klimatskipromeni.mk](http://www.klimatskipromeni.mk), и сваќајќи ја улогата на социјалните медиуми креиравме фејсбук страница <https://www.facebook.com/klimatskipromenimk>, отворивме и инстаграм и јутјуб канал. Во исто време, саќајќи да провериме дали сме на вистинскиот пат направивме [мониторинг на имплементацијата на активностите](#) од Акциониот план за климатски промени и спроведовме низа активност за подигнување на јавна свест во кои опфативме различни целни групи. Организиравме низа различни настани почнувајќи со едукација на медиумите на кои, како главни промотори во општеството неминовно им требаше вовед во областа со цел да можат на правилен начин да ги третираат информациите поврзани со климатски промени. Потоа спроведовме низа консултативни

средби, со граѓанските здруженија, локалните самоуправи, компаниите, а организиравме и доста настани во кој иновативниот пристап дојде до израз. Да ги споменам двата климатски предизвика „Од тебе зависи“ во кои иако носители беа комуникаторите од УНДП јас и моите колеги од Канцеларијата за комуникација при МЖСПП активно учествуваме. Немојам а да не ја споменам работилницата организирана на скопскиот аеродром на која присуствуваа бројни авторитети од општествениот живот во државата и кои до аеродромот патуваа организирано со отворениот туристички автобус на ЈСП. Тоа навистина беше атракција за тоа време и од комуникациски аспект навистина ја постигна својата цел, силно го сврте вниманието на јавноста кон темата климатски промени.

Имав можност да бидам дел од сите овие случувања и навистина сум горда што добив можност преку осмислување на начинот на комуницирање навистина да делувам не само врз правилното разбирање и третирање на климатските промени, туку и да влијаам и проактивно на мотивацијата за климатска акција.

Интересно беше да се следи промената на перцепцијата на јавноста, интересно беше да се следи и споредбената анализа на податоците од трите истражувања и да се види напредокот во подготвеноста на јавноста да преземе нешто ([Истражување на јавното мислење 2019](#)), промената



во препознавање на носителите на климатските акции, но и одговорностите.

Работејќи во областа на комуникации сватив дека најчесто вистинското значење и важноста на оваа работа не е целосно сватена и кога треба да се наметне комуникацијата при реализација на проектите навистина бара многу објаснувања, убедувања и истрајност, сепак вреди за трудот бидејќи како што сакам да кажам – правилно искомуницирана активност е „вишната врз шлагот“.

И што е уште поважно, со споделување на информациите за климатските активности на едно место, на нашата комуникциската платформа [www.klimatskipromeni.mk](http://www.klimatskipromeni.mk), овозможуваме да се види широката слика за климатска акција во државата, да се избегне повторување на исти проекти и реализација на исти идеи со што неповратно се губат времето и финансиските ресурси.