



Министерство за животна средина  
и просторно планирање



Empowered lives.  
Resilient nations.

## НИВО НА ПЕРЦЕПЦИЈА И ИНФОРМИРАНОСТ ЗА КЛИМАТСКИТЕ ПРОМЕНИ:

## ЕЛЕКТРОНСКО ИСТРАЖУВАЊЕ НА МИСЛЕЊЕТО НА ГРАЃАНИТЕ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Д-р Драгана Бојовиќ

Арс Локус ДООЕЛ

Декември, 2014 година

## **Благодарност**

Ова истражување беше поддржано од проектната канцеларија за климатски промени, UNDP и од Канцеларијата за комуникација со јавност при Министерството за животна средина и просторно планирање. Авторите и се особено благодарни на Ангелина Јовановиќ од Канцеларијата за комуникација со јавност за поддршката и плодната соработка. Воедно, би сакале да им се заглагодариме на сите учесници во анкетата за нивниот значителен допринос.

## СОДРЖИНА

1. ВОВЕД .....	6
2. МЕТОДОЛОГИЈА.....	7
3. АНАЛИЗА НА РЕЗУЛТАТИТЕ .....	10
3.1. Општи резултати .....	10
3.2. Компаративна анализа.....	20
3.2.1. Географски особености.....	20
3.2.2. Старосни особености .....	24
3.3. Јавна администрација.....	27
3.3.1. Носители на одлуки на национално и локално ниво .....	27
3.3.2. Носители на одлуки на национално ниво.....	30
4. ГЛАВНИ ЗАКЛУЧОЦИ И ПРЕПОРАКИ.....	34
Листа на кратенки.....	38
Листа на слики .....	39
Користена литература.....	42

## РЕЗИМЕ

Програмата за развој на Обединетите нации и Министерството за животна средина и просторно планирање на Република Македонија, во рамките на проектот за подготовка на *Првиот двогодишен ревидиран извештај за климатските промени*, во ноември 2014 година спроведе електронско истражување за да ја согледа перцепцијата и нивото на информираност на јавноста за климатските промени. Истражувањето има цел да ги идентификува главните мотиватори кои ги предизвикуваат луѓето да размислуваат за животната средина и климата. Истражувањето понатаму ги открива главните извори на информации за климатските промени, видливоста и застапеноста на оваа тема во медиумите, како и видливоста на различните кампањи и проекти.

Прашалникот беше поставен на интернет страница, потоа беше дистрибуиран до стручни лица преку електронска пошта, а за да се вклучи и пошироката јавност беше промовиран и преку социјалните мрежи Фејсбук и Твитер. За две недели беа собрани 473 одговорени прашалници. 66% од вкупниот број испитаници се од Скопје, а останатите се од 48 општини од сите општини на територијата на Р.Македонија кои беа застапени во примерокот. Учесниците припаѓаа на различни возрастни групи и имаа еднаква полова распределба. Речиси 80% од испитаниците во примерокот имаат факултетско образование и 68% се вработени, главно во државни институции и во приватниот сектор, по 34% во секој од овие сектори.

Според одговорите, климатските промени се сметаат за најсериозна опасност со која се соочува општеството, а сиромаштијата е втора најголема закана. Свесноста за заканата од климатските промени доаѓа од забележаните промени во годишните времиња, промените во температурата, врнежите и честотата на поплавите. Зачестената појава на екстремни временски настани, исто така, е причина поради која медиумите сè почесто информираат за климатските промени. Учесниците ја препознаваат позитивната улога на ЕУ, меѓународните и невладините организации во однос на препознавањето на климатските промени. Тие сметаат дека не е направено доволно од страна на компаниите и индустријата, како и од граѓаните, но и јавната администрација не покажала доволен интерес, особено таа на локално и на регионално ниво.

Во однос на бихевиористичките аспекти, прашалникот открива дека граѓаните се свесни за промените во климата и во животната средина и поради тоа се решаваат за штедење енергија и вода и употреба на алтернативни видови транспорт. Тие, за ова не се свесни во толкава мера кога носат долгорочни одлуки, како на пример за поставување опрема која користи обновливи извори на енергија и купување штедлив автомобил. Тие се мотивирани од желбата да живеат во здрава и чиста животна средина. Сепак, пречка е ставот дека справувањето со климатските промени не е должност на поединецот, туку на Владата, индустријата и компаниите, а покрај тоа немаат информации и не знаат со кои активности можат да помогнат за справување со климатските промени. Сепак, 85% од учесниците се подготвени да платат повисока цена за енергијата произведена од нискојаглеродни или од обновливи извори, доколку цената е разумна и се гарантира потеклото.

Учесниците генерално се заинтересирани и ги следат активностите за справување со климатските промени во земјата и во некоја мера и во светот, и се чувствуваат информирани за причините и последиците од климатските промени. Некои

испитаници, исто така, се информирани и за начините на кои може да се делува против климатските промени, но сепак немаат доволно знаење за адаптацијата. Интернетот е важен извор на информации и тоа за 70% од испитаниците, за 42% тоа се социјалните медиуми, а специјализираните интернет портали се изворот на информации за 42% од луѓето. Сепак, конвенционалните медиуми, особено телевизијата, сè уште се популарни кај македонските граѓани и 61% од испитаниците информациите ги добиле преку телевизијата.

Испитаниците се запознаени со кампањите за климатски промени организирани од меѓународните и невладините организации кои работат во областа на животната средина, и повеќе од половината испитаници се запознаени со кампањите кои ги организира Министерството за животна средина и просторно планирање (МЖСПП). Исто така, 70% од испитаниците го препознале МЖСПП како водечка институција за спроведување проекти поврзани со климатските промени.

Учесниците биле проактивни и дале коментари за конкретните и за општите прашања, а 40% од учесниците ја оставиле и својата адреса за понатамошна комуникација. Коментарите содржат поконкретни информации и покажуваат дека македонските граѓани сакаат да соработуваат на оваа тема и се подготвени поактивно да се вклучат во справувањето со климатските промени. Носителите на одлуки треба да го искористат овој позитивен момент и да продолжат со активности во кои ќе учествуваат граѓаните, како што се споделување на информации и носење на одлуки за климатските промени.

## 1. ВОВЕД

Стратегијата за комуникација и Акцискиот план за климатските промени на Република Македонија се изработени како дел од проектот за подготовка на Третиот национален план за климатски промени. Целта на Стратегијата е подобро да се допре до целните групи на национално и локално ниво и да се подобри нивната информираност за прашања кои се поврзани со климатските промени. Стратегијата за комуникација ги зеде предвид резултатите од глобалното истражување за климатските промени на ЕУРОБАРОМЕТАР, спроведено во 2008 година. И граѓаните на Република Македонија беа вклучени во ова глобално истражување. Целта на истражувањето беше да се слушне гласот на луѓето, нивните приоритети и ставови и за тоа да се информираат глобалните лидери, а истовремено да се дефинира и нова агенда за развој во ова поле.

Според резултатите од ЕУРОБАРОМЕТАР, Македонците сметаат дека климатските промени се третиот најсериозен проблем со кој се соочува светот во 2008 година. Програмата за развој на Обединетите нации и Министерството за животна средина и просторно планирање на Република Македонија, во рамките на Проектот за подготовка на *Првиот двогодишен ревидиран извештај за климатските промени*, во ноември 2014 година спроведе електронско истражување со цел да се ажурираат овие информации. Истражувањето имаше цел да ја согледа перцепцијата и ставовите на јавноста за климатските промени. Наодите од ова истражување ќе ни помогнат подобро да ги осмислиме и спроведеме идните активности поврзани со климатските промени, а крајна цел е да се промовираат политиките за климатски промени и да се подобри справувањето со климатските промени во државата.

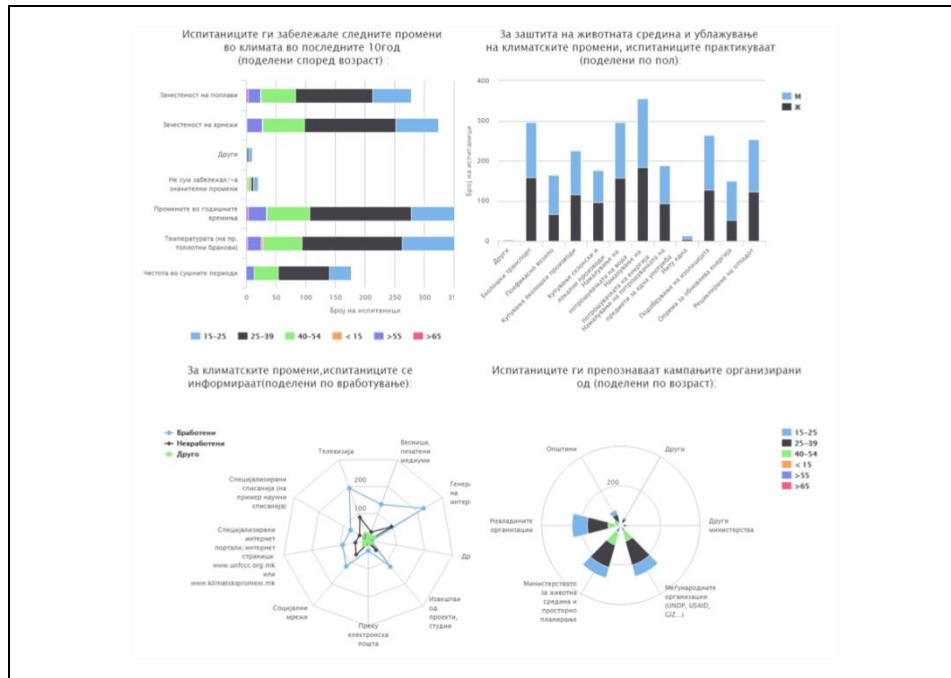
Стратегијата за комуникација препорачува да се одбере вистинската комбинација на комуникациски алатки во согласност со избраните целни групи. При носење одлуки за прашањата поврзани со климатските промени потребно е да се постигне значајно учество на јавноста, што секако ќе влијае врз крајниот резултат, и тоа преку активно вклучување на јавноста во постапките за носење одлуки (Raavola, 2004), (Few et al., 2007). Понатаму, со појавата на информатичко комуникациската технологија (ИКТ) се јавуваат нови општествени трендови поради што, комуникацијата и вклученоста на јавноста треба да се усогласи со овој сегашен тренд во општеството. Во согласност со тоа, ова истражување се заснова на анкетата спроведена преку интернет, како дел од поширокиот пристап за е-Учество, кој претставува група на технолошки овозможени процеси кои овозможуваат двонасочна комуникација помеѓу власта и граѓаните (Sabo et al., 2008).

Резултатите од оваа анкета ќе ни понудат најнови информации за перцепцијата и нивото на информираност на јавноста за климатските промени, ќе утврди кои теми се добро познати како и темите за кои граѓаните немаат доволно познавања. Понатаму, истражувањето ќе ги идентификува главните мотиватори и предизвици за менување на однесувањето и размислување за климата. Резултатите, исто така, треба да покажат кој е најпопуларниот медиум за добивање информации за климатските промени, со цел кампањите и институциите кои работат во оваа област да бидат највидливи, а ќе покаже и кои институции за Македонците се најпроактивни при спроведување проекти за климатските промени.

## 2. МЕТОДОЛОГИЈА

Прашалникот се доставуваше на македонски јазик, а писмата со покани упатени до стручни лица, државни службеници и меѓународни организации и на албански и на англиски јазици. Тој се состоеше од 21 прашање (најголем број затворени прашања) и беше поделен на четири целини. Првиот дел содржеше прашања за социо-демографските карактеристики на испитаниците, и податоци за возраста, полот, општината од која потекнуваат, образованието и вработувањето. Во овој дел беа поставени две дополнителни прашања кои беа наменети за вработените во државни институции. Вториот дел содржи ранг листа на потенцијалните закани за општеството, рангирани според нивната сериозност. Понатаму во прашалникот следеа прашања за согледаните промени во животната средина во минатите 10 години, како и дали испитаниците се запознаени со активностите кои се спроведуваат, а се поврзани со климатските промени. Во третиот дел од прашалникот, акцентот беше ставен на бихевиористичките аспекти, односно дали учесниците размислуваат за животната средина и климатските промени додека носат секојдневни одлуки, причините кои стојат зад тие размислувања, како и кои нешта попречуваат да се носат одлуки земајќи ги предвид последиците врз животната средина и климата. Во четвртиот дел од прашалникот беа анализирани изворите на информации. На тој начин добивме одговори за информираноста на учесниците за климатските промени, за изворите од кои потекнуваат информациите, кои се нивните согледувања поврзани со присуството на оваа тема во медиумите. Во овој дел, исто така, се анализираше дали испитаниците се запознаени со кампањите за подигање на свеста и кои институции тие ги поврзуваат со проектите за климатските промени. Освен прашањата во првиот дел од прашалникот, најголемиот дел од останатите прашања беа со повеќекратен одговор и беше оставен простор за пишување дополнителни коментари. Последните две прашања содржеа можност испитаниците да допишат свои коментари и да остават податоци за контакт преку кои би се остварила дополнителна комуникација.

Прашалникот беше објавен на интерактивна интернет платформа. Платформата обезбеди автоматска анализа на некои од одговорите дадени од испитаниците. На овој начин, по пополнувањето на прашалникот испитаниците можеа да ги прочитаат резултатите од активностите кои се спровеле до тој момент. Слика 1 содржи приказ од автоматската анализа на податоците која беше претставена на последната страница на прашалникот .



### Автоматско анализирање на резултатите

Од горе лево кон десно: Забележани промени во климата во последните 10 години, по возрастни групи; Активности во кои учествувале испитаниците, а кои не влијаат негативно врз климата, по пол; Извори на информации за климатските промени, по вработени и невработени испитаници; Видливост на кампањите за климатските промени по старосни групи.

Прашалникот беше дистрибуиран на електронските адреси содржани на различни листи, и тоа до вкупно 667 испитаници - претставници на владините, академските институции и на невладиниот сектор. Истиот беше достапен преку интернет страницата на МЖСПП, а беше дистрибуиран и до сите национални медиуми. Информацијата за истражувањето беше објавена од неколку македонски информативни интернет портали меѓу кои: МИА (Македонска информативна агенција), Porta3, Ekonomski.mk, Kicevo.mk, Netpress, Kanal5, a1on, Tocka. Исто така, информирање преку директно јавување на проектниот координатор имаше во Македонско Радио, Прв програмски сервис.

Јавноста беше поканета за учество преку рекламирање на Фејсбук (Сл. 1). Целна публика беа корисниците на Фејсбук мрежата на територијата на Република Македонија. Според аналитиката на Фејсбук, рекламата ја виделе вкупно 149 376 лица, од кои 148 434 се од Македонија, а околу 2100 корисници клигнале на информацијата. Истражувањето кое се рекламираше на Фејсбук беше активно во тек на 10 дена. Прашалникот исто така беше рекламиран преку Твитер, но бројката е занемарлива во однос на дистрибуцијата преку Фејсбук мрежата.





Сл. 1 Реклама на Фејсбук

 **Министерство за животна средина и просторно планирање**

Напишано од  Vojdan Kardalev [?] · 18 ноември во 17:44 · 

Поројни дождови, поплави, суши, КЛИМАТСКИТЕ ПРОМЕНИ се случуваат! Вклучи се! Почни од тука



**KlimatskiPromeni.mk**

Електронски прашалник за Климатски Промени [www.klimatskipromeni.mk](http://www.klimatskipromeni.mk)  
 Поројни дождови, поплави, суши, – КЛИМАТСКИТЕ ПРОМЕНИ се случуваат!  
 Ако сакаш да направиш нешто, почни од тука!

KLIMATSKIPROMENI.MK

Прикажано на 149.376 лица Рекламирај објава

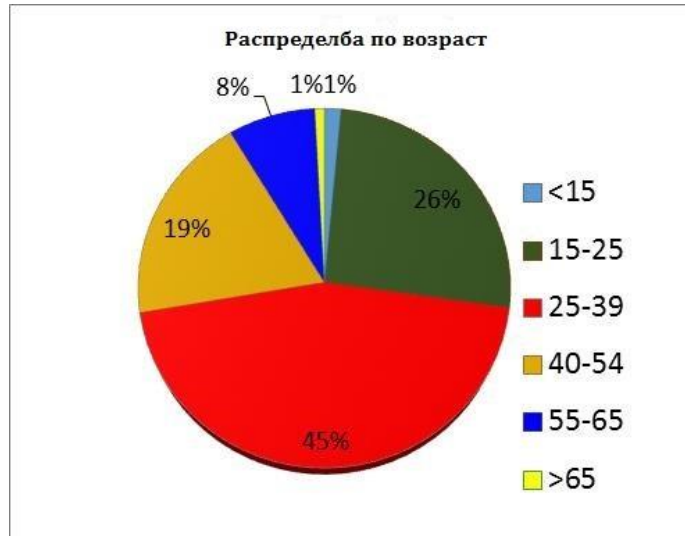
Не ми се допаѓа · Коментирај · Сподели 

### 3. АНАЛИЗА НА РЕЗУЛТАТИТЕ

#### 3.1. Општи резултати

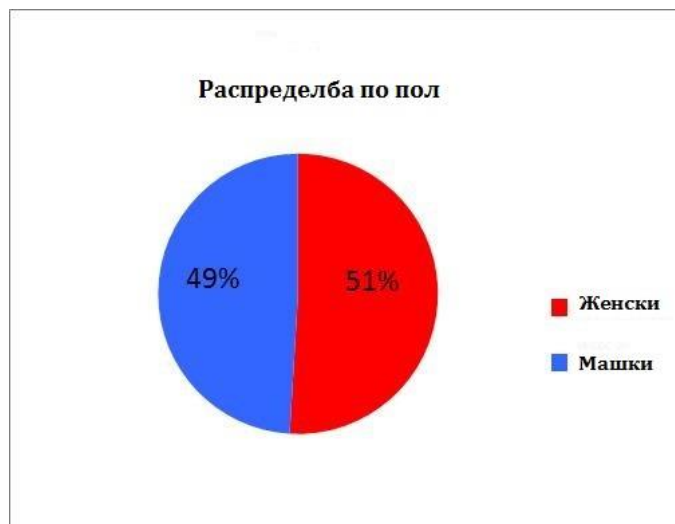
Анализата беше направена врз основа на 473 пополнети прашалници кои беа добиени во период од десет дена, додека прашалникот беше достапен на Интернет.

На Слика 2 е прикажана возраста на испитаниците. Иако сите старосни групи се присутни во примерокот, можеме да видиме дека речиси половина од испитаниците (45%) се во групата помеѓу 25 и 39 години.



Сл. 2 Распределба по возраст

На Слика 3 може да се види рамномерната распределба на примерокот по пол, бидејќи има 241 женски и 232 машки испитаници.



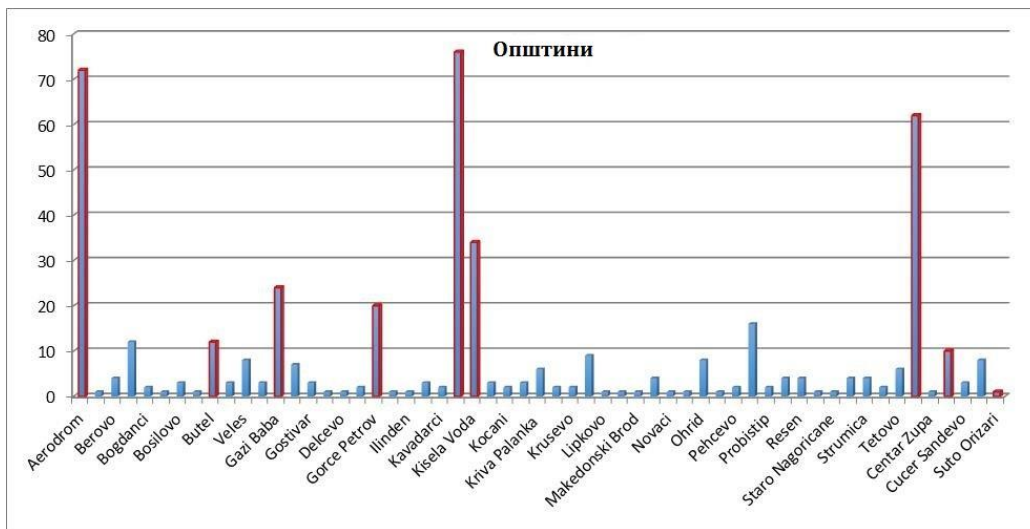
Сл. 3 Распределба по пол

Слика 4 покажува дека најголемиот дел од испитаниците во примерокот имаат факултетско образование.



Сл. 4 Образование

Во примерокот се застапени 57 општини (Сл. 5). Освен Чаир, општина од која имавме 10 и Шуто Оризари од каде имавме 1 испитаник, најголем дел од останатите испитаници се од другите општини во Скопје, и тоа: Карпош - 76, Аеродром - 72, Центар - 62, Кисела Вода - 34, Гази Баба - 24, Ѓорче Петров - 20, Бутел -12. Двете најнаселени општини во останатиот дел од земјата се Прилеп и Битола, од каде, исто така, имавме 16 и 12 испитаници, по истиот редослед.



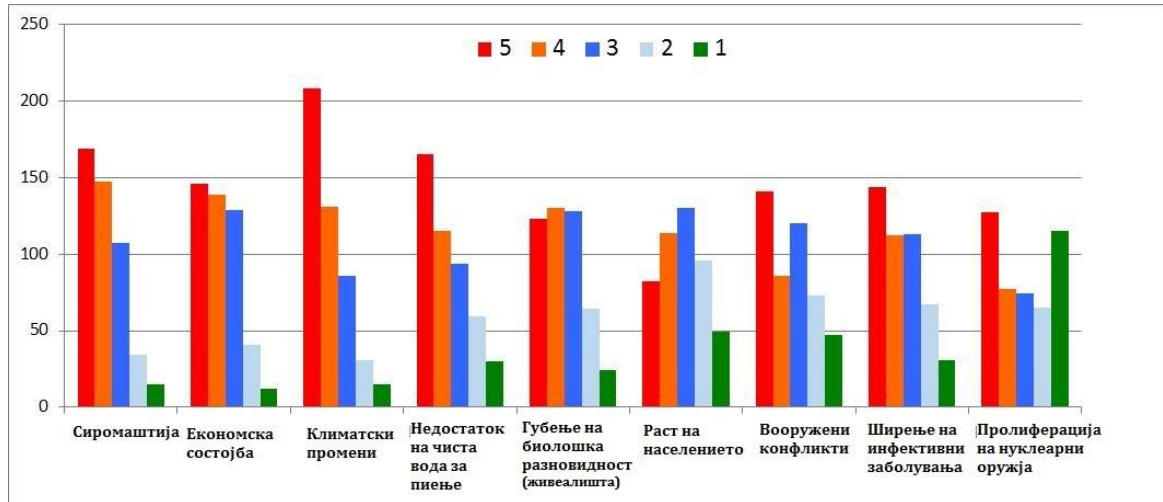
Сл. 5 Општини од кои потекнуваат испитаниците

Најголем дел од испитаниците во примерокот (68%) се вработени (Сл. 6)



Сл. 6 Процент на вработеност (лево) и сектор (десно)

На Слика 7 може да се види како испитаниците ги рангирале закани за нашето општество, при што со 5 се означува најсериозната закана, а со 1 најмалку сериозната закана. Можеме да видиме дека најголем број гласови биле дадени за климатските промени како најсериозна закана, по што следи сиромаштијата и недостигот на чиста вода. Учесниците биле најмалку загрижени за пролиферацијата на нуклеарни оружја.



Сл. 7 Рангирање на можните закани за општеството

На следната слика се анализираат истите резултати, но со фокус на екстремното рангирање, односно најсериозни закани се тие рангирани со 4 и 5, а најмалку сериозни се оние кои се рангирани со 1 и 2.



Сл. 8 Најсериозни и најмалку сериозни закани за општеството

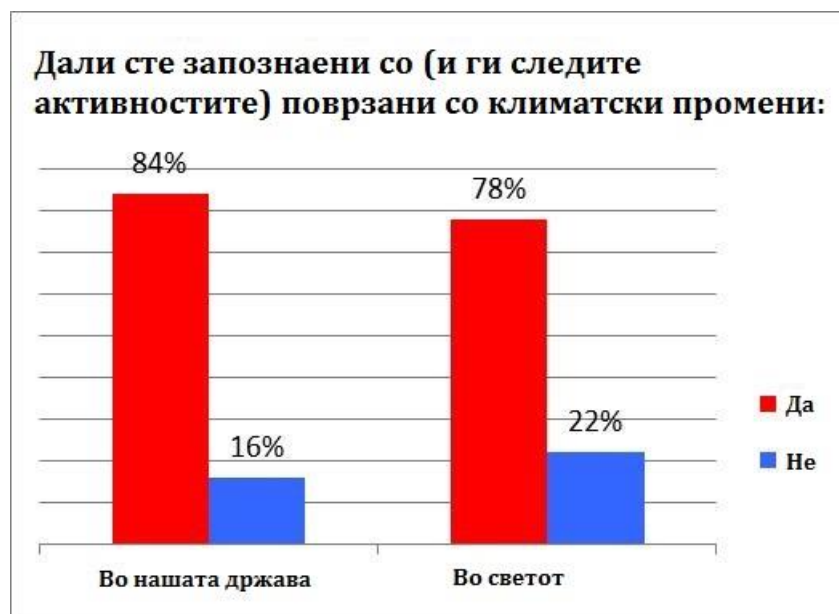
Покрај деветте можни закани наведени во прашалникот, учесниците, исто така, ги предложија и следните проблеми како најсериозни опасности за општеството: загадувањето на воздухот, обезшумувањето, генетски модифицираните организми, социјалната нееднаквост, невработеноста, корупцијата и религиозните конфликти.

Запрашани дали забележале конкретни промени во животна средина или во климата во последните 10 години, испитаниците ги забележале следните промени (Сл. 9):



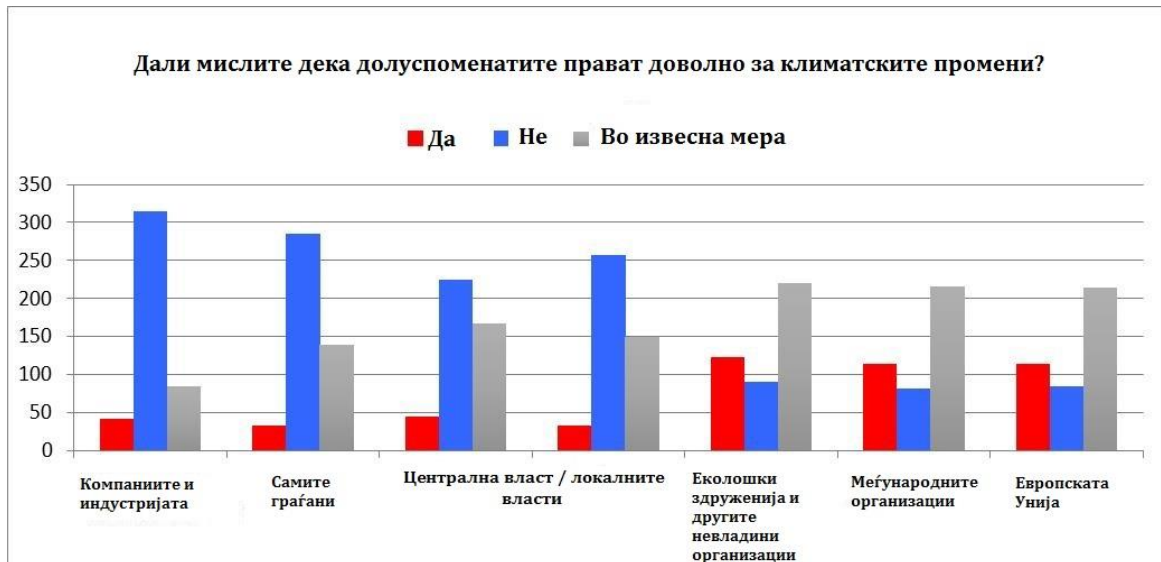
Сл. 9 Аспекти од животната средина (климата) кај кои испитаниците забележале промени во последните 10 години

Слика 10 покажува дека најголем дел од испитаниците ги следат активностите поврзани со климатските промени во земјата, како и во светот. Сепак, повеќе од 100 испитаници (104) не ги следат активностите кои се спроведуваат во светски рамки.



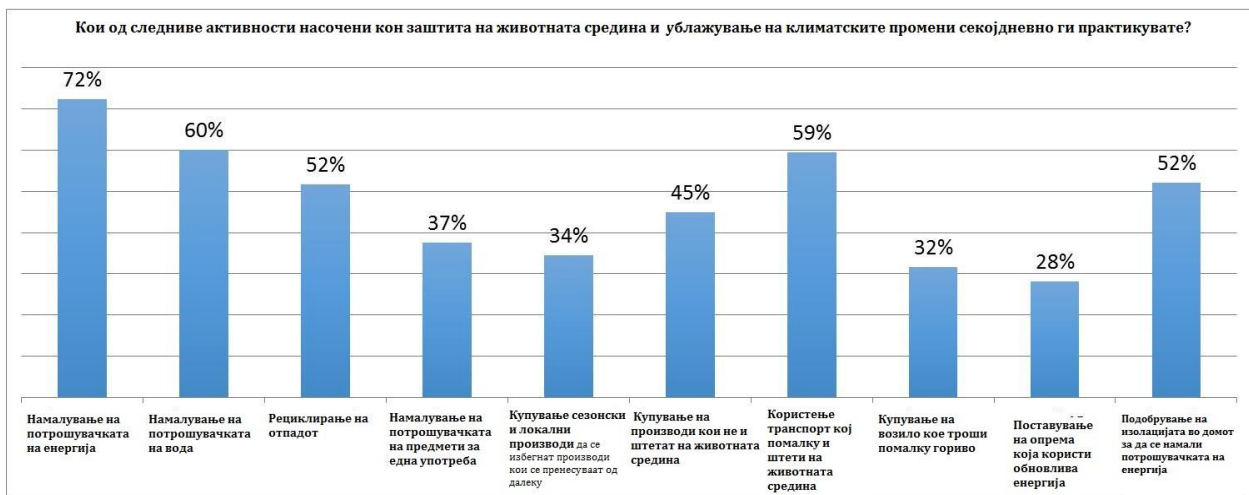
Сл. 10 Интерес на испитаниците да следат активности поврзани со климатските промени во земјата и во светот

На Слика 11 прикажани се одговорите на испитаниците на прашањето дали различните чинители прават доволно за справување со климатските промени.



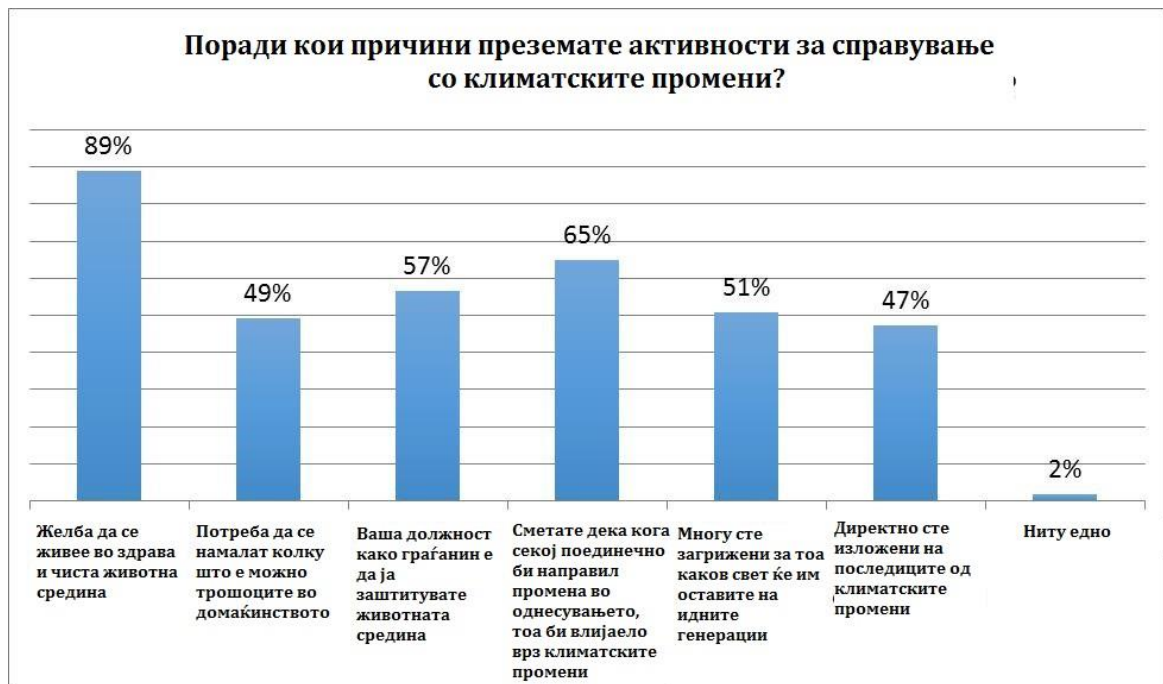
Сл. 11 Мислењето на учесниците за ангажираноста на различните актери во однос на климатските промени

Слика 12 покажува дали испитаниците размислуваат за животната средина и климата додека одлучуваат за своите секојдневни набавки. Најмногу од нив одговориле дека размислуваат за намалување на потрошувачката на енергија, по што следи намалување на потрошувачката на вода и употребата на алтернативни начини за транспорт. Најмалку популарна мерка е поставувањето опрема која користи обновлива енергија и набавка на штедливи возила. За разлика од останатите понудени практики кои може секојдневно да се спроведуваат, со последните две одлуки испитаниците сè уште се немаат сретнато и поради тоа им било тешко и беспредметно да одговараат.



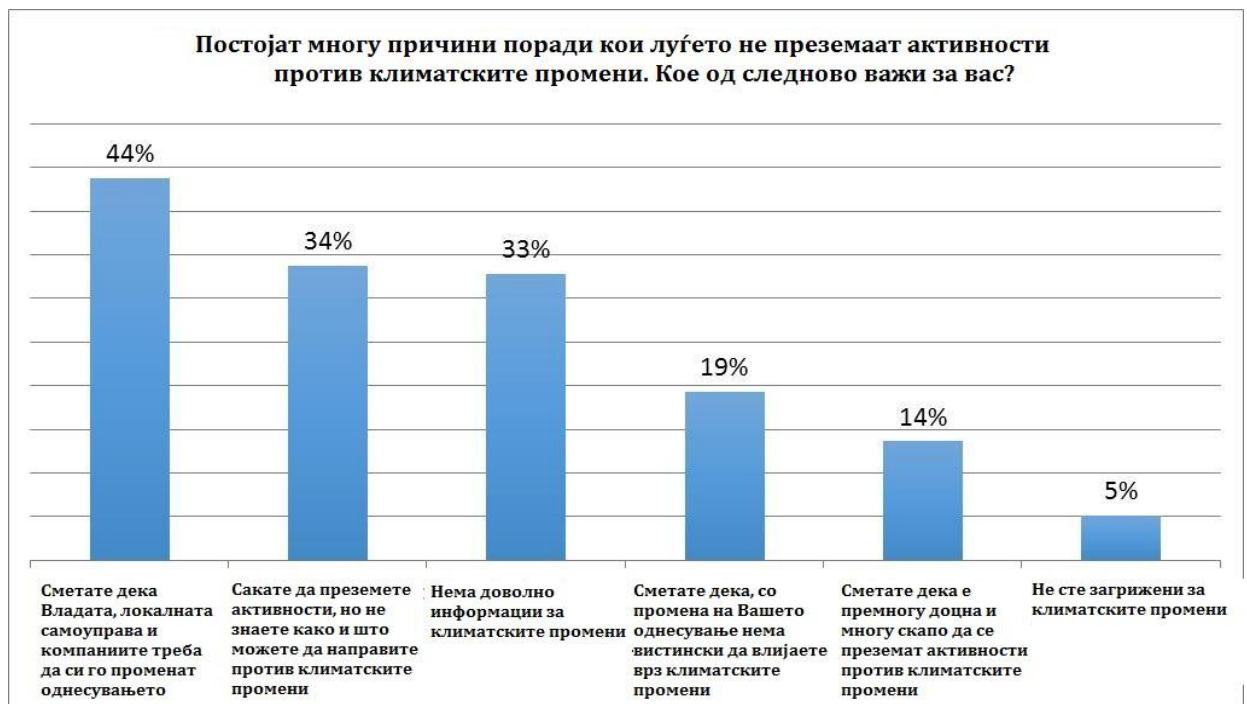
Сл. 12 Активности што ги практикуваат испитаниците а кои не ѝ штетат на животната средина и на климата

На Слика 13 се прикажани причините поради кои се носат овие одлуки за заштита животната средина.



Сл. 13 Причини кои поттикнуваат активности кои не и штетат на животната средина и климата

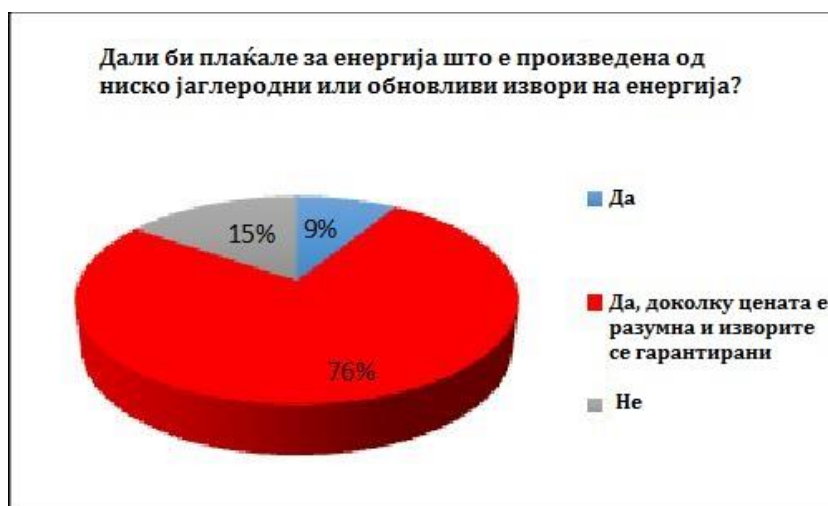
На слика 14 се прикажани можните пречки за однесување кое не и штети на животната средина и климата. Најголем дел од испитаниците сметаат дека тоа не е нивна должност, туку на Владата, компаниите и индустријата. Интересно е што многу од испитаниците наведоа дека не прават ништо за заштита на климата и животната средина поради тоа што немаат информации и не се сигурни што може да се направи против климатските промени. Дваесет и четири (24) испитаници, односно 5% од примерокот, не се загрижени поради климатските промени.



Сл. 14 Пречки за однесување кое не и штети на животната средина и климата

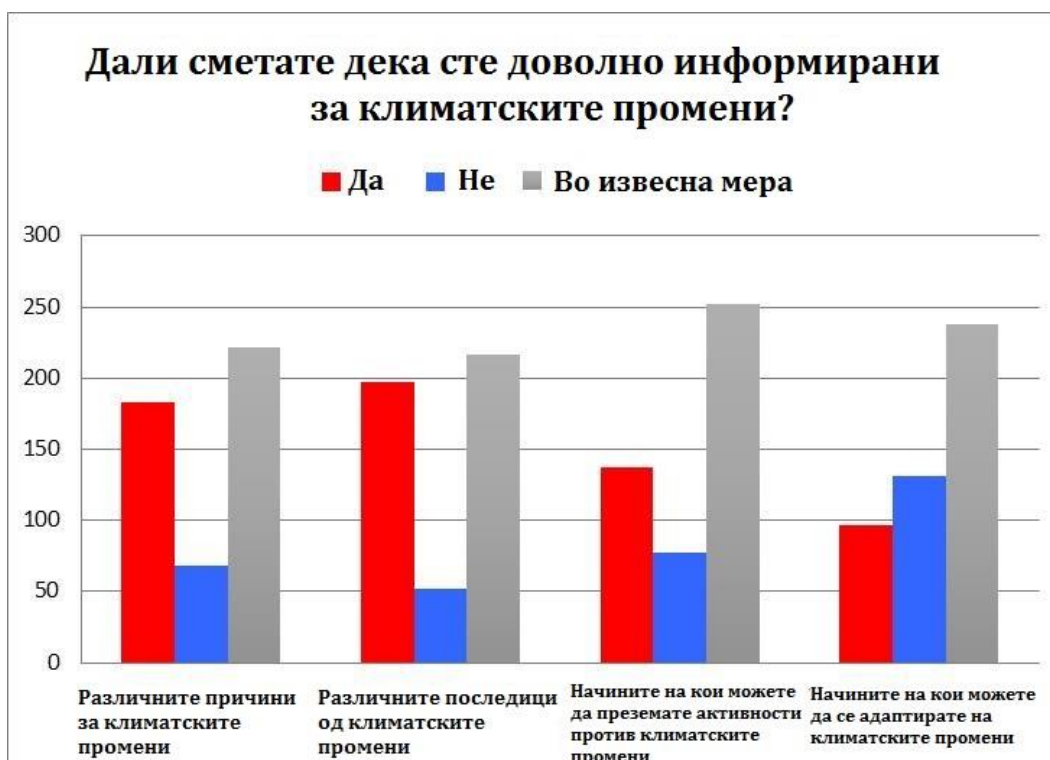
Покрај горенаведените причини, испитаниците, исто така, ги наведоа и следните причини: има поитни проблеми (како на пример економската криза и сиромаштијата); справувањето со климатските промени бара длабока свесност за промените; како и непостоење на инфраструктура поддршка. Еден од испитаниците, исто така, рекол дека тој/таа не верува во постоење на климатските промени.

На Слика 15 е прикажано мислењето на испитаниците во врска со поскапата енергија која се произведува од нискојаглеродни обновливи извори на енергија.



Сл. 15 Подготвеност да платат за алтернативни извори на енергија

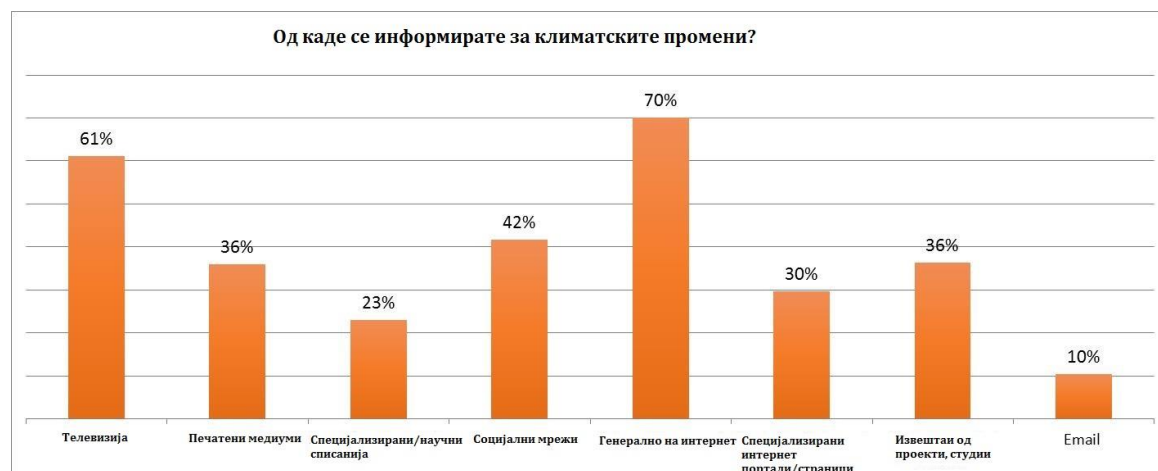
Слика 16 прикажува дали испитаниците се информирани за различни прашања поврзани со климатските промени.



Сл. 16 Информаност за различни прашања поврзани со климатските промени



Слика 17 покажува од кои медиуми и од кои други извори испитаниците ги добиле информациите за климатските промени.



Сл. 17 Извори на информации за климатските промени

Најголем дел од испитаниците се информирале за климатските промени од интернет и од телевизијата. Покрај ова, учесниците исто така наоѓаат релевантни информации на социјалните медиуми, генерално во печатените медиуми и во извештаите и студиите кои се изработуваат од проектите. Сто четириесет (140) испитаници консултирале специјализирани интернет портали како што се [www.unfccc.org.mk](http://www.unfccc.org.mk) и [www.klimatskipromeni.mk](http://www.klimatskipromeni.mk). Најнепогоден начин за пренесување на информации за климатските промени е електронската пошта, и според испитаниците само 49 од нив го следат тој извор.

Покрај наведените извори, испитаниците исто така добиваат информации преку национални и меѓународни кампањи за климатски промени, обуки и семинари, преку невладини организации (како на пример 350.org, Гринпис и Биди Зелен), и од локалните стратегии за климатските промени.

Четири стотини (400) испитаници забележале во последно време сè почесто претставување на темите поврзани со климатските промени во медиумите (Сл. 18). Најголем дел од нив (240) сметаат дека тоа е предизвикано од почестите екстремни временски настани, како што се екстремните врнежи, поплави и бури. Покрај ова, неколку испитаници сметаат дека ова е предизвикано од генералната популарност на климатските промени.



Сл. 18 Перцепција на зголеменото присуство на климатските промени во медиумите

Најголем дел од испитаниците знаат за кампањите за информирање на јавноста кои имаат за цел да го подобрат знаењето и свесноста за климатските промени, или да влијаат врз перцепцијата, а кои се организирани од меѓународните организации како УНДП, УСАИД, ГИЗ и различни невладини организации (Сл. 19). Двестотини шеесет и два (262) испитаника, исто така знаат за кампањите кои ги организира Министерството за животна средина и просторно планирање.



Сл. 19 Информираност за кампањите за климатските промени

Како најуспешни кампањи, испитаниците ги избрале: Денот на дрвото, кампањите за рециклирање и кампањите за рано предупредување за екстремните температури. Еден од испитаниците коментира дека не е доволно да се организираат кампањи за подигање на свеста, туку дека кампањите исто така треба да поттикнуваат и активности за намалување на климатските промени.

Слика 20 покажува институциите кои испитаниците ги поврзуваат со проектите за климатски промени. Најголем дел од испитаниците (325) го поврзуваат Министерството за животна средина и просторно планирање со проектите за климатски промени. Други институции, со голема видливост во ова поле, се УНДП, УСАИД и Европската комисија, според одговорите на 265, 162 и 99 испитаници, по истиот редослед. Тринаесет (13) испитаници немаат сознанија кои институции се активни на ова поле. Други институции предложени од испитаниците се: Гоу Грин, Регионален центар за животна средина (REC), WWF, На Точак, МилеуCONTACT ,

Светска здравствена организација (WHO), Министерство за економија и Управа за хидрометеоролошки работи (УХМР).



Сл. 20 Институции кои се поврзуваат со проектите за климатските промени

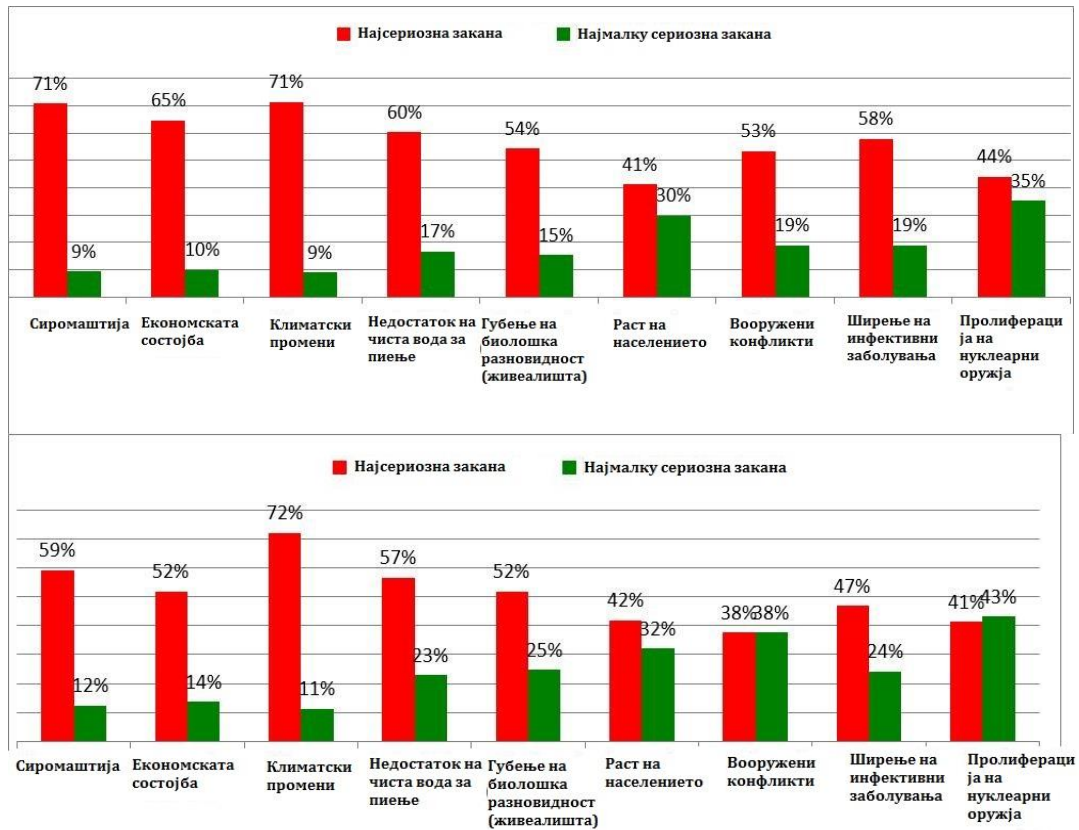
На крајот на прашалникот, 178 испитаници оставиле електронска адреса за понатамошна комуникација.

Шеесет и осум (68) испитаници дале коментари на последното прашање. Најинтересните информации добиени на ова прашање се групирани под следните теми и предлози:

- Климатските промени бараат поактивно споделување информации и комуникација;
- Кампањите за климатските промени треба да користат едноставен и јасен јазик;
- Кампањите за климатските промени треба да се спроведуваат преку социјалните медиуми, бидејќи македонските граѓани поминуваат многу време на овие мрежи;
- Нашите граѓани треба да научат кои се добри практики за справување со климатските промени;
- Потребно е најмладите граѓани да се едуцираат за климатските промени, но позитивно ќе биде и едуцирањето на возрасните, особено во однос на рециклирањето;
- Секој треба да ја прифати личната одговорност и понекогаш да ја жртвува личната благосостојба за доброто на животната средина, на пр. преку користење на јавен транспорт наместо приватно возило;
- Алтернативните извори на енергија не секогаш се и поскапи;
- Сериозност на прашањето за неконтролираната сеча на шумите .

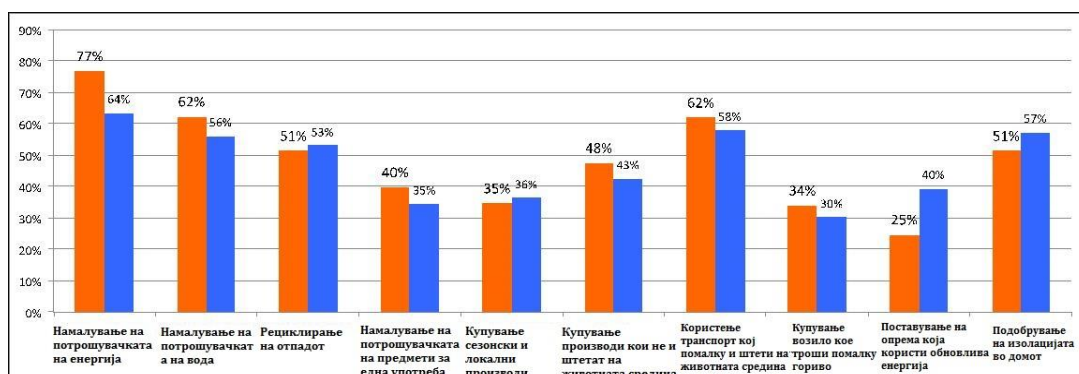
Покрај коментарите кои се однесуваат на темата на ова истражување, 11 учесници дале коментари за структурата и корисноста на ова истражување. Имено, пет (5) испитаници го критикувале истражувањето, три (3) од нив поради неговата структура - прашањата не се доволно јасни, двајца поради содржината - сметаат дека од вакви истражувања нема корист. Потоа, пет (5) испитаници оцениле дека истражувањето е релевантно, а според еден од коментарите ова истражување е позитивен знак којшто докажува дека во Македонија постојат активности кои се фокусираат на проблемот со климатските промени.





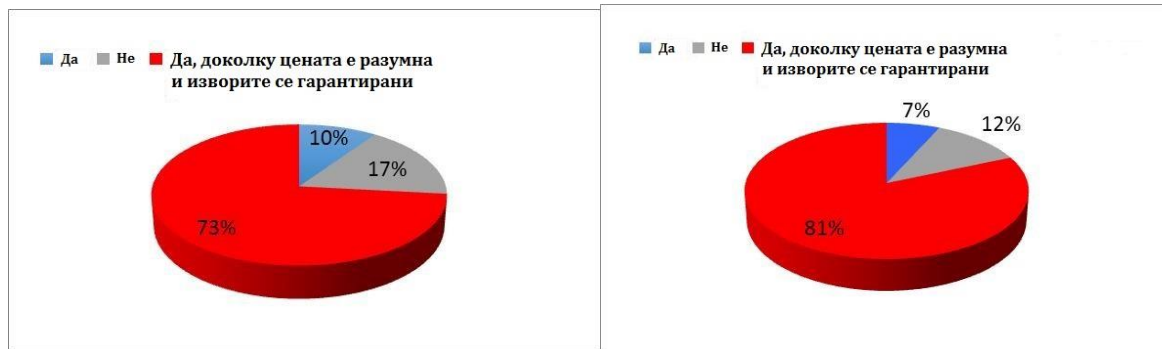
Сл. 22 Најсериозна и најмалку сериозна закана за општеството, според испитаниците од Скопје (горниот графикон) и од останатиот дел од Македонија (долниот графикон)

На Сликата 23 прикажани се одлуките врз кои влијаат размислувањата за климата. Резултатите се слични и за двете групи, а слични се и со општите резултати (Сл. 12). Сепак, групата од Македонија релативно повисоко ја рангираше употребата на енергија што користи обновливи извори; оваа активност може да е попривлечна за луѓето од помалите градови или за тие од руралните средини. Од друга страна пак, граѓаните на Скопје повеќе се подготвени да ја намалат потрошувачката на енергија и вода.



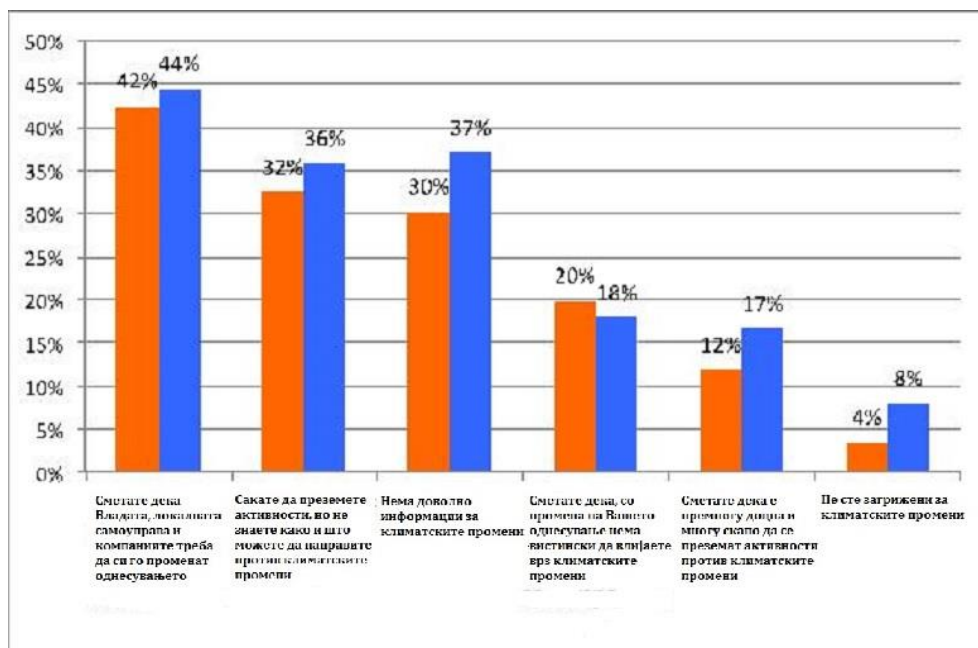
Сл. 23 Активности кои не ѝ штетат на животната средина и климата кои ги практикуваат испитаниците во Скопје (портокалово) и Македонија (сино)

Може да се види дека групата од Македонија е поподготвена да плати повеќе за енергијата произведена од нискојагеродни или од обновливи извори на енергија (Сл. 24).



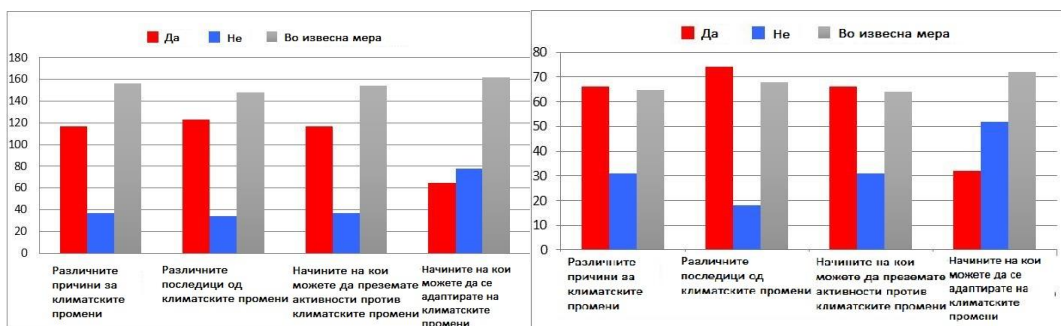
Сл. 24 Одговорите на прашањето за повисоката цена на алтернативните извори на енергија од испитаниците од Скопје (лево) и од Македонија (десно)

Споредувајќи ги одговорите на прашањето во врска со пречките за однесување кое не им штети на животната средина и на климата, можеме да видиме дека групата од Македонија не покажува голем оптимизам за иднината на климатските промени. Имено, дури 25% од оваа група мисли дека веќе е предоцна да се спречат климатските промени, или пак дека не се загрижени за нив, во споредба со 15% од групата од Скопје.



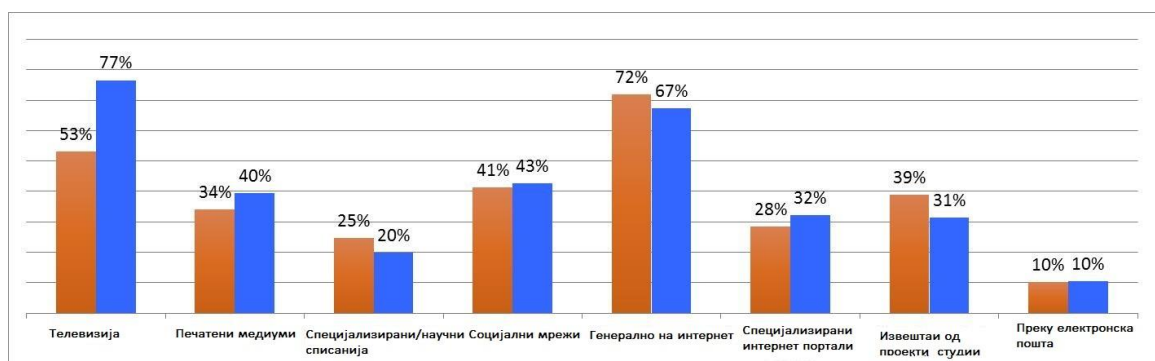
Сл. 25 Пречки за однесување кое не ѝ пречи на животната средина и климата наведени од испитаниците во Скопје (портокалово) и Македонија (сино)

Доколку се споредат одговорите на прашањето за запознаеноста на испитаниците со различни прашања поврзани со климатските промени, ќе видиме дека испитаниците од Македонија се особено запознаени со различни последици од климатските промени, но немаат информации за адаптација кон климатските промени.



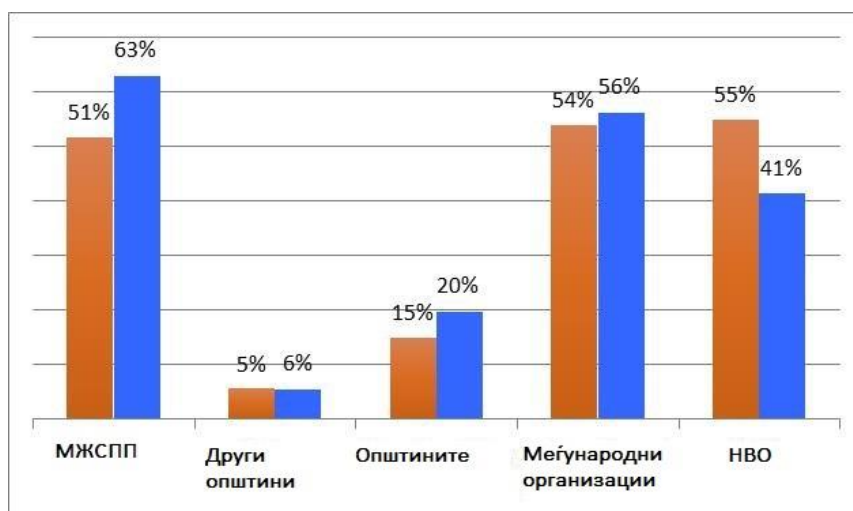
Сл. 26 Информација за различни прашања поврзани со климатските промени, по број на испитаници од Скопје (лево) и остатокот од Македонија (десно)

Групата од Скопје добива информации за климатските промени преку интернет, додека телевизијата е на второ, а социјалните медиуми на трето место. Испитаниците од остатокот од Македонија главно добиваат информации од телевизија, интернетот е на второ место, додека социјалните медиуми и печатените медиуми за на трето место (Сл. 27).



Сл. 27 Извори на информации за климатските промени за испитаниците од Скопје (портокалово) и од остатокот од Македонија (сино)

Учесниците од Скопје се запознаени со кампањите за климатските промени кои ги спроведуваат меѓународните организации, невладините организации и Министерството за животна средина и просторно планирање. Според испитаниците кои се надвор од Скопје, Министерството за животна средина и просторно планирање е најпроактивна институција која спроведува кампањи за климатските промени (Сл. 28).

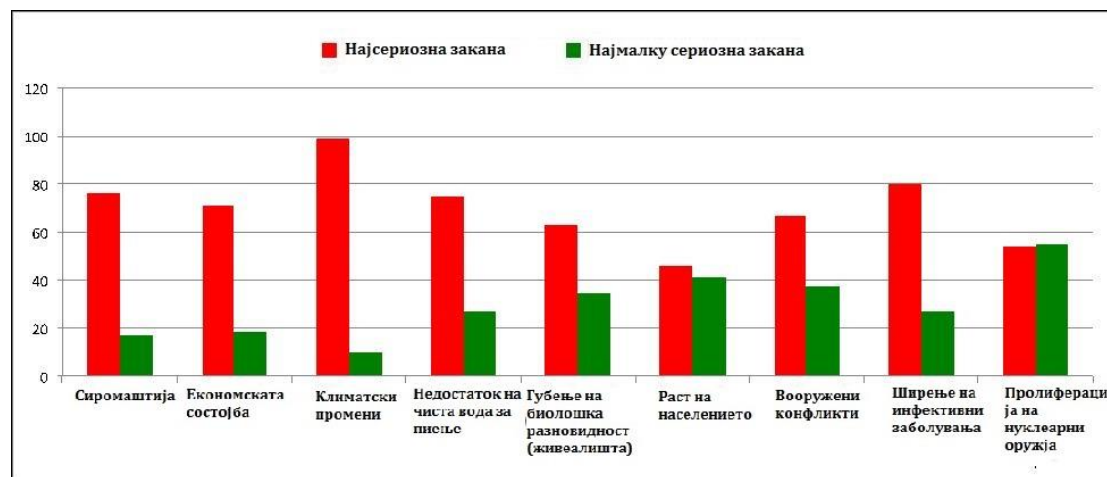


Сл. 28 Информираност за кампањите за климатските промени, кај испитаниците од Скопје (портокалово) и од остатокот од Македонија (сино)

### 3.2.2. Старосни особености

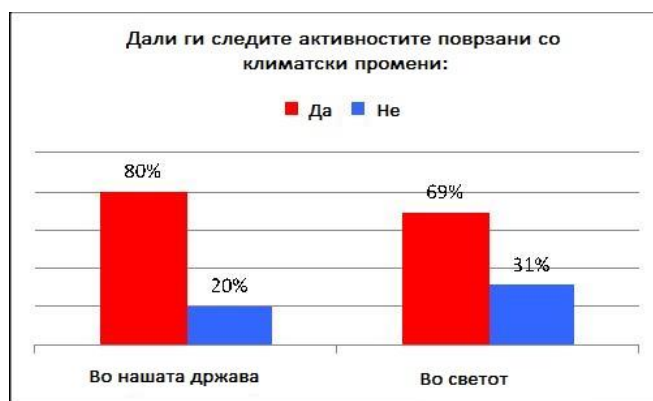
Имајќи предвид дека младите луѓе ќе бидат идните лидери во областа на климатските промени, и во согласност со коментарите дека образованието е важно за формирање на однесување кое ќе се грижи за животната средина и климата, во овој дел ги разгледуваме конкретните одговори кои ги дадоа 129 испитаници од вкупниот примерок, кои се помлади од 25 години. Во оваа група има еднаква распределба по пол, и има 64 девојки и 65 момчиња.

На слика 29 прикажани се потенцијалните закани за кои најмладите испитаници сметаат дека се најсериозни. Слично со вкупните резултати (Сл. 8), оваа група е најзагрижена поради климатските промени, а ширењето на инфективните болести е на второ место. Интересно, оваа група е релативно помалку загрижена за пренаселеноста и пролиферацијата на нуклеарното вооружување.



Сл. 29 Најсериозни и најмалку сериозни закани за општеството според најмладата група

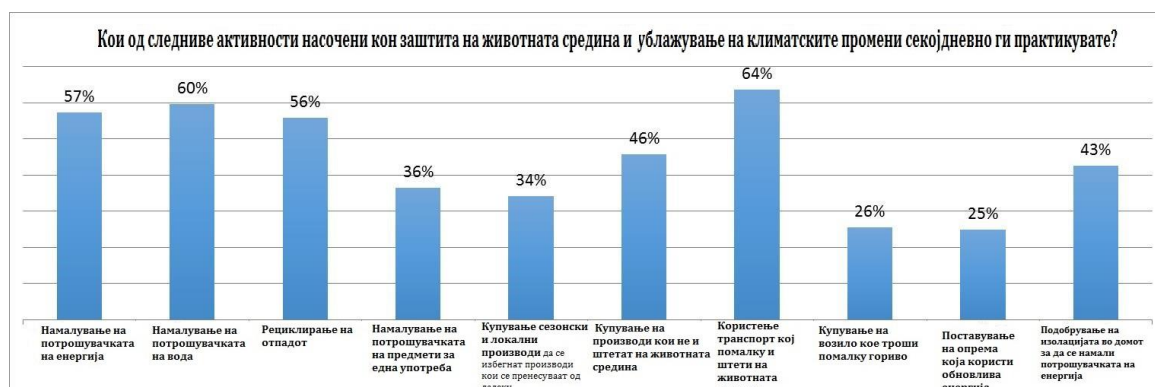
Слика 30 покажува дека во споредба со целиот примерок (Слика 9), најмладата група е малку помалку заинтересирана за активностите поврзани со климатските промени во земјата и во светот.



Сл. 30 Интересот на испитаниците за активностите поврзани со климатските промени

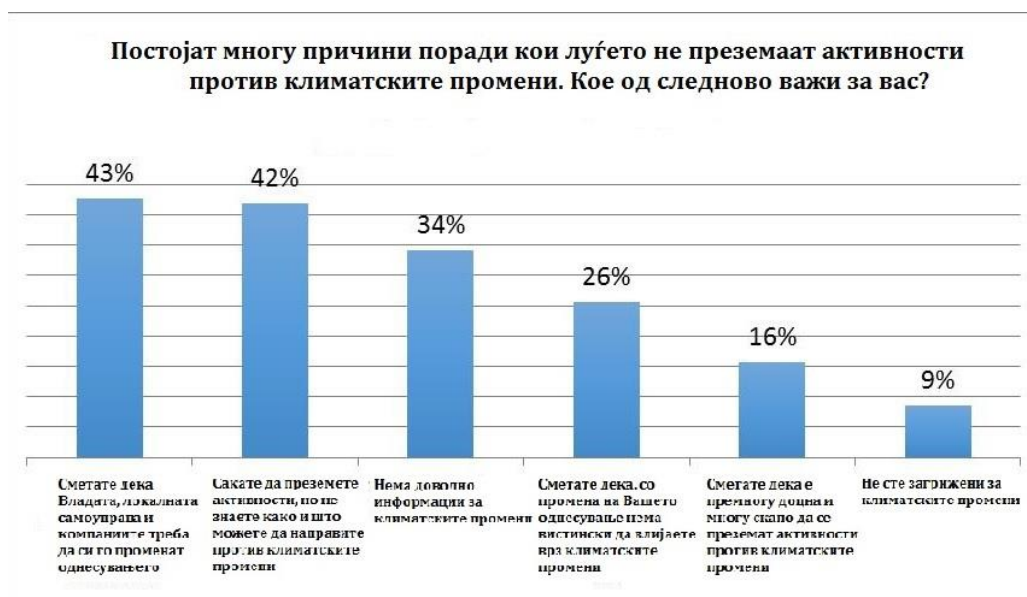


На слика 31 се гледа дека најмладата група се грижи за животната средина главно преку употреба на алтернативни начини на превоз, како што се возење велосипед, пешачење или користење на јавен транспорт, намалување на потрошувачката на енергија и вода и рециклирање.



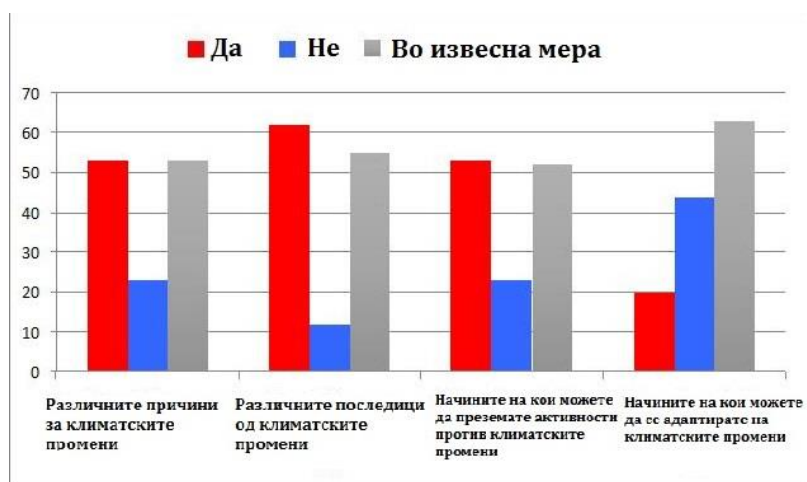
Сл. 31 Активности кои не ѝ штетат на животната средина и климата кои ги практикуваат најмладите испитаници

Загрижува фактот што повеќе од 40% од учесниците од оваа група (54) не знаат што можат лично да направат за да ги намалат климатските промени, и повеќе од 10 учесници не се загрижени за нив (Сл. 32).

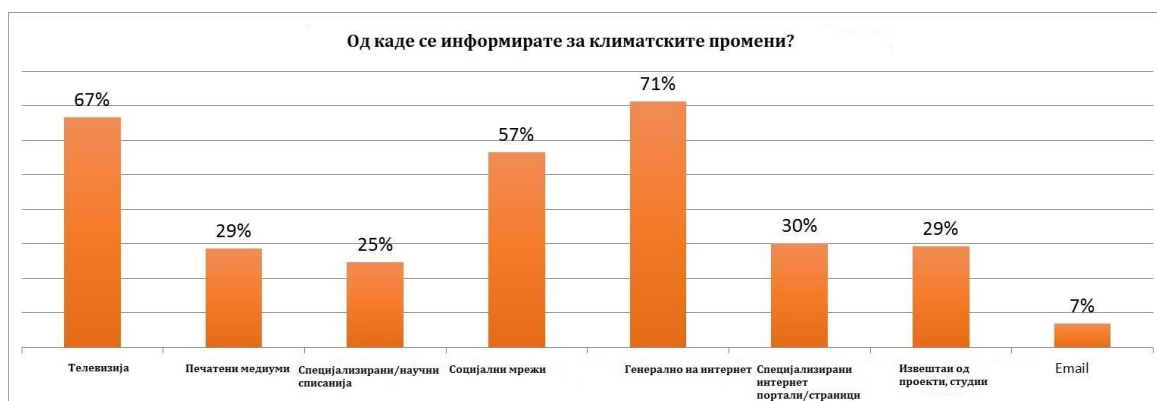


Сл. 32 Пречки за однесување кое не ѝ штети на животната средина и климата кај најмладата група

Сепак, најмладите испитаници себе си се сметаат информирани за начините на кои можат да се справат со климатските промени, но најголем дел од нив (109) не се запознаени со опциите за адаптација кон климатските промени, или се информирани, но само во определен обем (Сл. 33). Оваа група, исто така, смета дека е релативно добро информирана за причините и последиците од климатските промени.



Сл. 33 Информираност за темите поврзани со климатските промени кај најмладата група  
Учесниците овие информации ги добиваат главно преку интернет и телевизијата, и како што беше очекувано за оваа група, преку социјалните медиуми (Сл. 34).



Сл. 34 Извори на информации

Оваа група е најмногу информирана за кампањите за климатските промени организирани од невладините организации (Сл. 35).



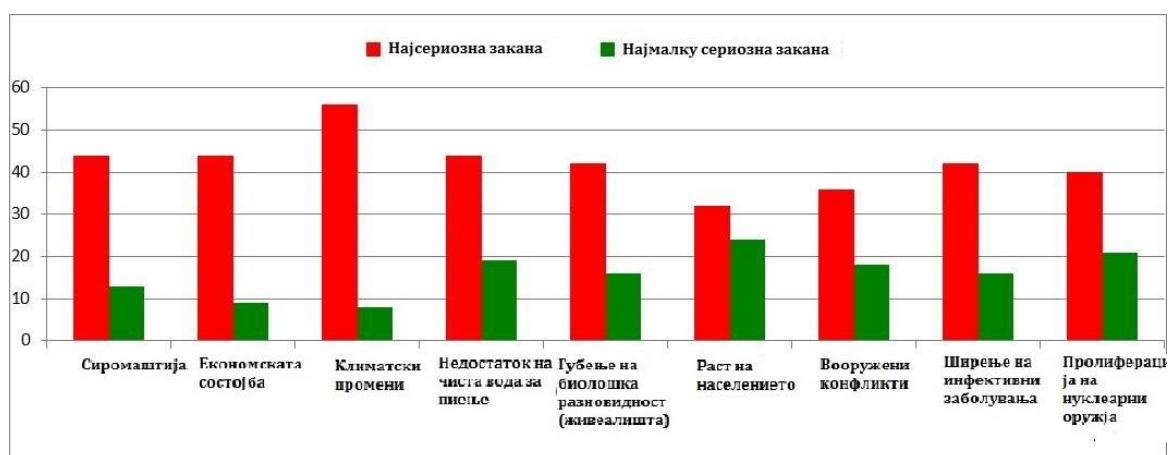
Сл. 35 Видливост на кампањите за климатските промени

### 3.3. Јавна администрација

#### 3.3.1. Носители на одлуки на национално и локално ниво

Оваа група се состои од 79 учесници кои работат во државни институции и во локалната самоуправа. Групата со испитаници од јавната администрација (ЈА) е составена од 56% машки и 44% женски испитаници.

Очигледно е дека климатските промени се најсериозната закана за општеството за испитаниците од оваа група (Сл. 36.)



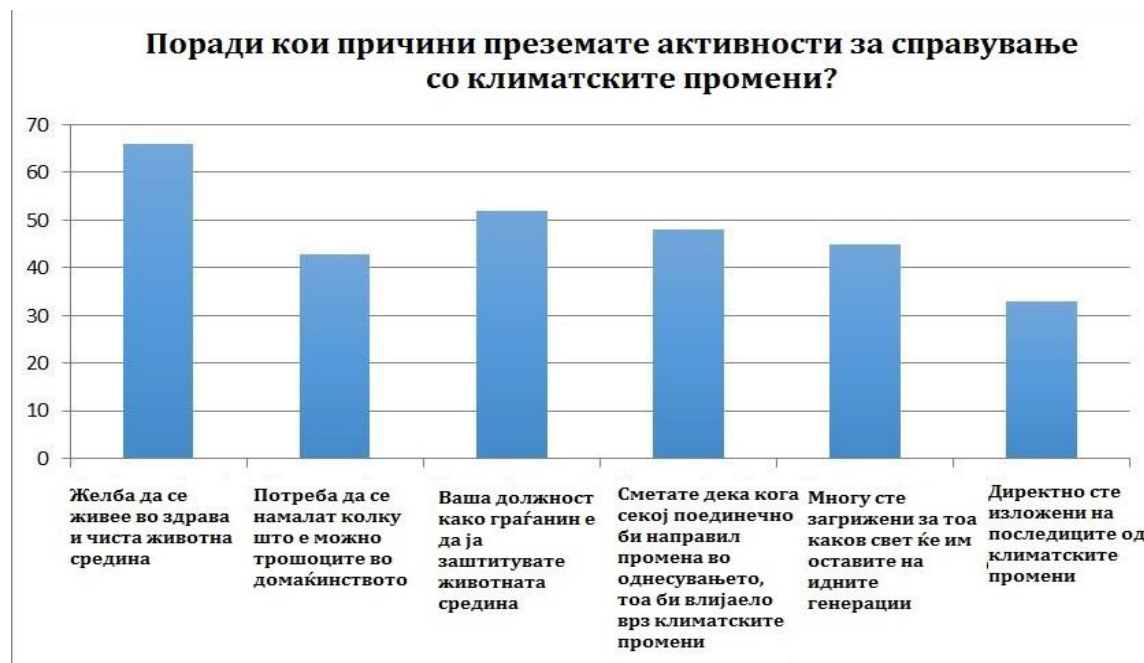
Сл. 36 Најсериозни и најмалку сериозни закани за општеството според групата ЈА

Јавната администрација смета дека најголем дел од работата во однос на климатските промени, барем во определена мера, е завршена од меѓународните организации, како што се УНДП и УСАИД како и од ЕУ (Сл. 37). Тие веруваат дека централната власт има сработено само определени активности, и дека регионалните и локалните власти имаат направено дури помалку. На крајот оваа група смета дека ниту компаниите, ниту индустријата, ниту пак граѓаните не прават доволно за справување со климатските промени.



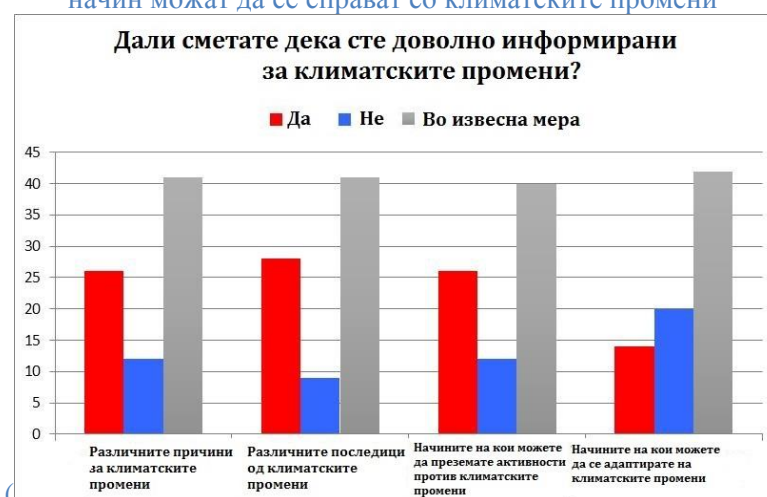
Сл. 37 Ангажираност на различните чинители во однос на климатските промени според ЈА

Испитаниците од оваа група го подржуваат однесувањето кое не и штети на животната средина и на климата поради тоа што сакаат да живеат во чиста и здрава животната средина, но исто така бидејќи сметаат дека тоа е нивна граѓанска должност (Сл. 38). Ова не изненадува бидејќи управувањето со климатските промени е главна одговорност или една од одговорностите кои тие ги имаат на работните места (Сл. 44).



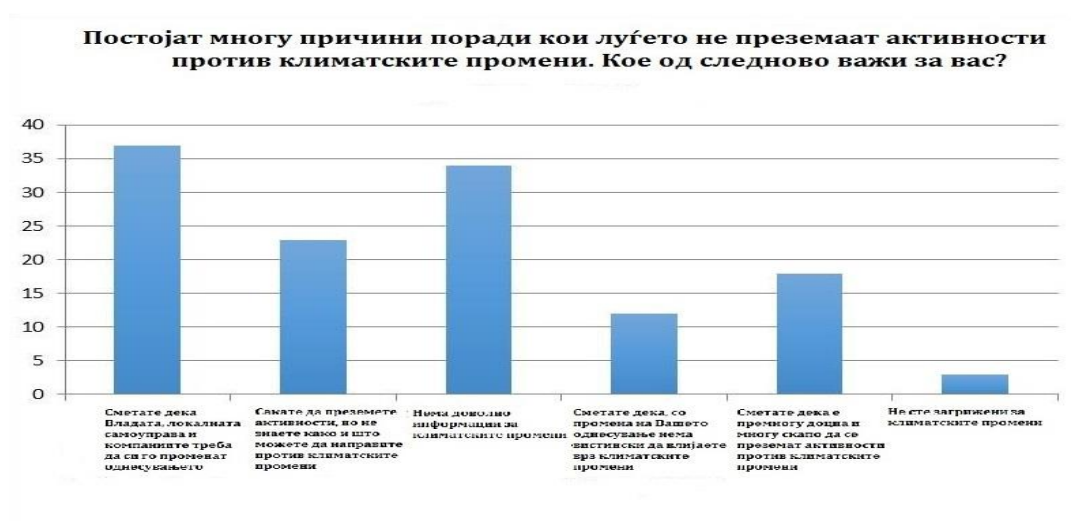
Сл. 38 Мотивација за однесување кое не и штети на животната средина и климата кај испитаниците од ЈА

Загрижувачки е што дури 18 испитаници од оваа група сметаат дека е предочна да се се ублажат климатските промени (Сл. 39). Ова може да се објасни со друг факт, имено многу испитаници (34) немаат доволно информации за климатските промени, иако 84% од испитаниците сметаат дека се добро информирани, барем во определена мера, за тоа на кој начин можат да се справат со климатските промени

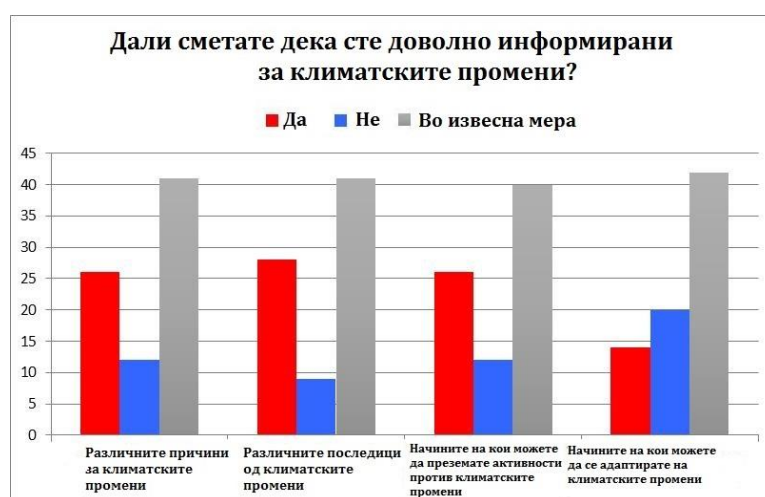


Сл. 40). Учесниците од оваа група се најмалку информирани за можностите за адаптација. Оваа група користи традиционални медиуми, како телевизија и печатени медиуми, но исто така и интернет за пребарување на информации

поврзани со климатските промени (Сл. 41). Оваа група честопати користи и извештаи од проектите и дури и социјални медиуми.



Сл. 39 Пречки за однесување кое не и штети на животната средина и климата



Сл. 40 Информираност за различни теми поврзани со климатските промени



Сл. 41 Извори на информации за климатските промени

Најголем дел од испитаниците од оваа група забележале зголемување во присутноста на климатските промени во медиумите и тоа го објаснуваат со честата појава на екстремни временски настани (Сл. 42).



Сл. 42 Видливост на климатските промени во медиумите

За испитаниците од оваа група, МЖСПП и УНДП се главните предводници на проектите поврзани со климатските промени (Сл. 43).



Сл. 43 Институции кои спроведуваат проекти за климатските промени

### 3.3.2. Носители на одлуки на национално ниво

Последниот дел од анализата се фокусира на посебна подгрупа испитаници во групата за јавна администрација кои се вработени во државните институции на централно ниво (ЦЈА). Оваа група одговараше на две дополнителни прашања со кои се определуваше конкретно во кое министерство или институција работи испитаникот (Табела1), и во која мера климатските промени се приоритет во нивната секојдневна работа. Интересен е податокот дека анкетниот прашалник со

пропратно писмо (покана) беше упатен по службен меил на повеќе од двестотини испитаници од оваа група, а сепак само 33 нашле интерес да одговорат на прашалникот .

Оваа група се состои од 33 испитаници - 20 од нив се жени, кои се и мнозинство во групата.

ИНСТИТУЦИЈА	
Министерството за животна средина и просторно планирање	18
Центар за управување со кризи	5
Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство	2
Дирекција за заштита и спасување	1
Министерство за економија	1
Министерство за надворешни работи	1
Министерство за финансии	1
Друго	4

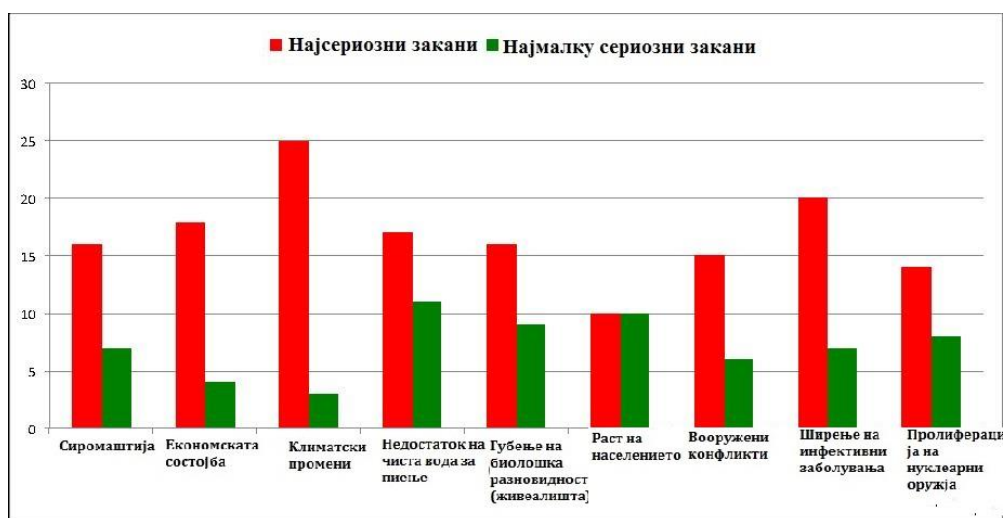
Табела 1. Институции од централната власт во кои работат испитаниците

За најголем дел од испитаниците од оваа група, климатските промени се само една од многуте активности на кои работат секојдневно, додека за 8 испитаници климатските промени се нивна главна одговорност (Сл. 44.)



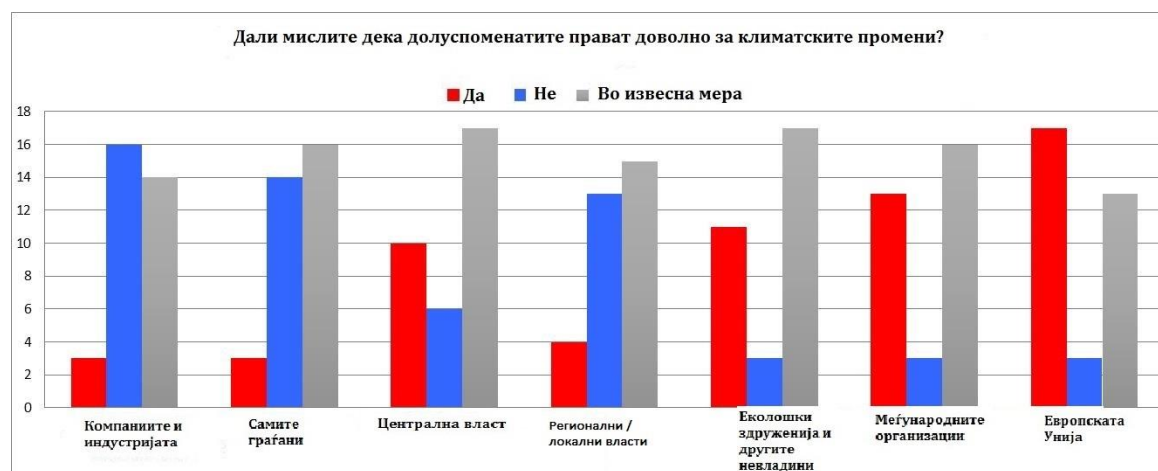
Сл. 44 Климатските промени како дел од професионалните одговорности на ЦЈА

Јавната администрација на централно ниво смета дека климатските промени се најсериозна закана за општеството, по што следи ширењето на инфективните заболувања (Сл. 45).



Сл. 45 Најсериозни закани за општеството

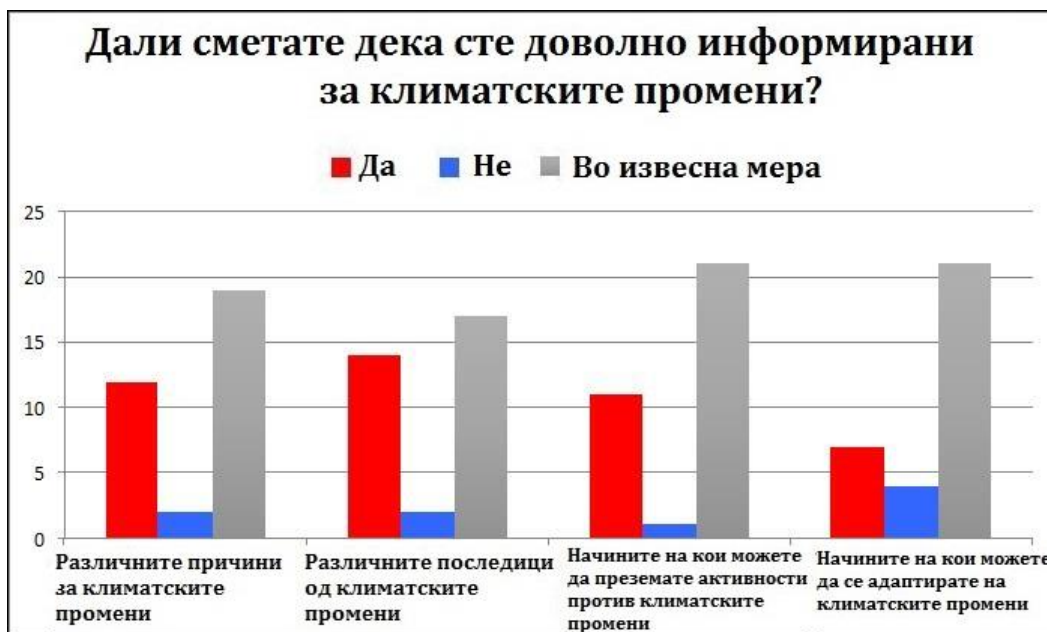
Оваа група смета дека ЕУ прави доволно со тоа што бара решение за климатските промени, а истото го мислат и за меѓународните организации и за невладините организации кои работат на заштита на животната средина. Испитаниците од ЦЈА исто така сметаат дека централната власт, барем во некоја мера, работи на прашањето за климатските промени (Сл. 46). Според оваа група регионалните и од локалните власти немаат направено многу, а особено малку имаат направено граѓаните и компаниите.



Сл. 46 Ангажираност на различните чинители за климатските промени според ЦЈА

Испитаниците од владините институции потврдија дека се добро, или барем во определена мера, информирани за причините за климатските промени, и за последиците и начините на кои можеме да се бориме против нив. Тие, исто така се информирани за адаптацијата кон климатските промени (Сл. 47).





Сл. 47 Информаност за темите поврзани со климатските промени кај испитаниците од ЦЈА

Главниот извор на информации за оваа група се телевизијата и интернетот, специјализираните портали и тоа :[www.unfccc.org.mk](http://www.unfccc.org.mk), [www.klimatskipromeni.mk](http://www.klimatskipromeni.mk), како и извештаите и студиите од проекти (Сл. 48).

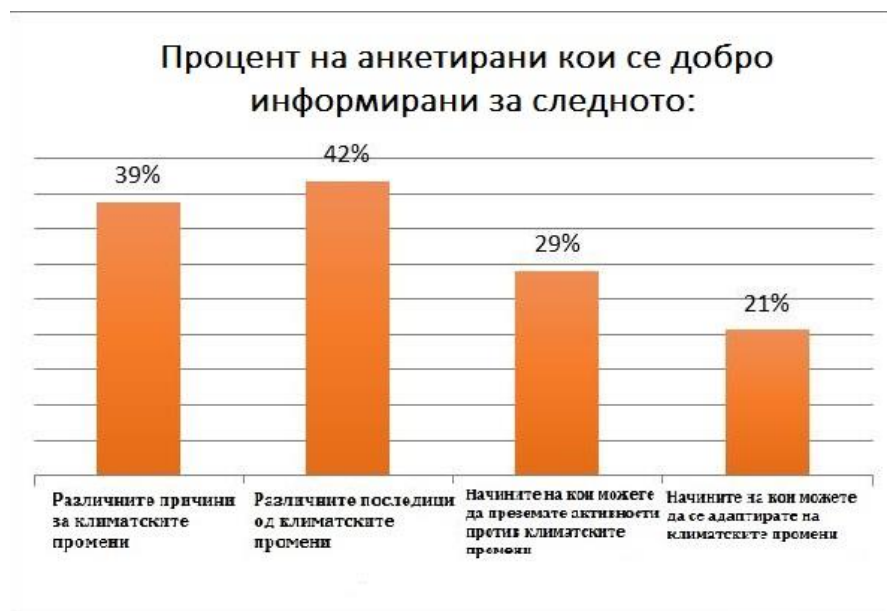


Сл. 48 Извор на информации за ЦЈА

#### 4. ГЛАВНИ ЗАКЛУЧОЦИ И ПРЕПОРАКИ

Испитаниците во ова истражување на Интернет се од различни делови на Република Македонија, ги претставуваат сите старосни групи и имаат еднаква полова распределба. Речиси 80% од испитаниците во примерокот имаат факултетско образование.

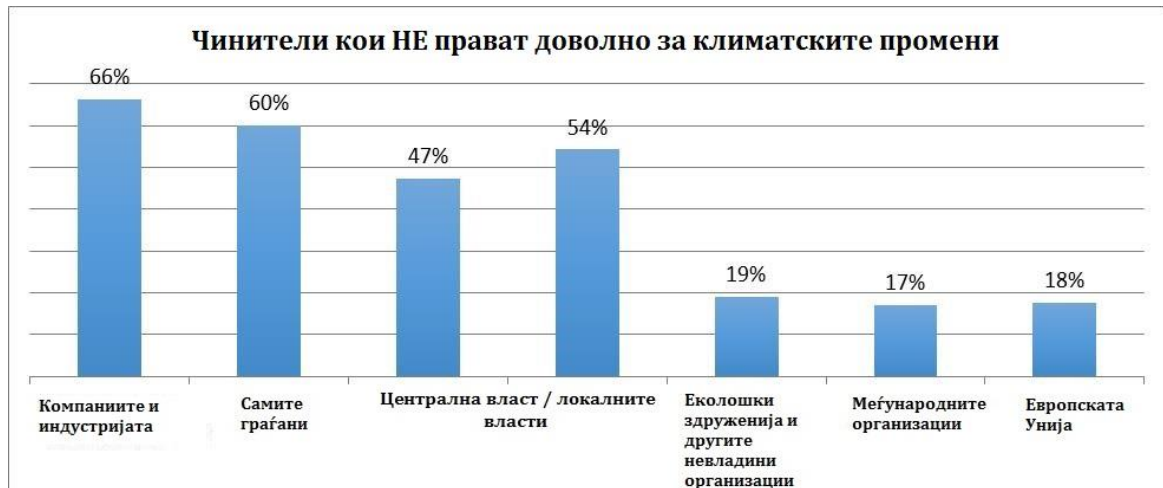
Климатските промени се сметаат за најсериозна опасност со која се соочува општеството, што е различно од резултатите добиени со испитувањето на ЕУРОБАРОМЕТАР од 2008 година, во кое климатските промени беа на трето место. Сепак, најголемиот дел од испитаниците не се чувствуваат добро информирани за климатските промени (Сл. 49). Во споредба со резултатите од ЕУРОБАРОМЕТАР, каде 51% се чувствувале генерално добро информирани за причините за климатските промени, 55% за последиците и 39% за начините на кои може да се бориме против климатските промени, резултатите од ова истражување покажуваат помала информираност за овие теми.



Сл. 49 Добро информирани испитаници

Највидливи промени во животната средина во последните 10 години се промените во годишните времиња, но значителен број од испитаниците исто така забележале промени во температурата, дождот и честотата на поплавите. Испитаниците се запознаени со почестите екстремни временски настани, и повеќе од половината од нив забележале почесто присуство на темите за климатските промени во медиумите, а конкретно во врска со оваа појава (Сл. 18).

Учесниците имаат позитивно мислење за придонесот на ЕУ, меѓународните организации и невладините организации кои работат на справување со климатските промени. Тие сметаат дека не е направено доволно од страна на компаниите и индустријата, како и од граѓаните, но според нив не задоволуваат ниту напорите од јавната администрација, особено на локално и на регионално ниво (Сл. 50).



Сл. 50 Чинители кои НЕ прават доволно за климатските промени

Според резултатите од 2008 година, кои се слични на тие од ова испитување, во 2008 година 69% верувале дека компаниите и индустријата не прават доволно, 72% сметале дека граѓаните не прават доволно, 68% дека Владата не прави доволно и 41% верувале дека ЕУ не прави доволно. Сегашното истражување покажува во некоја мера попозитивни резултати особено во однос на вклученоста на ЕУ (Сл. 11).

Во однос на активностите кои може да ги ублажат климатските промени, испитаниците најмногу покажуваат подготвеност да ја намалат потрошувачката на енергија (72%) и потрошувачката на вода (60%) и да искористат алтернативни начини на транспорт (59%) (Сл. 12). Тие резултати покажуваат поголема подготвеност да се направат промени и да се усвојат навики со помал јаглероден интензитет, во споредба со резултатите од 2008 година кога само 60%, 48% и 40% од испитаниците по истиот редослед биле заинтересирани за горенаведените активности.

Главната причина за ова е желбата да живеат во здрава и чиста животна средина (Сл. 13). Втората причина која е наведена од 65% од испитаниците е дека „доколку сите си го променат однесувањето, тогаш тоа навистина ќе има влијание“. Слично на ова, 63% од испитаниците го навеле истото во 2008 година, но тогаш главната причина за тоа била дека тоа е граѓанска должност.

Потоа, причината поради која граѓаните не размислуваат совесно за климата, е чувството дека тоа не е должност на граѓанинот, туку на Владата, компаниите и индустријата (Сл. 14). Слично на ова, 50% од испитаниците ја одбрале оваа причина во 2008 година. Иако помалку од бројот кој во 2008 се изјаснил вака, кој тогаш бил 47% од испитаниците, сега речиси 35% сè уште не знаат како да се справат со климатските промени бидејќи имаат недостиг на информации. Овој наод јасно покажува дека треба да се вложуваат повеќе напори во дистрибуција на информации и споделување на примери за најдобрите практики. И покрај тоа, речиси 80% од испитаниците сметаат дека во определена мера се информирани за начините на кои можат да се борат против климатските промени. Ова дополнително истакнува дека треба посебно да се внимава при дизајнирање на кампањите за климатските промени чија цел е да споделат сеопфатни и корисни информации. Исто така, оваа кампања треба да послужи и за споделување информации со јавноста, бидејќи единствено кога програмите и иницијативите за климатски промени ги вклучуваат потребите на јавноста може да се гарантира дека

ќе бидат ефективни. Резултатите кои покажуваат дека граѓаните веќе се запознати со долгорочните промени покажува дека можеби не е потребно да се спроведува првиот чекор за подигање на свеста пред да се воведат информации за можните решенија за проблемите поврзани со климатските промени. Понатаму, испитаниците се информирани за адаптацијата кон климатските промени, како што беше потврдно од испитаниците во групата од централната јавната администрација (Сл. 47). Адаптацијата кон климатските промени добива приоритет меѓу еколошките прашања во Европа, како што може да се види во најновите иницијативи и документи на Европската агенција за животна средина (на пр. Во Стратегијата на ЕУ за адаптација на климатските промени (ЕС, 2013)). Иницијативите во Македонија треба да го следат овој тренд со тоа што ќе се вложат поголеми напори за промовирање и спроведување мерки за адаптација.

85% од учесниците се подготвени да платат повисока цена за енергијата произведена од нискојаглеродни или обновливи извори на енергија, главно доколку цената е разумна и се гарантира потеклото на горивото (Сл. 15). Оваа подготвеност според испитувањето на ЕУРОБАРОМЕТАР во 2008 година ја изразиле само 45% од испитаниците.

70% од испитаниците нашле информации за климатските промени на интернет и 42% преку социјалните мрежи (Сл. 17). Ова е важен резултат според кој може да се планира ширењето на информациите за климатските промени во иднина. Сепак, конвенционалните медиуми, особено телевизијата, сè уште се популарни кај македонските граѓани. 61% од испитаниците добиле информации од овој извор, и 36% прочитале информации за климатските промени во весниците. Испитаниците од јавната администрација малку повеќе консултирале извештаи од проекти, како и специјализирани интернет портали и следеле комуникација по електронска пошта (Сл. 41). Сепак, најголем дел од испитаниците од јавната администрација (77%) дознаваат за климатските промени од телевизијата.

Испитаниците се информирани за кампањите за климатските промени организирани од меѓународните организации и од невладините организации кои работат во областа на животната средина, и повеќе од половината испитаници се информирани за кампањите кои ги организира МЖСПП (Сл. 19). За најуспешна кампања за климатските промени најчесто се смета кампањата Денот на дрвото. Во однос на проектите за климатските промени, 70% од испитаниците го препознале Министерството за животна средина и просторно планирање како водечка институција за нивно спроведување. УНДП е на второ место, препознаено од 56% од испитаниците (Сл. 20).

Покрај тоа што дале поконкретни одговори на прашањата во полињата за коментари, 68 испитаници исто така оставиле коментари на крајот на прашалникот и дури 178 испитаници оставиле е-маил адреси за понатамошна комуникација. Овие коментари дадоа корисни информации за нивните согледувања на различните аспекти од климатските промени, опфатеноста на климатските промени во медиумите, за успехот на различните кампањи како и за корисноста и јасноста на ова истражување.

Од друга страна, учеството е доброволна активност и луѓето генерално се поплавени со информации од различни извори, како и од интернет - поради тоа големиот број на коментари е знак дека прашањето за климатските промени е

доволно привлечно за да ги мотивира испитаниците да учествуваат во оваа анкета. Македонските граѓани покажаа дека се ентузијастички и дека сакаат да соработуваат на оваа тема и се подготвени поактивно да се вклучат во управувањето со климатските промени. Носителите на одлуки треба да го искористат овој позитивен момент и да продолжат со активности за споделување на информации и активности за носење на одлуки за климатските промени во кои ќе учествуваат и граѓаните.

## Листа на кратенки

КП - климатските промени

ЕК - Европската комисија

ЕУ - Европска унија

ЕБРД - Европска банка за обнова и развој

ГИЗ - Германско здружение за меѓународна соработка

ГМО - генетски модифицирани организми

ИКТ - Информатичка и комуникациска технологија

KfW - Kreditanstalt für Wiederaufbau

МКД - Граѓани на Македонија

МЖСПП - Министерство за животна средина и просторно планирање

НВО - Невладини организации

ЦЈА – Централна јавна администрација

ЈА - Јавна администрација

РЕЦ - Регионален центар за животната средина

СКЦ - Граѓани на Скопје

ТВ - Телевизија

УНДП - Програма за развој на обединетите нации

УНЕП - Програма за животната средина на Обединетите нации

УСАИД - Агенција на САД за меѓународен развој

СВ - Светска банка

СЗО - Светска здравствена организација

WWF - Светски фонд за дивиот свет

## Листа на слики

Сл. 1	Реклама на Фејсбук .....	9
Сл. 2	Распределба по возраст .....	10
Сл. 3	Распределба по пол .....	10
Сл. 4	Образование.....	11
Сл. 5	Општини од кои потекнуваат испитаниците.....	11
Сл. 6	Процент на вработеност (лево) и сектор (десно) .....	12
Сл. 7	Рангирање на можните закани за општеството .....	12
Сл. 8	Најсериозни и најмалку сериозни закани за општеството .....	12
Сл. 9	Аспекти од животната средина (климата) кај кои испитаниците забележале промени во последните 10 години.....	13
Сл. 10	Интерес на испитаниците да следат активности поврзани со климатските промени во земјата и во светот .....	13
Сл. 11	Мислењето на учесниците за ангажираноста на различните актери во однос на климатските промени .....	14
Сл. 12	Активности што ги практикуваат испитаниците а кои не ѝ штетат на животната средина и на климата.....	14
Сл. 13	Причини кои поттикнуваат активности кои не ѝ штетат на животната средина и климата .....	15
Сл. 14	Пречки за однесување кое не ѝ штети на животната средина и климата .....	15
Сл. 15	Подготвеност да платат за алтернативни извори на енергија .....	16
Сл. 16	Информираност за различни прашања поврзани со климатските промени .....	16
Сл. 17	Извори на информации за климатските промени .....	17
Сл. 18	Перцепција на зголеменото присуство на климатските промени во медиумите .....	18
Сл. 19	Информираност за кампањите за климатските промени.....	18
Сл. 20	Институции кои се поврзуваат со проектите за климатските промени .....	19

Сл. 21	Облак од зборови со кои се прикажува честотата на зборовите употребени во коментарите на прашалникот (извор: Wordl.net) .....	20
Сл. 22	Најсериозна и најмалку сериозна закана за општеството, според испитаниците од Скопје (горниот графикон) и од останатиот дел од Македонија (долниот графикон).....	21
Сл. 23	Активности кои не ѝ штетат на животната средина и климата кои ги практикуваат испитаниците во Скопје (портокалово) и Македонија (сино) .....	21
Сл. 24	Одговорите на прашањето за повисоката цена на алтернативните извори на енергија од испитаниците од Скопје (лево) и од Македонија (десно) .....	22
Сл. 25	Пречки за однесување кое не ѝ пречи на животната средина и климата наведени од испитаниците во Скопје (портокалово) и Македонија (сино) .....	22
Сл. 26	Информираност за различни прашања поврзани со климатските промени, по број на испитаници од Скопје (лево) и остатокот од Македонија (десно).....	23
Сл. 27	Извори на информации за климатските промени за испитаниците од Скопје (портокалово) и од остатокот од Македонија (сино).....	23
Сл. 28	Информираност за кампањите за климатските промени, кај испитаниците од Скопје (портокалово) и од остатокот од Македонија (сино) .....	24
Сл. 29	Најсериозни и најмалку сериозни закани за општеството според најмладата група.....	24
Сл. 30	Интересот на испитаниците за активностите поврзани со климатските промени .....	24
Сл. 31	Активности кои не ѝ штетат на животната средина и климата кои ги практикуваат најмладите испитаници .....	25
Сл. 32	Пречки за однесување кое не ѝ штети на животната средина и климата кај најмладата група .....	25
Сл. 33	Информираност за темите поврзани со климатските промени кај најмладата група.....	26
Сл. 34	Извори на информации .....	26
Сл. 35	Видливост на кампањите за климатските промени .....	26
Сл. 36	Најсериозни и најмалку сериозни закани за општеството според групата ЈА.....	27
Сл. 37	Ангажираност на различните чинители во однос на климатските промени според ЈА.....	27



Сл. 38	Мотивација за однесување кое не ѝ штети на животната средина и климата кај испитаниците од ЈА.....	28
Сл. 39	Пречки за однесување кое не ѝ штети на животната средина и климата .....	29
Сл. 40	Информираност за различни теми поврзани со климатските промени .....	29
Сл. 41	Извори на информации за климатските промени .....	29
Сл. 42	Видливост на климатските промени во медиумите .....	30
Сл. 43	Институции кои спроведуваат проекти за климатските промени ....	30
Сл. 44	Климатските промени како дел од професионалните одговорности на ЦЈА.....	31
Сл. 45	Најсериозни закани за општеството .....	32
Сл. 46	Ангажираност на различните чинители за климатските промени според ЦЈА.....	32
Сл. 47	Информираност за темите поврзани со климатските промени кај испитаниците од ЦЈА .....	33
Сл. 48	Извор на информации за ЦЈА.....	33
Сл. 49	Добро информирани испитаници.....	34
Сл. 50	Чинители кои НЕ прават доволно за климатските промени .....	35
Табела 1. Институции на испитаниците во централната власт .....		28

## Користена литература

Few, R., Brown, K. and Tompkins, E. L. (2007) Public participation and climate change adaptation: avoiding the illusion of inclusion. *Climate Policy*, 7 (1): 46-59.

Paavola, J. (2004) Protected Areas Governance and Justice: Theory and the European Union's Habitats Directive. *Environmental Sciences*, 1: 59-77.

Sæbø, O., Rose J, and Flakm L. S. (2008) The shape of eParticipation: Characterizing an emerging research area. *Government Information Quarterly*, 25: 400–428.