



STRATEGIJA INFORMISANJA JAVNOSTI O PRISTUPANJU CRNE GORE EVROPSKOJ UNIJI 2014 - 2018.

Podgorica, mart 2014.

Radni tim:

- *Gordana Jovanović, savjetnica potpredsjednika Vlade za komunikacionu podršku integracionim procesima, koordinatorka odjeljenja za odnose sa javnošću i komunikacionu podršku integracionim procesima, Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija;*
- *Miodrag Strugar, PR ekspert;*
- *Eleonora Albijanić, PR ekspertkinja;*
- *Radoje Cerović, komunikolog;*
- *Draženka Bećirović, savjetnica ministra za odnose sa javnošću, Ministarstvo ekonomije;*
- *Jelena Raspopović, PR Ministarstva saobraćaja;*
- *Snežana Radović, generalna direktorka Generalnog Direktorata za evropske poslove, Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija;*
- *Milivoje Jurišić, sekretar pregovaračke grupe, Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija;*
- *Nada Vojvodić, savjetnica u kancelariji Glavnog pregovarača, Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija;*
- *Tijana Ljiljanić, šefica Kancelarije za koordinaciju i horizontalna pitanja, Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija;*
- *Irena Bošković, službenica za koordinaciju i horizontalna pitanja, Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija;*
- *Tijana Vuković, Odjeljenje za odnose sa javnošću i komunikacionu podršku integracionim procesima, Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija;*
- *Momčilo Radulović, NVO Evropski pokret u Crnoj Gori, Podgorica;*
- *Ana Vujošević, NVO Centar za građansko obrazovanje (CGO), Podgorica;*
- *Biljana Jovanović, NVO Centar za demokratsku tranziciju (CDT), Podgorica;*
- *Ivan Vučinić, sekretar Radne grupe, Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija.*

Sadržaj

| | |
|--|----|
| 1. Uvodni dio – Šta ovom strategijom želimo da postignemo? | 5 |
| 2. Aktuelni momenat i budući izazovi u procesu pristupanja Crne Gore EU | 7 |
| 3. Vremenski okvir | 9 |
| 4. Analiza stanja i preporuke – Lekcije koje smo naučili | 10 |
| 4.1. Lekcije koje smo naučili: | 10 |
| 5. Analiza jakih i slabih strana, prijetnji i mogućnosti (SWOT) | 13 |
| 6. Komunikacioni pristup | 15 |
| 7. Ciljevi Komunikacione strategije | 16 |
| 7.1 Opšti cilj | 16 |
| 7.2 Specifični ciljevi | 16 |
| 8. Ciljne javnosti | 18 |
| 8.1 Domaći nivo komunikacije | 18 |
| 8.2 Međunarodni nivo komunikacije | 19 |
| 9. Ton, jezik i poruke | 20 |
| 9.1 Kuća poruka | 20 |
| 10. Komunikacioni kanali, alati i tehnike | 22 |
| 11. Informisanje o pregovaračkom procesu i programima podrške Evropske unije | 24 |
| 12. Učesnici i partneri u komunikaciji | 25 |
| 12.1 Domaći partneri | 25 |
| 12.2. Međunarodni partneri | 26 |
| 13. Sprovođenje komunikacione strategije-nosioci i strukture | 28 |
| 14. Mapiranje uključenih subjekata | 31 |
| 15. Vizuelni identitet procesa evropske integracije | 32 |
| 16. Budžet i resursi | 33 |

| | |
|---|-----------|
| 17. Monitoring i evaluacija (Nadgledanje i ocjena) – Izvještaj o sprovođenju Komunikacione strategije | 34 |
| 17.1. Evaluacija | 34 |
| 17.1.1. Vanredni nivo..... | 34 |
| 17.2 Monitoring | 34 |
| 17.2.1. Kontinuirani/stalni nivo | 35 |
| 17.2.2. Sistematski nivo | 35 |
| 17.2.3 Vanredni nivo..... | 35 |
| 18. Zaključak | 37 |
| 19. Tabela 3: Pregled ciljeva, osnovnih poruka, komunikacionih alata i tehnika za svaku ciljnu javnost | 38 |
| 20. Literatura: | 51 |
| 21. Prilozi | 52 |

Spisak skraćenica:

- EU – Evropska unija;
- EK – Evropska komisija;
- MVPEI – Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija;
- NVO – nevladine organizacije;
- Unija – Evropska unija;
- PPCG – Program pristupanja Crne Gore EU 2014-2018.
- SSP - Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju;
- IPA – Instrument prepristupne podrške;
- PPF/SMF instrument – Rezervna lista IPA-e.

1. Uvodni dio – Šta ovom strategijom želimo da postignemo?

Integracija Crne Gore u Evropsku uniju je strateški prioritet Vlade Crne Gore, pa je samim tim informisanje građana¹ vezano za obaveze, odgovornosti i prednosti članstva, kao i smanjivanje uticaja neutemeljenih stereotipa koji prate proces pristupanja i samo članstvo, od krucijalnog značaja. Neophodno je podići svijest kod građana da se proces evropske integracije direktno odnosi na njih i da će najviše koristiti, kako u pretpristupnom periodu, tako i od samog članstva – imati upravo sami građani. Kroz proces blagovremenog i objektivnog informisanja, građanima treba jasno i konkretno predočiti odgovornosti i obaveze integracionog procesa.

Istraživanja javnog mnjenja su pokazala da građani pozitivno percipiraju koristi koje će imati Crna Gora od članstva u EU u različitim oblastima, te da će kad se proces pregovaranja završi i kad Crna Gora postane članica Evropske unije biti sproveden proces unutrašnjih reformi koji će voditi ka boljem životnom standardu građana. Sa druge strane, iskustva sa terena, ali i dostupna istraživanja, ukazuju da je kod građana prisutna i nezainteresovanost za teme koje se odnose na proces pristupanja, kao i da ima onih koji su neinformisani o procesu integracije Crne Gore u EU. Upravo će prevazilaženje ovih izazova biti važan zadatak nosilaca sprovođenja Strategije informisanja javnosti o pristupanju Crne Gore EU 2014–2018. (u nastavku teksta Komunikaciona strategija).

Ovaj dokument predstavlja iskrenu, ali i otvorenu namjeru Vlade da poboljša komunikaciju na svim nivoima. Iz tog razloga, Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija, u saradnji sa partnerima iz međunarodne zajednice, pomno se pripremalo za izradu ove Komunikacione strategije. Zato smo u njenu pripremu uključili jedan broj komunikatora i praktičara odnosa sa javnošću, relevantne NVO iz ove oblasti, obavili interne konsultacije unutar Vlade, te konsultacije sa zainteresovanom javnošću promovisući komunikacione pristupe preporučene ovim dokumentom – transparentnost, informisanje, partnerstvo i dijalog.

U pisanju strategije, vodili smo se iskustvima iz prethodnog perioda, pa je poseban akcenat u dokumentu stavljen na poglavlje „Analiza stanja i preporuka – lekcije koje smo naučili“, u kojem smo se oslonili na naša iskustva, istraživanja javnog mnjenja, dostupne analize koje su radile domaće i inostrane NVO, a u pripremi dokumenta konsultovali smo i uporednu praksu država članica iz posljednjih proširenja i Informativnu i komunikacionu strategiju 2014-2016. Delegacije EU u Crnoj Gori.

Imajući u vidu da u Evropsku uniju ulazi čitavo društvo, važno je u narednom petogodišnjem periodu sprovođenja ove komunikacione strategije uspostaviti komunikacione mehanizme i osmisлити aktivnosti koje treba da doprinesu većoj informisanosti, zainteresovanosti građana, ali i ostvarenju opšteg cilja – boljem razumijevanju procesa evropske integracije kod građana i obezbjeđenju podrške procesu pristupanja Crne Gore EU.

Strategija je uzela u obzir i novu dinamiku procesa pristupanja, aktuelni momenat, kao i nastupajuće obaveze kada je u pitanju pregovarački proces, uključujući programe podrške EU, što sve zajedno iziskuje korišćenje novih komunikacionih kanala, alata i tehnika, prilagođavanje savremenim trendovima u komunikaciji, te potrebama različitih ciljnih javnosti, o čemu se posebno vodilo računa u ovom dokumentu.

¹ Izrazi koji su u ovoj Strategiji upotrijebljeni za fizička lica u muškom rodu, podrazumijevaju iste izraze i u ženskom rodu.

Upravo će to biti ključni zadatak kako Vlade, tako i ostalih partnera – kako doprijeti do svih građana, kojim porukama, kroz koje kanale komunikacije i na koji način im se obratiti. Ova strategija stoga predstavlja strateški okvir za praktičare odnosa sa javnošću/pregovaračku strukturu/nosioce komunikacije, dok će lista aktivnosti koje će biti realizovane u narednom petogodišnjem periodu biti definisana godišnjim akcionim planovima.

Iskustva iz prethodnih proširenja ukazuju na kompleksnost procesa, u kojem je i Crna Gora učestvuje prvi put, pa je potrebno obezbijediti koordinaciju mnogobrojnih učesnika u njemu. Zato je ovaj dokument nastojao da odgovori na pitanja kako da se u situaciji nedovoljnih administrativnih kapaciteta na lokalnom i nacionalnom nivou, kada su odnosi sa javnošću u pitanju, ali i aktuelnih izazova medijske zajednice, na najbolji način uključe specifične ciljne javnosti i prenesu željene poruke.

Iskustvo ukazuje da se uspješni programi komunikacije ne događaju sami od sebe. Oni su rezultat temeljnog istraživanja, brižljivog planiranja i pažljivog sprovođenja, pa ovaj dokument definiše precizne metode, kanale i alate, ciljne javnosti, kako bi nosiocima komunikacije procesa evropske integracije bio olakšan rad u komunikaciji kako na nivou Vlade, tako i na nivou lokalnih samouprava.

Vjerujemo da će ovaj dokument, koji je podložan izmjenama u skladu sa potrebama procesa, doprinijeti ispunjavanju definisanog ključnog, ali i seta specifičnih ciljeva.

Ovom prilikom zahvaljujemo našim partnerima – Delegaciji Evropske unije u Crnoj Gori, Britanskom savjetu i ambasadi Velike Britanije u Crnoj Gori, projektu Podrška razvoju kapaciteta – CDP, na pomoći i realizaciji brojnih aktivnosti u pripremi ove komunikacione strategije.

2. Aktuelni momenat i budući izazovi u procesu pristupanja Crne Gore EU

Crna Gora je otvorila pregovore o pristupanju EU 29. juna 2012. U prvih godinu i po dana pregovora (jun 2012–decembar 2013.). Crna Gora je ostvarila rezultate koji su proizvod temeljnih i sveobuhvatnih priprema, marljivog rada i posvećenosti ne samo državne administracije, već i civilnog društva (predstavnicima akademske zajednice, privrede, sindikata, nevladinih organizacija) i drugih struktura u našoj zemlji.

Formirana je kvalitetna pregovaračka struktura koja broji oko 1.300 eksperata, završen proces analitičkog pregleda usklađenosti domaćeg zakonodavstva sa pravnom tekovinom EU, otvorena i privremeno zatvorena dva pregovaračka poglavlja 25 – Nauka i istraživanje i 26 – Obrazovanje i kultura. Krajem 2013. otvorena su poglavlja 5 – Javne nabavke, 6 – Privredno pravo, 20 – Preduzetništvo i industrijska politika, kao i pregovori u dva najvažnija poglavlja koja za temu imaju vladavinu prava i čine okosnicu napretka svakog društva, 23 – Pravosuđe i temeljna prava i 24 – Pravda, sloboda i bezbjednost. Otvaranje pregovora u poglavljima 23 i 24 predstavlja srž novog pristupa pregovorima koji Evropska unija primjenjuje u odnosu sa potencijalnim državama članicama. Otvaranjem ova dva poglavlja ispoštovan je osnovni princip novog pristupa u pregovorima istaknut u tački 42 pregovaračkog okvira Crne Gore i Evropske unije “Uzimajući u obzir izazove i dugoročnu prirodu reformi, potrebno je posvetiti se poglavljima Pravosuđe i temeljna prava i Pravda, sloboda i bezbjednost u ranoj fazi pregovora kako bi se obezbijedilo maksimalno vrijeme za uspostavljanje neophodnog zakonodavstva, institucija, kao i kvalitetnog bilansa ostvarenih rezultata u implementaciji prije završetka pregovora.”

U narednom periodu slijedi jednako posvećen rad na ispunjavanju uslova za postepeno otvaranje pregovora u ostalim poglavljima, što će doprinijeti temeljnim reformama i usaglašavanju sa standardima EU i razvoju crnogorskog društva.

Ono što je pred nama je period napornog rada, kvalitetnog ispunjavanja obaveza i suočavanja sa izazovima na koje moramo odgovoriti. Izazovi su brojni. Prije svega, oni se odnose na potrebu daljeg unapređenja strategijskog okvira, usklađivanje i primjenu zakonodavstva i novih standarda i praksi, izgradnju novih i jačanje postojećih administrativnih kapaciteta, kao i finansijske troškove za realizaciju svih obaveza.

Imajući sve to u vidu, Vlada Crne Gore je u decembru 2013. usvojila petogodišnji plan kroz dokument Program pristupanja Crne Gore EU 2014–2018. (PPCG) sa jasno definisanom agendom kretanja prema EU u trideset tri pregovaračka poglavlja.

Ovim dokumentom, kada je riječ o administrativnim kapacitetima, napredovanjem u pregovorima i približavanjem članstvu u Uniji, prepoznata je potreba za novim znanjima i stručnim profilima koji iziskuju izgradnju novih i jačanje postojećih institucija, edukaciju postojećeg kadra i angažovanje novih ljudi u oblastima gdje se za to javi potreba.

PPCG predviđa donošenje ukupno 1.258 zakona i podzakonskih akata (228 zakona i 1.030 podzakonskih akata).

Sa finansijske strane, najveći izdaci će biti u poglavljima 12 – Bezbjednost hrane, veterinarstvo i fitosanitarni nadzor, 15 – Energetika, 27 – Životna sredina i 29 – Carinska unija. Ova sredstva će biti potrebna za investicije u infrastrukturu (izgradnja postrojenja za prečišćavanje otpadnih

voda, izgradnja kanalizacione mreže, sanacija lokacija na kojima se nalaze deponije opasnog industrijskog otpada, postrojenja za preradu životinjskih nusproizvoda, izgradnja graničnih prelaza za protok robe životinjskog porijekla, izgradnju tijela za strateške rezerve nafte/naftnih derivata, razvoj IT sistema i sl.).

Konstantna pažnja biće posvećena sprovođenju reformi u oblasti vladavine prava koje su ključne za dalji ekonomski razvoj i kvalitetno funkcionisanje svih ostalih segmenata društva.

Unutrašnja zrelost i snaga jednog društva ogleda se u tome koliko su i u kojoj mjeri razvijene i snažne institucije. Stoga je u narednom periodu važno nastaviti reformu pravosuđa kojom će se dalje osigurati nezavisnost i unaprijediti efikasnost, kvalitet službi javne uprave, intenzivirati reforme u oblasti ekonomije koje treba da ojačaju privredni sektor, unaprijediti poslovni ambijent kroz snaženje konkurencije, poboljšati kvalitet roba i usluga.

Važan element procesa pristupanja Crne Gore EU predstavlja i Instrument pretpristupne podrške (IPA), čiji je cilj izgradnja institucionalnih kapaciteta za efikasnu primjenu pravne tekovine EU, kao i priprema za upravljanje strukturnim i instrumentima nakon pristupanja. IPA je zamišljena kao sveobuhvatna podrška procesu evropske integracije, kako u oblasti finansijske podrške, tako i u oblasti tehničke i ekspertske podrške reformama koje se sprovode u zemlji.

U ovom trenutku Crna Gora koristi podršku u okviru prve dvije komponente IPA-e (I – Pomoć u procesu tranzicije i izgradnji institucija i II – Prekogranična saradnja), kojom centralizovano upravlja Delegacija Evropske unije u Podgorici, dok će pravo na korišćenje ostale tri komponente steći nakon donošenja odluke EK o prenosu prava nad upravljanjem Instrumentom pretpristupne podrške EU (decentralizovano upravljanje).

Od značaja je pomenuti i da se ulaskom Republike Hrvatske u Evropsku uniju, ukazala potreba za izmjenama i dopunama Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju kako bi se njeni dalji trgovinski odnosi s Crnom Gorom odvijali na osnovu SSP-a.

Nakon tri runde pregovora s EK, Crna Gora je parafirala a zatim i potpisala 18. decembra 2013. Protokol o izmjenama i dopunama Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju. Time je Crna Gora postala prva država u regionu koja je potpisala Protokol, čime je omogućeno da se tradicionalna trgovina između dvije države i dalje nastavi na liberalnoj osnovi.

Paralelno sa reformskim aktivnostima koje je potrebno sprovesti kako bi se crnogorsko društvo kvalitetno i na vrijeme pripremilo za buduće članstvo u EU, neophodno je intenzivirati komunikaciju sa građanima u pravcu dostizanja visokog stepena razumijevanja i prihvatanja procesa i promjena koje iz njega proističu. Stoga je neophodno aktivno učešće svih činilaca i prihvatanje evropske integracije kao projekta čitavog društva, što ona po svojoj suštini i jeste.

3. Vremenski okvir

Komunikaciona strategija sprovodiće se u periodu 2014–2018. godine i pratiće Program pristupanja Crne Gore EU za isti period.

Ona će detaljno biti razrađena godišnjim akcionim planovima, koje će pripremati Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija u saradnji sa partnerima, koje čine druge institucije, Delegacija EU u Crnoj Gori i civilno društvo, a usvaja Vlada Crne Gore.

Komunikaciona strategija će biti redovno evaluirana i revidirana u skladu sa potrebama procesa.

Ova strategija nije obuhvatila informativnu kampanju uoči referenduma, imajući u vidu vremenski okvir za njeno sprovođenje. To pitanje će biti tretirano Komunikacionom strategijom za period nakon što Crna Gora i Evropska unija završe tehnički dio pregovora, tj. potpišu Ugovor o pristupanju (nakon kojeg slijedi period njegove ratifikacije).

4. Analiza stanja i preporuke – Lekcije koje smo naučili

Prva Komunikaciona strategija za informisanje javnosti o procesu pridruživanja Crne Gore Evropskoj uniji usvojena je 2004. godine. Realizacija ove strategije je bila obilježena značajnom saradnjom sa nevladinim organizacijama.

Komunikaciona strategija za informisanje javnosti o Evropskoj uniji i pripremama Crne Gore za članstvo za period 2010–2014. godine je dokument koji „daje smjernice za što kvalitetnije informisanje i obrazovanje javnosti, a u cilju postizanja što većeg razumijevanja reformskog procesa evropske integracije od strane građana i njihovog aktivnog učešća u njemu“². Glavni cilj je bio „podizanje svijesti u domaćoj javnosti o svim aspektima procesa pristupanja Evropskoj uniji, bolje razumijevanje prava i odgovornosti koje proizilaze iz članstva, podizanje nivoa stručnih znanja kod javnih i privatnih organizacija i institucija, kao i informisanje inostrane javnosti o napretku koji Crna Gora ostvaruje u usvajanju evropskih standarda i vrijednosti“³.

U tom smislu, Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija i druge vladine i državne institucije su u saradnji sa Delegacijom Evropske unije, civilnim društvom, medijima, obrazovnim institucijama i dr. u prethodnom periodu radili na sveobuhvatnom informisanju građana o procesu pristupanja Crne Gore Evropskoj uniji. Cilj je bio približavanja Evropske unije i informisanje o pravima i obavezama koje proističu iz članstva i podsticanje na aktivno učešće u procesu. Kao jednog od glavnih multiplikatora, prethodna strategija je identifikovala, između ostalih, i nevladine organizacije koje su u četvorogodišnjem periodu, uz Delegaciju EU u Crnoj Gori, bile ključni partner Vlade u njenom sprovođenju.

Imajući u vidu rezultate istraživanja javnog mnjenja, koja su sprovele stručne agencije, nevladine i međunarodne organizacije, a cijeneći da se Crna Gora danas nalazi u drugačijoj poziciji od one koju je imala prilikom kreiranja prethodne strategije, novu je potrebno unaprijediti, prilagoditi narednoj fazi integracije, posebno u dijelu prevazilaženja nedostataka u sprovođenju prethodne.

4.1. Lekcije koje smo naučili:

U proces kreiranja nove Komunikacione strategije, posebno donošenja godišnjih akcionih planova, treba uključiti i bolje koordinirati buduće sprovodioce i multiplikatore (pokretače javnog mišljenja) sa ciljem efikasnije organizacije i snažnijeg umrežavanja, da bi se potom primijenili principi decentralizacije i fleksibilnosti.

Komunikacione aktivnosti prema javnosti iziskuju stalno nadgledanje, ocjenjivanje i izmjene. Kako je u sprovođenju prethodne komunikacione strategije ovaj bitan element izostao, u narednom periodu neophodno je uspostaviti odgovarajuću strukturu koja će obezbijediti redovnu i kontinuiranu realizaciju ovih aktivnosti.

Na osnovu iskustva u vezi sa sprovođenjem prethodne strategije za koju nije postojala posebna budžetska stavka, za sprovođenje ove Komunikacione strategije neophodno je opredijeliti odgovarajući budžet.

²Komunikaciona strategija za informisanje javnosti o Evropskoj uniji i pripremama za članstvo za period 2010–2014, str. 5

³ Komunikaciona strategija za informisanje javnosti o Evropskoj uniji i pripremama za članstvo za period 2010–2014, str. 11

Model sprovođenja komunikacionih aktivnosti putem multiplikatora (pokretača javnog mišljenja) pokazao se kao dobar i sa njim treba nastaviti, ali uz proaktivniji i koordiniran pristup Vlade i nadležnih ministarstava. Potrebno je obezbijediti kontinuitet u saradnji između Vlade i civilnog društva u vezi sa blagovremenim i efikasnim protokom i razmjenom informacija, a sa ciljem usklađivanja planova Vlade i aktivnosti civilnog društva. Neophodno je uspostaviti novo tijelo za saradnju ovih struktura u procesu sprovođenja strategije.

U cilju formiranja realnih očekivanja, neophodno je njegovati otvoreni dijalog sa građanima i jasno im predočiti koja prava i obaveze proizilaze iz učlanjenja u EU.

U tom smislu, treba komunicirati razumljivim jezikom i konkretnim primjerima, prikazivati stvarne životne priče i pozitivna iskustva iz regiona i drugih članica EU, koja konkretno govore o uticaju evropske integracije na svakodnevni život.

Neposredan kontakt i rad na terenu je nezamjenjiv kada je u pitanju komuniciranje sa građanima i daje najbolje rezultate, pa sa tom praksom treba nastaviti.

Prema istraživanju javnog mnjenja, promjene do kojih će doći učlanjenjem u EU, javnost percipira kao promjene koje su nametnute od strane EU, a ne kao promjene koje odgovaraju potrebama građana. Važno je da građani shvate da promjene nijesu uzrokovane samom integracijom kao takvom, već neophodnošću dalje demokratizacije društva i stvaranja uslova za održivi razvoj.

Usljed neophodnosti intenzivne sektorske komunikacije, neophodno je umrežiti, edukovati i ojačati službe za odnose sa javnošću na svim nivoima. Takođe, da bi se maksimalno iskoristile prednosti koje pružaju mediji kada je u pitanju informisanje građana o procesu evropske integracije, državni službenici, zaduženi za komunikacijske poslove, treba da budu uključeni u kontinuirani proces obuke i sprovođenje godišnjih akcionih planova.

Potrebno je ciljano pristupiti specifičnim javnostima, kako bi se one detaljnije informisale o pitanjima koja su za njih od posebnog značaja.

I pored svijesti o značaju edukacije novinara koji će se baviti temama evropske integracije i sprovedenih treninga i studijskih programa, nedostatak resursa u crnogorskim medijima i visok stepen mobilnosti kadrova uticali su da danas gotovo nemamo specijalizovanu grupu novinara koja bi se bavila isključivo ovom temom. Ovo pitanje treba posebno tretirati kroz godišnje akcione planove.

Komunikacione projekte vezane za Evropsku uniju neophodno je bolje umrežiti, koordinirati i brendirati u saradnji Ministarstva vanjskih poslova i evropskih integracija, Odbora za evropske integracije Skupštine Crne Gore, Delegacije EU i NVO sektora u Crnoj Gori.

Usporedna iskustva zemalja koje su prošle kroz proces pristupanja, pokazuju da je faza pregovaranja, u kojoj se Crna Gora trenutno nalazi, tehnička i teško razumljiva za građanina, što može uticati na pad povjerenja. Dodatni problem mogu predstavljati stanje i problemi sa kojima se suočava sama Evropska unija. Naime, usljed krize, prije svega, finansijske prirode, ali i iskustava nakon posljednjih proširenja, ojačan je skepticizam među građanima zemalja članica u pogledu novih proširenja. Porast euroskepticizma se može razumjeti i u svjetlu teških ekonomskih prilika u kojima se našao cijeli kontinent. Riječ je o ozbiljnim problemima za koja još uvijek ne postoje dugoročna, sistemska rješenja ni u samoj Evropskoj uniji. Teške ekonomske prilike u državama EU i odgovor evropskih institucija u rješavanju ovih problema mogu uticati na

opšte stavove javnosti o Evropskoj uniji. Istovremeno, negativni ekonomski trendovi koji prate sva tranziciona društva nijesu zaobišli ni Crnu Goru.

Prilikom izrade ove komunikacione strategije, vodilo se računa o brojnim unutrašnjim i spoljnim faktorima koji mogu uticati na njeno sprovođenje.

5. Analiza jakih i slabih strana, prijetnji i mogućnosti (SWOT)

| PREDNOSTI | SLABOSTI |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Većina građana već podržava pristupanje Crne Gore EU • Snažno prisutan stav da Crna Gora, iako nije država članica Evropske unije, jeste evropska država • Mladi su prilično veliki entuzijasti kada govorimo o koristima koje će oni imati po ulasku Crne Gore u EU • Sve parlamentarne političke partije su za pristupanje Crne Gore EU • Postoji pozitivno većinsko društveno opredjeljenje u vezi sa pristupanjem Crne Gore EU • Zainteresovanost medija za temu • Građani Evropskoj uniji pripisuju pozitivnu konotaciju – većina smatra da će nakon pristupanja proces unutrašnjih reformi dovesti do boljeg kvaliteta života • Novi pristup formiranju pregovaračke strukture – učešće predstavnika civilnog društva – sinergija svih segmenata društva • Visok stepen iskorišćenosti finansijskih sredstava u okviru prepristupnih fondova (IPA) za sprovođenje reformi i jačanje institucija • Proaktivnost nevladinog sektora u procesu pristupanja, sa velikim brojem projekata i programa u oblasti evropske integracije | <ul style="list-style-type: none"> • Nepostojanje budžetske stavke za sprovođenje komunikacione strategije • Nedovoljno definisani i efikasni interni komunikacioni kanali na nivou nosilaca procesa • Jedna trećina građana proces pristupanja EU doživljava kao interes političara, a ne građana • Nedostatak kapaciteta za odnose sa javnošću na nivou lokalnih samouprava • Građani koji ne percipiraju EU kao generator bilo kakvih promjena • Nedovoljan broj specijalizovanih novinara u oblasti evropske integracije • Nedovoljna prepoznatljivost članova pregovaračke strukture u javnosti • Nedovoljna informisanost potencijalnih podnosilaca zahtjeva i zainteresovanih javnosti o programima podrške EU, kao i nedovoljno razvijeni kapaciteti za podnošenje zahtjeva • Građani nijesu dovoljno informisani o konkretnim prednostima i obavezama koje proističu iz članstva, što već rezultira nerealnim očekivanjima • Nejasna terminologija u komuniciranju procesa evropske integracije • Iste informacije/poruke za sve ciljne javnosti • Nepristupačnost informacija određenim ciljnim javnostima (osobe sa invaliditetom) |

| ŠANSE | PRIJETNJE |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Crna Gora lider u regionu procesa evropske integracije • Pozitivan stav EU vezano za proširenje i podrška Crnoj Gori • Više neopredijeljenih i sa „mekim“ stavovima, nego protivnika • Edukacija novinara i urednika • Nova regionalna i međunarodna partnerstva • Uspostavljena dobra saradnja sa civilnim društvom, posebno sa nevladinim organizacijama (primjer u regionu i EU) • Korišćenje pozitivnih iskustava i primjera iz država regiona, koje su pristupile EU • Neposredan kontakt i rad na terenu • Otvaranje EU Info centra • Neke teme još nijesu „otvorene“ u medijima i kao takve su daleke građanima • Projekti Delegacije EU i civilnog društva • Raspoloživost finansijskih sredstava u okviru dostupnih programa podrške EU • Uspostavljanje decentralizovanog upravljanja Instrumentom prepristupne podrške EU | <ul style="list-style-type: none"> • Trend povjerenja u EU pokazuje različite nivoe podrške, ali konstantno bilježi dvotrećinsku većinu • Nezainteresovanost građana za informacije o procesu pristupanja • Ekonomska nestabilnost unutar EU • Percepcija dijela javnosti o uslovnoj povezanosti evropske i evro-atlantske integracije • Organizovanje i jačanje mreže euroskeptika • Odliv kadra • Složene procedure podnošenja zahtjeva u okviru programa podrške EU |

Na osnovu ove analize i naučenih lekcija, ovom komunikacionom strategijom odrediće se opšti i specifični ciljevi, strateške ciljne javnosti⁴ i poruke.

⁴Više informacija u poglavlju 8. Ciljne javnosti.

6. Komunikacioni pristup

Strategija predviđa tri pravca pristupa:

1) PR, sa posebnim fokusom na odnose sa medijima;

Osnovni principi: proaktivnost, informisanje, transparentnost, edukacija, decentralizacija, jednostavnost.

2) Institucionalni (Vlada, Skupština i nadležni skupštinski odbori, lokalne samouprave, razne direkcije, agencije i dr.);

Osnovni principi: proaktivnost, partnerstvo, transparentnost, odgovornost, međusobno informisanje i nezavisnost.

3) Sektorska komunikacija, uključujući civilno društvo (ministarstva, strukovne organizacije, NVO, univerziteti i dr.);

Osnovni principi: proaktivnost, partnerstvo, dijalog, transparentnost, odgovornost, međusobno informisanje i nezavisnost.

7. Ciljevi Komunikacione strategije

7.1 Opšti cilj

Opšti cilj ove Strategije je da doprinese boljem razumijevanju procesa evropske integracije kod građana i obezbijedi podršku procesu pristupanja Crne Gore EU.

7.2 Specifični ciljevi⁵

1. *Obezbijediti pravovremene, tačne i pristupačne informacije o pregovaračkom procesu*

- Sprovesti edukativno-informativne kampanje u cilju pružanja potpunih i blagovremenih informacija različitim ciljnim javnostima o procesu pristupanja, uključujući programe podrške EU;
- Kroz sektorsko informisanje obezbijediti da sve ciljne javnosti budu uključene i kvalitetno informisanje o procesu pristupanja, uključujući programe podrške EU;
- Obezbijediti jednostavan i pravovremen pristup informacijama o pregovaračkom procesu uključujući programe podrške EU;
- Zainteresovati medije za izvještavanje o tzv. „životnim pričama iz EU“, ali i specifičnim i stručnim temama iz različitih segmenata i faza procesa evropske integracije;
- Kreirati bazu podataka sa relevantnim informacijama za unutrašnje i vanjske javnosti;
- Obezbijediti redovno informisanje inostrane javnosti o napretku koji Crna Gora ostvaruje u usvajanju evropskih standarda.

2. *Uspostaviti tijela za monitoring i koordinaciju komunikacionih aktivnosti*

- Unaprijediti internu komunikaciju unutar Vlade kroz uspostavljanje Operativnog tijela za praćenje sprovođenja Komunikacione strategije;
- Unaprijediti učešće lokalnih samouprava kroz formiranje opštinskih timova za komunikaciju evropske integracije;
- Unaprijediti komunikaciju između Vlade, Skupštine i drugih državnih institucija i civilnog sektora (sa naglaskom na NVO) kroz uspostavljanje Operativnog tijela za praćenje sprovođenja Komunikacione strategije;

3. *Ojačati dijalog sa svim segmentima društva na temu evropske integracije*

- Stalno jačati javni dijalog sa civilnim društvom i strukovnim organizacijama;
- Podstaci dijalog i aktivno učešće građana u debatama o reformama, odgovornostima i obavezama koje proističu iz članstva;

⁵Ovim dokumentom definiše se lista specifičnih ciljeva koji proizilaze iz opšteg cilja. Ta lista ne predstavlja konačnu listu specifičnih ciljeva, već ona može biti u određenoj mjeri redefinisana od strane Konsultativnog tijela (dalje u objašnjenje u poglavlju 13) u skladu sa rezultatima istraživanja javnog mnjenja koje će se sprovesti minimum jednom godišnje.

- Intenzivirati promociju koristi i odgovornosti koje proističu iz članstva kako bi građani bili informisani koje razlike će donijeti članstvo u EU u odnosu na pristupni period.

4. Uticati na usmjeravanje toka informacija o EU i očekivanjima građana

- Smanjiti nerealna očekivanja od članstva pružanjem objektivnih informacija u vezi sa rezultatima i posljedicama procesa;
- Podići svijest javnosti o partnerskom odnosu crnogorskih i evropskih institucija, organizacija i struktura civilnog društva u procesu pristupanja;
- Smanjiti uticaj neutemeljenih stereotipa vezano za proces pristupanja i članstvo u EU.

Četiri su osnovna aspekta komunikacije:

1. Informisanje;
2. Edukacija;
3. Promovisanje/javno zastupanje vrijednosti EU;
4. Mobilizacija za podršku EU.

Informisanje podrazumijeva kontinuirani proces pružanja preciznih i pristupačnih informacija o svim aspektima procesa pristupanja Crne Gore EU, sa fokusom na pregovarački proces, posebno na prava i obaveze koja proističu iz članstva, te programe podrške EU. Informisanje će tokom sprovođenja ove komunikacione strategije biti usmjereno na strateške ciljne javnosti.

Edukacija podrazumijeva redovne i povremene, dugotrajne i kratkotrajne, opšte i posebne programe obrazovanja građana i različitih ciljnih javnosti vezano za sam proces i promjene koje donosi, a koji direktno utiču na svakodnevni život građana. Posebnu ulogu u ovom procesu imaće obrazovne ustanove i nastavni kadar, pregovaračka struktura i civilno društvo.

Promovisanje/javno zastupanje ima za cilj da kroz aktivni dijalog sa strateškim ciljnim javnostima pojača, odnosno održi nivo pozitivnog raspoloženja prema EU. Važan zadatak Komunikacione strategije je da održi pozitivan odnos prema pristupanju kod onih koji ga imaju, te da utiče na one sa „mekim” stavovima u pozitivnom smjeru (oni koji više podržavaju nego ne podržavaju), kao i na one koji nemaju stav. Vlada će u saradnji sa partnerima – Delegacijom EU u Crnoj Gori, civilnim društvom i strukovnim organizacijama kontinuirano promovisati vrijednosti EU, koristi i prednosti članstva, rad i postignute rezultate tokom procesa pristupanja EU.

Mobilizacija se odnosi na motivisanje strateških ciljnih grupa i njihovo aktivno uključivanja u proces evropske integracije. Vlada Crne Gore će u saradnji sa partnerima nastaviti sa mobilisanjem javnosti i podsticanjem razvoja građanske svijesti, sa ciljem jačanja odgovornih građana, koji će aktivno doprinositi procesu sprovođenja reformi i usvajanja evropskih standarda.

8. Ciljne javnosti

Imajući u vidu sveobuhvatnost i značaj procesa pristupanja EU, novi strateški pristup biće fokusiran na ostvarivanje komunikacije sa što širim spektrom domaćih i inostranih ciljnih javnosti.

Ovom Strategijom se postavljaju određene ciljne javnosti kao konstantni prioritet (tzv. strateške ciljne javnosti), dok se preciznija definicija ostalih ciljnih javnosti mora definisati i redefinisati godišnjim akcionim planovima. Strateške ciljne javnosti se ne smatraju prioritetnijim od onih ciljnih javnosti koje će biti definisane akcionim planovima.

Komunikacija sa javnošću će se realizovati na domaćem i međunarodnom nivou.

8.1 Domaći nivo komunikacije

Domaći nivo komunikacije se odnosi na ciljne javnosti u Crnoj Gori. S obzirom na činjenicu da proces integracije Crne Gore u EU utiče na sve društvene grupe potrebno je precizno definisati ciljne javnosti, kao i odgovarajuće komunikacione kanale i forme.

Strateške ciljne javnost u Crnoj Gori su:

1. Multiplikatori (pokretači javnog mišljenja);
2. Mladi;
4. Grupe osjetljive na promjene.

1. Multiplikatori

Multiplikatori su ciljna javnost koja ima značajan uticaj na mobilisanje drugih ciljnih javnosti i formiranje njihovih stavova. Stoga oni treba da budu uključeni u proces i kao partneri u komunikaciji.

U multiplikatore ubrajamo sljedeće subjekte:

- Medije (urednici i novinari)
- Skupština (poslanici, Odbor za evropske integracije)
- Političke partije
- Privredna i strukovna udruženja
- Sindikati
- Naučno istraživačke ustanove, privredni subjekti, koji se bave istraživanjem i razvojem, obrazovne ustanove i nastavni kadar (izuzev predškolskih)
- Nevladine organizacije
- Vjerske zajednice
- Državne institucije (javni funkcioneri, državni službenici i namještenici)
- Lokalna samouprava/lokalna udruženja
- EU info centri

2. Mladi

Politika Evropske unije prema mladima jedna je od najvažnijih koje ona sprovodi. Podaci iz istraživanja pokazuju da su mladi najveći entuzijasti kad je članstvo u EU u pitanju i da će upravo oni imati najviše koristi od članstva. Ova ciljna grupa obuhvata:

- Osnovce
- Srednjoškolce
- Studente
- Nezaposlene

3. Grupe osjetljive na promjene

U ovu ciljnu grupu spadaju one kategorije stanovništva za koje su zbog određenih specifičnosti, potrebne dodatne aktivnosti u cilju informisanja o razlozima pristupanja, te koristima i prednostima članstva. Ovu ciljnu grupu čine:

- Ranjive grupe (žene, lica sa invaliditetom, LGBT osobe, Romi i Egipćani, izbjegla i raseljena lica, osobe lišene slobode, pritvorena i osuđena lica, osobe na rehabilitaciji i dr.)⁶
- Nezaposleni
- Manjinski narod
- Penzioneri
- Poljoprivrednici
- Ribari
- Ruralno stanovništvo

8.2 Međunarodni nivo komunikacije

1. Kreatori međunarodnog javnog mnjenja i donosioci odluka

2. Opšta javnost u zemljama EU

1. Ovu ciljnu javnost čine Delegacija Evropske unije, strana diplomatsko-konzularna predstavništva u Crnoj Gori, institucije i zvaničnici EU, predstavništva međunarodnih organizacija u Crnoj Gori, inostrane akademske institucije, međunarodne nevladine i „think thank“ organizacije (uključujući i one koje djeluju u pojedinačnim zemljama članicama), inostrani mediji i međunarodna poslovna zajednica. Tokom sprovođenja strategije neophodno je nastaviti sa kontinuiranom komunikacijom u cilju informisanja o napretku Crne Gore u pretpristupnom periodu, jačanjem mreže kontakata, kao i sa drugim promotivnim aktivnostima.

2. Važan aspekt komunikacije treba da bude i informisanje opšte javnosti u državama članicama EU vezano za istorijske, kulturne, ekonomske i prirodne karakteristike Crne Gore i dr., te redovno informisanje o napretku Crne Gore u pregovaračkom procesu. U tom smislu, posebnu ulogu imaće Misija Crne Gore pri Evropskoj uniji, te diplomatsko-konzularna predstavništva Crne Gore u inostranstvu.

Tabela br. 3 sa razrađenim ciljnim javnostima, porukama, kanalima i alatima sastavni je dio ove Komunikacione strategije (str. 38).

⁶Ova ciljna javnost je identifikovana u skladu sa važećim strateškim dokumentima Vlade Crne Gore i relevantnim izvještajima međunarodnih organizacija

9. Ton, jezik i poruke

Adekvatan ton u komunikaciji doprinijeće lakšem i bržem prijemu željene informacije i poruke, a on podrazumijeva da su sadržaji koji se komuniciraju jasni, pristupačni i laki za razumijevanje najširoj populaciji.

Ton koji treba da preovladava u komunikaciji o evropskoj integraciji treba da bude ozbiljan, umjeren i korektan, ali istovremeno pozitivan i dinamičan, da odašilje poruku pouzdanosti i povjerenja.

Otvorenost, pravovremenost i dvosmjerna komunikacija (dijalog) su vodeći principi u sprovođenju strategije.

Jezik poruke treba da bude jednostavan i jasan, neopterećen stručnim i tehničkim terminima koji su nerazumljivi ciljnim javnostima.

Poruke će se prilagođavati shodno dinamici procesa pristupanja EU, kao i sektorskim i lokalnim potrebama. One treba da budu ciljane, usmjerene na strateške ciljne javnosti, nikako iste (uniformne) poruke za sve ciljne javnosti, kao i fokusirane na konkretne rezultate, na osnovu kojih će svaki građanin prepoznati svoju ličnu poziciju u pristupanju EU.

Ovakav pristup će biti zasnovan na realnim temeljima, jer bi stvaranje prevelikih, neutemeljenih očekivanja kod građana moglo da dovede povratno do negativnog efekta ukoliko se ta očekivanja u najvećoj mjeri ne ispune. Isti metod treba primijeniti i kada su u pitanju nerealni strahovi i predrasude.

9.1 Kuća poruka

KROVNA PORUKA: *Pristupanje Crne Gore Evropskoj uniji unaprijediće kvalitet života svih građana.*

STUBNE PORUKE:

- *Bolji kvalitet života građana, kroz reforme institucija i unapređenje vladavine prava.*
- *Članstvo u EU će otvoriti nove poslovne mogućnosti.*
- *Crna Gora će zadržati svoje identitetske, jezičke i nacionalne karakteristike i nakon ulaska u EU.*
- *Podrškom pristupanju Crne Gore zajednici najrazvijenijih zemalja Evrope dajemo šansu razvoju i prosperitetu naše države i njenih građana.*
- *Sredstva iz programa podrške EU su dostupna širokom opsegu institucija/organizacija i doprinose usklađivanju sa standardima EU i unapređenju kvaliteta života građana Crne Gore.*

Baza poruka iz koje su proistekle krovna i stubne poruke, a u odnosu na svaku ciljnu javnost, nalaze se u Tabeli br. 3 (str. 38).

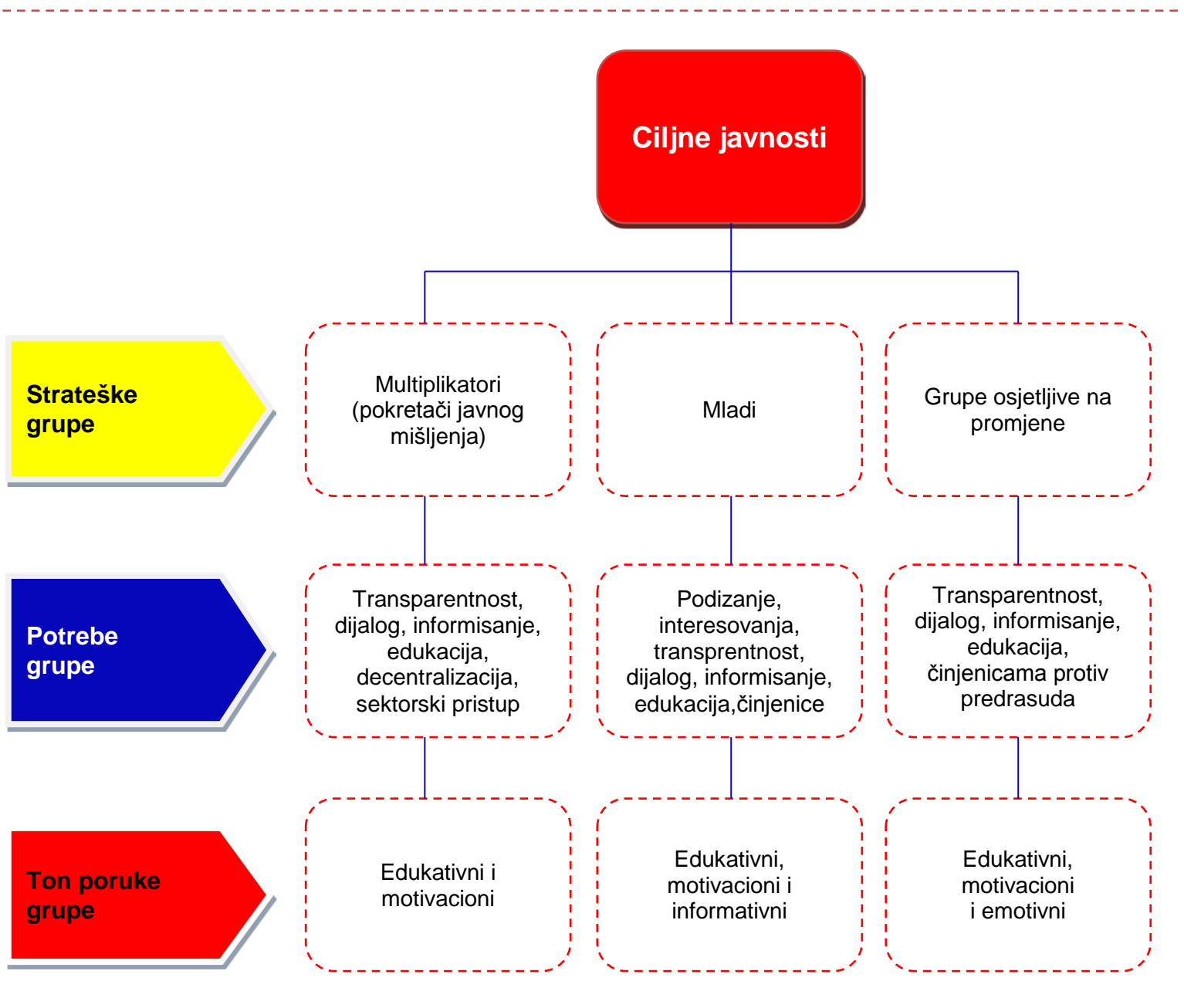


Tabela 1: Ton komunikacije/poruke u odnosu potrebnu vrstu komunikacije sa strateškim ciljnim javnostima

10. Komunikacioni kanali, alati i tehnike

Mediji su jedan od najuticajnijih kreatora mišljenja, stavova javnosti i biće jedan od najznačajnijih kanala putem kojih će se predstavljati rezultati procesa evropske integracije ciljnim javnostima i zainteresovanim subjektima.

Kvalitetna analiza ciljnih javnosti sama po sebi nameće kanale i komunikaciona sredstva u ostvarivanju glavnih ciljeva komunikacione strategije.

Akcentat će biti stavljen na strateške proaktivne odnose sa medijima koji predstavljaju nadogradnju na reaktivne odnose i temelje se na novinarskoj inicijativi.

U Crnoj Gori najuticajniji mediji su TV stanice, štampani mediji i pojedini internet mediji. Pored fokusa na medije sa nacionalnom pokrivenošću, ne smije biti zanemarena uloga lokalnih medija.

Pored tradicionalnih kanala komunikacije (TV, radio, štampani mediji), interneta, posebna pažnja biće posvećena korištenju novih vidova online komunikacije (društvene mreže, youtube, virtuelne zajednice i sl.). Imajući u vidu popularnost mobilne telefonije u Crnoj Gori, mobilni telefoni kao kanal komunikacije ka pojedinim ciljnim grupama biće, takođe, uzeti u obzir.

Pored pozitivnih obilježja online PR aktivnosti (multimedijalni, bezvremenski, nijesu vezani za određeno mjesto, interaktivni, hipermedijalni, imaju nove partnere u komunikaciji, umreženi sa drugim tehnologijama), specifičnosti on line komunikacije ne smiju biti zanemarene u smislu da se mora spremno učestvovati u diskusijama na društvenim mrežama, online konverzacija teško se može kontrolisati, ali se strateškim usmjerenjem može podsticati i razvijati.

Informisanje javnosti o toku pregovora obuhvataće:

- Saopštenja za javnost
- Konferencije za novinare
- Radne doručke sa novinarima
- Vijesti, tematske priče
- Nastupe
- Događaje (sajmovi, izložbe, festivali, koncerti, proslava značajnih EU datuma, Info dani, forumi, takmičenja, kulturne manifestacije, info punktovi)
- Razne vrste izvještaja
- Informativne biltene
- Brošure i priručnike
- Debate, okrugle stolove, savjetovanja, naučne i stručne konferencije, tribine, javne rasprave
- Brifinge
- Seminare/radionice
- Tematske emisije i tekstove u štampanim medijima
- Kolumne i komentare, analize, autorske tekstove
- Intervjue u elektronskim, štampanim i internet medijima
- TV tematske priloge („kamera-spremna” prilozi)
- Radijske emisije

- Plaćene oglase, reklame, bilborde
- Spotove, filmove, džinglove
- Pristup stranim medijskim sadržajima od interesa za temu evropske integracije
- Internet stranice (sajt)
- Društvene mreže/medije
- Brošure i promo materijale (štampani i audio-vizuelni)
- Novinarske obilaskе, studijska putovanja
- Blogove
- Razgovore „licem u lice”
- Sastanke, formalne i neformalne
- Prezentacije
- Fotografije
- Infografike
- Kvizove
- Nagradne igre
- Advertoriale
- Ankete
- Video poruke
- Mobilne aplikacije
- IPA info dane, forume za traženje partnera i sl.
- Medijski sadržaji pristupačni osobama sa invaliditetom (prevođenje na znakovni jezik, titlovanje, materijali na Brajevom pismu i u elektronskoj formi i sl.).

11. Informisanje o pregovaračkom procesu i programima podrške Evropske unije

Uzimajući u obzir ciljne javnosti, informisanje o toku pregovora potrebno je usmjeriti prema:

- opštoj javnosti;
- sektorskim subjektima koji su posebno zainteresovani za pregovore iz pojedinih oblasti;
- internim strukturama državne uprave.

Fokus komunikacije biće usmjeren na tri stuba evropske integracije Crne Gore: **tok pregovora o pristupanju, sprovođenje Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju i programe podrške Evropske unije.**

Pregovori između Crne Gore i Evropske unije vode se u trideset pet pregovaračkih poglavlja, koji direktno ili indirektno utiču na sve aspekte društva. Imajući u vidu fazu pregovora u kojoj se trenutno nalazimo, u narednom periodu komunikacija će biti fokusirana na prilagođavanja našeg zakonodavnog sistema pravnoj tekovini EU i rezultatima koji će proizaći iz tog procesa. Do sada, u fokusu komuniciranja su bile teme uspostavljanja pregovaračke strukture, privremenog zatvaranja poglavlja 25 (Nauka i istraživanje) i 26 (Obrazovanje i kultura) i shodno novom pristupu, aktuelnosti u vezi s poglavljima 23 (Pravosuđe i temeljna prava) i 24 (Pravda, sloboda i bezbjednost). Iako će poglavlja u vezi sa vladavinom prava nastaviti da budu predmet komuniciranja tokom čitavog procesa pregovora, taj fokus će se proširiti i na ostala poglavlja shodno samoj dinamici pregovora. Prije svega, na većinu poglavlja za koja neće postojati mjerila za otvaranje, tako i na kompleksnija poglavlja, koja će iziskivati pojačane napore crnogorskog društva: Sloboda kretanja robe, Pravo osnivanja preduzeća i sloboda pružanja usluga, Konkurencija, Poljoprivreda i ruralni razvoj, Bezbjednost hrane, veterinarstvo i fitosanitarni nadzor, Ribarstvo, Energetika, Regionalna politika i koordinacija strukturnih fondova, Životna sredina.

Iz tog razloga neophodno je ciljanim pristupom komuniciranja, jednostavnim, a preciznim jezikom informisati građane o suštini toka i značaju ovih promjena i uticaja na njihov svakodnevni život. Imajući u vidu da je ovom komunikacionom strategijom definisan sektorski pristup, posebnu ulogu u komuniciranju imaće odjeljenja za odnose sa javnošću ministarstava/institucija i pregovaračka struktura. U tom smislu, biće neophodno raditi na jačanju kapaciteta odjeljenja za odnose sa javnošću, vještini komunikacije pregovaračkog tima/strukture i njihovoj većoj vidljivosti u javnosti. U **Prilogu 1** su precizirani i definisani nosioci komunikacije po pregovaračkim poglavljima.

Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju je prvi ugovorni odnos između Crne Gore i Evropske unije, koji je stupio na snagu 1. maja 2010. godine. Ministarstvo vanjskih poslova i druga nadležna ministarstva će putem komunikacionih kanala i alata definisanih ovom strategijom nastaviti redovno informisanje o svim obavezama i promjenama koje proističu iz primjene SSP-a.

Komunikacija u vezi sa programima podrške Evropske unije, uključujući i IPA-u, biće fokusirana na edukaciju, informisanje i vidljivost rezultata. Komunikaciona strategija IPA-e I za programski period 2007–2013. je izrađena i u korelaciji sa ovom strategijom. Takođe, Komunikaciona strategija za IPA-e II (2014–2020.) biće donijeta nakon dobijanja jasnih okvira ovog instrumenta. U **Prilogu 2** nalazi se opširnija informacija o programima podrške EU Crnoj Gori.

12. Učesnici i partneri u komunikaciji

12.1 Domaći partneri

Proces pristupanja Crne Gore EU prouzrokovat će sveobuhvatne promjene u državi i društvu, a posebnu odgovornost u ovom procesu imaju **Vlada, Skupština i ostali državni organi i lokalne samouprave.**

Koordinacija svih relevantnih državnih subjekata po ovom pitanju mora biti unaprijeđena. Tu se, prije svega, misli na međuresornu saradnju u okviru postojećih radnih tijela, ali i poboljšanje koordinacije službi zaduženih za odnose sa javnošću u državnoj upravi (Biro za odnose sa javnošću, odjeljenja za odnose sa javnošću ministarstava, Skupštine, institucija, pregovarački tim i sl.).

Odbor za evropske integracije Skupštine Crne Gore u okviru svojih komunikacionih aktivnosti (tematske tribine o pregovaračkim poglavljima, posjete opštinama, organizacija javnih događaja na teme iz pregovaračkog procesa, sajt Skupštine, društvene mreže) daje važan doprinos informisanju građana i boljem razumijevanju pregovaračkog procesa. Kao predstavničko tijelo građana namjera mu je da približi proces pregovora koristeći dostupne mehanizme kontrole i omogućiti da se odvijaju u njihovom interesu. Na taj način, stiče se povjerenje ne samo u vjerodostojnost pristupanja Crne Gore u EU, već i organe koje učestvuju u procesu. Iz adekvatnog partnerskog odnosa Vlade i Skupštine proističe politička volja kao ključni uslov za sprovođenje kako ove strategije, tako i ostalih aktivnosti koji imaju za cilj bržu integraciju Crne Gore u EU. U tom smislu, u narednom periodu važno je unaprijediti komunikaciju i uspostaviti bolju koordinaciju aktivnosti koje sprovodi Vlada i ovaj skupštinski odbor.

Jedan od ključnih partnera Vlade u sprovođenju komunikacione strategije su **mediji** zbog značaja njihovog uticaja na formiranje javnog mišljenja. Pored tradicionalnih elektronskih i štampanih medija (na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou), posebnu pažnju potrebno je posvetiti novim medijima, imajući u vidu da ciljna javnost – mladi, uglavnom koristi ovaj vid komunikacije. Još jaču saradnju potrebno je ostvariti sa medijima na lokalnom nivou, kako bi komunikacija bila što konkretnija i građanima jasno predočila šta pristupanje EU znači konkretno za njih kao stanovnicima tog grada (predgrađa, sela i sl.). Mediji su u okviru ove strategije i ciljna javnost i kanal komunikacija i, u tom smislu, njihova uloga u ovoj strategiji prvobitno mora biti shvaćena kao partnerska. Zbog toga je neophodno i dalje izgrađivati odnose povjerenja sa glavnim i odgovornim urednicima, a kroz edukaciju profilisati novinare koji će potencijalno dugoročno pratiti ovu temu. Jedan od ciljeva strategije jeste da se nivo komunikacije prebaci sa opšteg na vrlo konkretne teme i da se kroz priloge i reportaže približi svakodnevni život građana u EU, posebno naglašavajući pozitivne primjere (poljoprivrednici, ribari, mala i srednja preduzeća, osobe sa invaliditetom i druge ranjive grupe i dr. u Hrvatskoj, Sloveniji i drugim državama članicama EU).

Nevladine organizacije će i ubuduće ostati jedan od ključnih partnera u sprovođenju nove strategije. Iskustvo saradnje Vlade i NVO u sprovođenju prethodne Komunikacione strategije bilo je pozitivno i saradnju u tom pravcu treba nastaviti, kroz proaktivnu ulogu Vlade u koordinaciji i iniciranju aktivnosti. Veliki dio NVO-a valorizuje znanje o evropskoj integraciji promovišući ga javnosti, dolazeći do mladih i koncentrišući se na slanje poruka putem medija. NVO koje u okviru svoje misije imaju poseban fokus na evropsku integraciju doprinose na način

što pomažu medijima da razumiju proces, a oni dalje prenose informacije javnosti. U cilju informisanja ranjivih grupa ostvarivaće se saradnja sa NVO koje zastupaju njihova prava i koje mogu dati stručnu pomoć u osmišljavanju kampanje za ove specifične ciljne javnosti.

Posebnu partnersku ulogu imaće **akademska zajednica, nastavnici, profesori, učitelji**, jer oni imaju značajan uticaj na stvaranje vrijednosnih stavova mladih.

Izgradnja partnerskih odnosa sa **vjerskim zajednicama** je, takođe, veoma značajna u komunikaciji sa građanima.

Imajući u vidu da se nova strategija komunikacije fokusira na komunikaciju o tome šta pridruživanje EU konkretno znači za svakog građanina, a nadovezujuću se na nalaz istraživanja koji pokazuje da se stanovništvo identifikuje lokalno, nezaobilazan i jedan od najvažnijih partnera u sprovođenju nove Komunikacione strategije, svakako, jesu **lokalne samouprave**. Svaka od opština mora da ima osobu/tim zadužen za komuniciranje procesa evropske integracije na lokalnom nivou, koje će tijesno sarađivati kako sa Ministarstvom vanjskih poslova i evropskih integracija, tako i sa organizacijama civilnog društva na lokalnom nivou. Glavnu podršku u poboljšanju ove koordinacije treba da pruži Operativna struktura i Odjeljenje za odnose sa javnošću i komunikacionu podršku integracionim procesima Ministarstva vanjskih poslova i evropskih integracija i Kancelarija Glavnog pregovarača.

Partneri u komunikaciji će, svakako, biti **privredni sektor, udruženja poslodavaca, kao i udruženja sindikata**.

Diplomatska, konzularna, kulturna i privredna predstavništva Crne Gore u inostranstvu naročito su važni partneri u procesu komuniciranja sa inostranom javnošću. U tom smislu, neophodno je obezbijediti adekvatnu obuku diplomatskih predstavnika iz oblasti komunikacije – odnosa s javnošću i javne diplomatije, kao i nesmetan protok potrebnih informacija i dobru koordinaciju između nosilaca komunikacionih aktivnosti u Crnoj Gori i diplomatskih, konzularnih, kulturnih i privrednih predstavništava Crne Gore u inostranstvu.

Poseban akcenat je potrebno staviti na **Misiju Crne Gore pri Evropskoj uniji** koja, shodno prirodi posla, blisko sarađuje kako sa institucijama Evropske unije, tako i sa ostalim misijama zemalja članica pri EU u Briselu.

12.2. Međunarodni partneri

Savjet Evropske unije i Evropska komisija konstantno i temeljno prate reformske procese u Crnoj Gori, daju preporuke i smjernice, ali i stručnu i tehničku podršku i pomažu državi kandidatu u napredovanju prema članstvu. Iz tog razloga je bitno kvalitetno, sveobuhvatno i pravovremeno informisanje i konsultovanje sa pomenutim organima EU o svim pitanjima iz evropske agende. Takođe, pokretanje zajedničkih/partnerskih projekata i inicijativa/događaja odvija se u dva smjera: u cilju promovisanja crnogorskih rezultata državama članicama EU i promovisanja EU i njenih vrijednosti i politika crnogorskim građanima.

Jedan od ključnih učesnika u komunikaciji svakako jeste i **Delegacija Evropske unije**, sa kojom je potrebno uskladiti planove i realizaciju komunikacionih aktivnosti, posebno imajući u vidu da se početkom 2014. godine u Podgorici otvara EU Info centar, koji će značajno doprinijeti informisanju javnosti. Njegova svrha će biti da obezbijedi objektivnu i jasnu informaciju o EU koja će biti dostupna široj javnosti. Info centar će imati zadatak da informiše o politikama i

programima podrške EU; unaprijedi znanje, razumijevanje i podršku građanima Crne Gore u evropskom integracionom procesu podstičući javne debate i o EU i odnosu EU i Crne Gore; da organizuje različite aktivnosti kako bi se pružila podrška medijima u razumijevanju integracionog procesa, individualnih EU politika i funkcionisanju institucija EU); da komunicira sve prednosti i obaveze koje podrazumijeva EU članstvo prezentujući konkretne primjere i „priče sa humanom dimenzijom” i dr.

Posredstvom **ambasada, konzulata i drugih predstavništava zemalja EU u Crnoj Gori** uspostavlja se još jedan značajan kanal komunikacije sa EU, s obzirom na ulogu koju Vlade zemalja članica imaju u kreiranju politike Unije prema Crnoj Gori.

Međunarodne institucije i organizacije, preko međunarodnih eksperata, mogu pružiti značajnu stručnu pomoć u realizaciji Komunikacione strategije. Ovo uključuje i međunarodne nevladine organizacije, kao i NVO iz pojedinih zemalja članica EU.

Međunarodne fondacije predstavljaju važne partnere kada je realizacija Komunikacione strategije u pitanju. Pored redovnih budžetskih sredstava i programa podrške EU, pomoć međunarodnih fondacija potpomogla bi kvalitetnije sprovođenje planiranih aktivnosti.

Inostrani mediji imaju presudan uticaj na formiranje međunarodnog javnog mnjenja. Prvi zadatak komunikacije je podsticanje zainteresovanosti inostranih medija za dešavanja u Crnoj Gori, pri čemu treba voditi računa o relevantnosti plasiranih informacija za međunarodnu javnost i specifičnim interesovanjima konkretnih ciljnih javnosti.

Imajući u vidu prethodno, potrebno je da godišnji akcioni planovi sadrže i tretiraju i informisanje inostrane javnosti.

13. Sprovođenje komunikacione strategije-nosioci i strukture

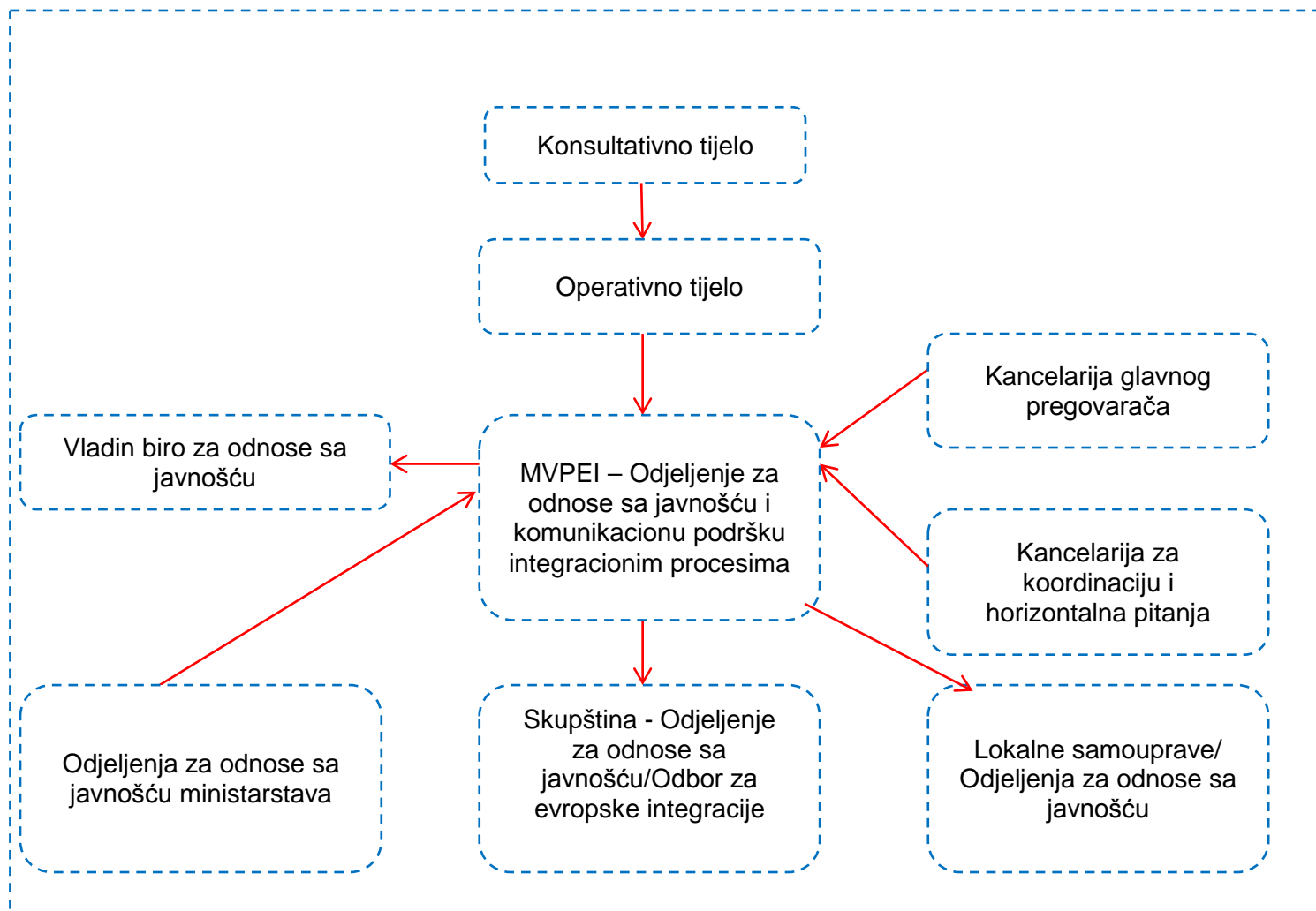


Tabela 2: Nosioci sprovođenja komunikacione strategije i smjer toka informacija

U cilju ujednačenog, pravovremenog i preciznog informisanja javnosti o procesu evropske integracije potrebno je stalno unapređenje planiranja i koordinacije komunikacionih aktivnosti u radu nadležnih organa državne uprave, te jasno definisanje internih procedura protoka informacija.

Prvi pravac djelovanja je da se u redovne aktivnosti nadležnih organa državne uprave uvede planiranje komunikacionih aktivnosti koje proizilaze iz djelokruga njihovog rada, a odnose se na evropsku integraciju.

Ova aktivnost podrazumijeva da Vlada (Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija, pregovaračka struktura, odjeljenja za odnose sa javnošću ministarstava/institucija) u skladu sa ciljevima, pristupom, utvrđenom ključnom porukom i jezikom daju informativni kontekst i sadržaj uz tematiku koju obrađuju.

Drugi važan pravac su redovne konsultacije:

- Između Ministarstva vanjskih poslova i evropskih integracija, Vladinog biroa za odnose sa javnošću, odjeljenja za odnose sa javnošću (ministarstava i pregovaračka struktura);
- Između Ministarstva vanjskih poslova i evropskih integracija i Delegacije EU u cilju planiranja zajedničkih komunikacionih aktivnosti i stvaranja sinergije u odnosima s javnošću;
- Između Ministarstva vanjskih poslova i evropskih integracija i Odbora za evropske integracije Skupštine Crne Gore radi bolje usklađenosti komunikacijskih aktivnosti;
- Između Vlade i civilnog društva kao ključnog multiplikatora u cilju planiranja budućih zajedničkih aktivnosti i ujednačene komunikacije prema javnosti.

Treći pravac odnosi se na formiranje mreže stručnjaka radi boljeg upravljanja komunikacijama iz svih sektorskih politika.

Proširivanje komunikacionih aktivnosti:

- Jačanje saradnje sa lokalnim samoupravama;
- Uključivanje ličnosti iz javnog života kao prenosilaca poruka;
- Jačanje saradnje sa lokalnim medijima;
- Podsticanje različitih aktivnosti posvećenih mladima;
- Studijska putovanja i programi saradnje za relevantne interesne grupe (poljoprivrednici, ribari, preduzetnici i dr.);
- Informativne kampanje za određene ciljne javnosti;
- Ostvarivanje saradnje sa specijalizovanim marketing agencijama;
- Nova sredstva komunikacije: Portal Ministarstva vanjskih poslova i evropskih integracija o EU uz korišćenje društvenih medija.

Konsultativno tijelo se bira od članova Radne grupe koji su učestvovali u izradi komunikacione strategije, predstavnika Delegacije EU u Crnoj Gori i nezavisnih eksperata po potrebi. Zadatak ovog tijela je da se sastaje minimum dva puta godišnje i prati sprovođenje strategije na osnovu akcionih planova, radi evaluaciju i daje preporuke Operativnom tijelu u odnosu na ciljeve postavljene ovom strategijom.

Operativno tijelo čine predstavnici subjekata zaduženih za realizaciju strategije – predstavnici Vladinog biroa za odnose sa javnošću, ministarstava uključenih u sprovođenje Komunikacione strategije, predstavnik Skupštine, Zajednice opština i nevladinog sektora. Predstavnici nevladinog sektora se biraju na osnovu javnog poziva. Godišnji akcioni plan priprema

Operativno tijelo, a na prijedlog Ministarstva vanjskih poslova i evropskih integracija usvaja Vlada.

Lokalne samouprave su u obavezi da odrede najmanje jednu osobu koja će biti zadužena za komunikaciju evropske integracije i koja će koordinirati sveukupnu komunikaciju vezano za EU na nivou opštine (opštinska preduzeća, NVO, IPA projekti i sl.). Potrebno je da lokalne samouprave definišu komunikacione planove koji će biti usaglašeni sa strategijom komunikacije na nacionalnom nivou.

Interna komunikacija između nosilaca strukture za sprovođenje odvija se putem pravilnika, sastanaka, intraneta, elektronskog biltena, izvještaja, edukativnih seminara, pisama, obavještenja, priručnika, biltena i brošura.

Sve ove kanale definiše, odnosno određuje činjenica da su oni zapravo alati za uspostavljanje i unapređenje komunikacije između svih relevantnih subjekata koji su nosioci sprovođenja ove strategije.

14. Mapiranje uključenih subjekata

Ovom Strategijom se preporučuje minimalno jednom godišnje (u kontekstu donošenja akcionih planova), a po potrebi i češće, sprovođenje mapiranja subjekata uključenih u proces komunikacije.

Ovim procesom je potrebno napraviti što je moguće iscrpniji pregled svih pravnih, ali i komunikacionih, posebno relevantnih fizičkih subjekata koji su prepoznati kao neko ko se na aktivan način uključuje u proces komunikacije integracije Crne Gore u EU.

Preporučuje se da se svi subjekti podijele u tri kruga u zavisnosti od stepena aktivnosti (komunikacionog uticaja na ciljne javnosti), kao i da se definišu dodatne analize i ukrštanja (tzv. strateške matrice, npr. ukrštanje stepena aktivnosti i stepena pozitivnosti/negativnosti odnosa prema integraciji Crne Gore, analiza uticaja na najvažnije strateške ciljne javnosti i sl.).

Svijest o svim akterima koji su, na bilo koji način, uključeni u proces komunikacije oko evropske integracije, i koji svojim djelovanjem u određenoj mjeri utiču na strateške ciljne javnosti, od posebne je važnosti za sprovođenje efikasne komunikacije.

Postizanje krajnjih ciljeva postavljenih ovom Strategijom u velikoj mjeri zavisi od stvaranja sinergičkog efekta među raznim akterima komunikacije, kao i prepoznavanja najvažnijih izvora skeptičnog odnosa prema EU integracijama i blagovremeno nuđenje kontra argumenata, kako bi krajnji učinak bio u većoj mjeri uravnotežen.

Istraživanje ovog tipa ne ulazi u proces evaluacije samog komunikacionog procesa vezano za evropsku integraciju.

15. Vizuelni identitet procesa evropske integracije

Da bi pristupanje Crne Gore Evropskoj uniji bilo prepoznatljivije i bliže svim ciljnim javnostima, Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija je izradilo idejno rješenje vizuelnog identiteta i slogana pristupanja Crne Gore EU, EU4ME, JA ZA EVROPU, EVROPA ZA MENE, koji se nalazi u prilogu i sastavni je dio ovog dokumenta **(Prilog 3)**.

Imajući u vidu ciljne javnosti koje su tretirane strategijom, fokus će biti stavljen na znak, odnosno slogan, u zavisnosti od karakteristike određene ciljne javnosti.

Kako je ovaj znak u upotrebi od 2011. godine i korišćen je na promotivnom materijalu koji se odnosi na proces pristupanja, a na osnovu istraživanja javnog mnjenja, u kojem 66,7% ispitanika ima pozitivan stav prema ovom idejnom rješenju, treba nastaviti sa njegovom upotrebom.

Svi akteri procesa komunikacije (nosioci komunikacije) moraju biti informisani o postojanju Knjige standarda i obavezani za korišćenje i poštovanje standarda navedenih u njoj.

Svi nosioci komunikacije obavezni su da u maksimalno primjerenom mjeri koriste elemente vizuelnog identiteta u skladu sa kriterijumima za primjenjivanje koji će se uspostaviti posebnim aktom Ministarstva vanjskih poslova i evropskih integracija.

Ova strategija ne isključuje mogućnosti dodatnog „brendiranja“ za potrebe specifičnih projekata/inicijativa koji su sinergične ili direktno povezane sa procesom evropske integracije. U tom slučaju je neophodno Knjigom standarda definisati primjenu vizuelnog identiteta zajedno sa drugim znakovima/brendovima, kao i kriterijume na osnovu kojih se donosi odluka o uključivanju, odnosno isključivanju nekih ili svih elemenata bilo vizuelnog identiteta procesa evropske integracije, bilo vizuelnih elemenata vezanih za same specifične inicijative/projekte.

Osnovni ciljevi su postizanje sveopšte prisutnosti vizuelnog identiteta procesa evropske integracije u javnosti, kao i postizanje relevantnog utiska o povezanosti komunikacijskih napora i inicijativa u jedinstveni proces – proces evropske integracije Crne Gore.

16. Budžet i resursi

Najvažniju ulogu u sprovođenju ove komunikacione strategije imaće Operativno tijelo, koje će biti zaduženo za sprovođenje aktivnosti planiranih godišnjim akcionim planom, kao i Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija, koje će pružati tehničku podršku ovoj strukturi.

Strategija će se razrađivati godišnjim akcionim planom, a planirane aktivnosti će se finansirati iz budžeta Crne Gore (budžet Ministarstva vanjskih poslova i evropskih integracija i drugih organa državne uprave), bilateralnih projekata, uključujući programe podrške EU, međunarodnih donacija i sredstava koje obezbijede NVO i/ili drugi akteri civilnog društva.

Budžetska sredstva biće projektovana i predstavljace sastavni dio godišnjeg akcionog plana, koji će Vlada usvajati do kraja tekuće godine.

17. Monitoring i evaluacija (Nadgledanje i ocjena) – Izvještaj o sprovođenju Komunikacione strategije

Monitoring i evaluacija sprovođenja i rezultata predstavljaju važan aspekt Komunikacione strategije, u cilju mjerenja uspješnosti, efikasnosti sprovođenja i ostvarenog napretka u odnosu na postavljene ciljeve, boljeg upravljanja budžetom, te usklađivanja planiranih metoda sa rezultatima mjerenja sa terena.

17.1. Evaluacija

Evaluacija podrazumijeva procjenu dinamike, kvaliteta, obima aktivnosti, kao i usklađenosti aktivnosti sa Strateškim planom, odnosno godišnjim akcionim planovima. Evaluacija se sprovodi redovno, a odgovornost za njeno sprovođenje, kao i za pisanje obaveznog Izvještaja o evaluaciji, ima Konsultativno tijelo. Evaluacija će se sprovodi u dogovorenim rokovima predviđenim akcionim planovima i to najmanje jedna u šest mjeseci. Na kraju svakog perioda sprovođenja akcionih planova obavezno je sprovesti proces evaluacije.

U procesu evaluacije neophodno je koristiti Strategiju, akcione planove radi procjene dinamike, obima i kvaliteta realizovanih aktivnosti, kao i usklađenosti tih aktivnosti i eventualnih krajnjih proizvoda sa navedenim dokumentima. Takođe je integralni dio evaluacije, odnosno njenog Izvještaja, i procjena učinka na bazi indikatora učinka koji se dobijaju u najvećoj mjeri na osnovu rezultata monitoringa (vidjeti u daljem tekstu).

17.1.1. Vanredni nivo

Vanredna evaluacija se odvija ad hoc i u skladu sa potrebama koje se otvaraju u toku procesa (relevantni politički, društveni, ekonomski ili slični događaji) na nivou Crne Gore, regiona i/ili same EU. Potreba za vanrednom evaluacijom se može otvoriti i nakon sprovođenja posebno relevantnih aktivnosti planiranih ovom Strategijom i/ili Akcionim planovima.

Metodologija vanredne evaluacije se usklađuje sa potrebama.

U skladu sa pristupom ove Komunikacione strategije, proces evaluacije biće transparentan kroz dostupnost javnosti godišnjeg akcionog plana i Izvještaja o realizaciji.

17.2 Monitoring

Proces monitoringa je višeslojni i kontinuirani proces zasnovan na nizu metodoloških pristupa. Taj proces će sprovoditi specijalizovane firme/agencije koje su u posjedu neophodnih znanja, infrastrukture i opreme, a po nalogu Operativnog tijela. U toku sprovođenja strategije potrebno je obezbijediti isti metodološki pristup, radi uporedivosti podataka i kvalitetne evaluacije.

Monitoring će se sprovoditi dinamikom defnisanom na tri nivoa:

1. kontinuirani/stalni
2. sistematski/redovni
3. vanredni/po potrebi

17.2.1. Kontinuirani/stalni nivo

Na ovom nivou se vrši monitoring medija. Monitoring medija obavlja se svakodnevno i bazira se na kvantitativnom i kvalitativnom nivou. Izvještaji dnevnog monitoringa sadrže osnovne kvantitativne i kvalitativne analize, ali je (kroz unos u adekvatnu bazu podataka) neophodno da agencija koja vrši monitoring obezbijedi mogućnost dobijanja podataka po upitu (kvantitativne i kvalitativne za tražene periode i po indikatorima učinka koji se odnose na ovu vrstu monitoringa). Takođe je neophodno da agencija obezbijedi (u elektronskoj formi) i direktan uvid u medijske sadržaje koji su pokriveni monitoringom.

Vrste medija na koje se monitoring odnosi su:

1. Štampani mediji (dnevni i periodična štampa)
2. Elektronski (relevantni TV i radio emiteri na nacionalnom i lokalnom nivou)
3. Online mediji (relevantni informativni portali; svi domaći, i uži izbor stranih)
4. Društveni mediji

17.2.2. Sistematski nivo

Monitoring se na sistematskom nivou mora odvijati (u godišnjim akcionim planovima) u predviđenim evaluacionim terminima i uključivati višestepeni metodološki pristup. Ovaj pristup se u idealnom smislu zasniva na:

- a. anketi na relevantnom uzorku stanovništva (kvantitativno istraživanje);
- b. polustrukturalnom intervjuisanju predstavnika relevantnih institucija u procesu EU integracije; Preporučuje se uspostavljanje jednog ili više „panel“ uzoraka – predstavnika najvažnijih ciljnih javnosti⁷.
- c. fokus grupama sa predstavnicima relevantnih ciljnih javnosti (s posebnim akcentom na strateške ciljne javnosti, kao i one koje će biti pridružene Akcionim planovima).

Termini sprovođenja moraju biti uklađeni sa terminima evaluacije (vidjeti „Evaluacija“) i pisanja izvještaja o evaluaciji. Ishod evaluacije predstavlja najvažniju polaznu osnovu za eventualnu reviziju, kao i za pisanje novih akcionih planova.

17.2.3 Vanredni nivo

Vanredni nivo monitoringa se sprovodi samo po potrebi. Odnosi se na procjenu uticaja relevantnih događaja na društvenom ili političkom planu koji se mogu odigrati u toku sprovođenja Strategije odnosno Akcionih planova. Ti događaji mogu biti posljedica samih aktivnosti predviđenih tim dokumentima, ali i događaji koji nijesu sa njima povezani (političke promjene, događaji na nivou EU, događaji na nivou ekonomije u Crnoj Gori ili u EU, pojava posebno relevantnih ličnosti na javnoj sceni čija se komunikacija odnosi na proces pridruživanja,

⁷Ovi panel uzorci ne moraju biti statistički reprezentativni, ali bi omogućavali uporedivu, brzu i adekvatnu procjenu reakcija javnosti na relevantne komunikacijske događaje.

odnosno na odnos prema EU i sl.). Vanredni nivo monitoringa može, ali ne mora biti povezan (odnosno prethoditi) vanrednom nivou evaluacije, zavisno od procjene.

Metodologija kojom se sprovodi vanredni nivo monitoringa se usklađuje sa tipologijom događaja koji je pokrenuo potrebu za vanrednim monitoringom. Skreće se pažnja na činjenicu da se, prilikom odluke o metodologiji na ovom nivou, mora imati u vidu i vremenski okvir, tj. da može postojati potreba za brzom reakcijom po načelima kriznog PR-a.

18. Zaključak

Ova Komunikaciona strategija predstavlja okvir za komunikaciju procesa evropske integracije Crne Gore sa domaćim i međunarodnim strateškim ciljnim javnostima i obavezujuća je za sve učesnike/nosioce procesa na nivou Vlade, organe državne uprave.

Imajući u vidu da je opšti cilj strategije da doprinese boljem razumijevanju procesa evropske integracije kod građana i obezbijedi podršku procesu pristupanja Crne Gore EU, u ovom dokumentu prepoznati su nedostaci sprovođenja prethodne komunikacione strategije, i date jasne smjernice na svim nivoima komunikacije za ostvarenje ovog cilja.

Samo koordinirano djelovanje i nastup državnih institucija, koji imaju najznačajniju ulogu u ovom procesu prema građanima daje rezultate, i jednom riječju, ovaj okvir treba da omogući da svako u ovom procesu prepozna svoju ulogu. Iz tog razloga ovom strategijom se jasno naglašava uloga Ministarstva vanjskih poslova i evropskih integracija, ministarstava/državnih institucija, pregovaračke strukture, lokalnih samouprava i daju smjernice za produbljavanje, odnosno proširivanje komunikacije, te uspostavljanje struktura koje treba da obezbijede kvalitetno sprovođenje, monitoring i evaluaciju.

Ova strategija istovremeno daje smjernice za sve partnere u procesu, u cilju bolje, sveobuhvatnije i koordinirane komunikacije prema građanima Crne Gore, posebno u dijelu zajedničkih inicijativa i projekata koji će u narednom periodu biti realizovani kroz godišnje akcione planove.

19. Tabela 3: Pregled ciljeva, osnovnih poruka, komunikacionih alata i tehnika za svaku ciljnu javnost

| <i>Ciljne javnosti</i> | <i>Ciljevi</i> | <i>Osnovne poruke</i> | <i>Komunikacioni alati i tehnike</i> |
|--|--|--|--|
| MULTIPLIKATORI | | | |
| Mediji (urednici i novinari) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Unaprijediti komunikaciju sa medijima ✓ Kroz edukaciju i informisanje podići nivo znanja novinara i profesionalno izvještavanje o procesu pristupanja EU, pravima i obavezama iz članstva, uključujući programe podrške Evropske unije | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Mediji važan partner i ključni kanal komuniciranja procesa pristupanja Crne Gore EU ✓ Priča o evropskoj integraciji utiče na sve građane i zato su važne objektivne i pravovremene informacije ✓ Informisan novinar – objektivne i pravovremene vijesti ✓ Bolja saradnja – informisan čitalac/gledalac o procesu pristupanja Crna Gora EU | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Redovni sastanci, saradnja u realizovanju tematskih priloga i tekstova, seminari, saopštenja za javnost, konferencije za štampu, radionice, okrugli stolovi, studijske posjete evropskim institucijama i državama članicama EU, posjete gradovima – konkretni projekti, konferencije, neformalni brifinzi, bilteni, informatori, društveni mediji, pristup stranim medijskim sadržajima od interesa za temu evropske integracije, EU Info centar i dr. |
| Skupština, (poslanici, Odbor za evropske integracije) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ojačati ulogu Skupštine u informisanja građana ✓ Osnažiti politički dijalog na temu procesa pristupanja EU, uključujući programe podrške Evropske unije ✓ Unaprijediti komunikaciju sa evropskim institucijama i državama članicama EU ✓ Unaprijediti koordinaciju između | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Podrška svih parlamentarnih partija pristupanju EU važan aspekt integracije ✓ Skupština ima važnu ulogu u informisanju građana o procesu pristupanja Crne Gore EU ✓ Na Skupštini leži najveća odgovornost za usvajanje EU legislative ✓ Vlada, Skupština i civilno društvo partneri u procesu pristupanja EU ✓ Crna Gora će zadržati svoje identitetske, jezičke i nacionalne karakteristike i nakon ulaska u EU | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Javne rasprave, seminari, okrugli stolovi, panel diskusije, sastanci, studijske posjete evropskim institucijama i zemljama članicama EU, konferencije, bilteni, informatori, prezentacije, radijske i TV emisije, tematski prilozi u štampanim medijima, internet stranica Skupštine i vladinih institucija, intranet, društveni mediji, javna događanja i dr. |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | Vlade i Skupštine kada su u pitanju komunikacione aktivnosti | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pristupanje EU nije jednostavan proces, svako mora da odradi svoj dio posla | |
| Političke partije | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Kroz programsko djelovanje na državnom i lokalnom nivou omogućiti bolje razumijevanja prava, obaveza i mogućnosti koje proizilaze iz članstva | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Proces pristupanja Crne Gore EU je glavni spoljnopolitički prioritet Vlade Crne Gore ✓ Podrška svih parlamentarnih partija pristupanju EU važan aspekt integracije ✓ Političke partije imaju važnu ulogu u unapređenju razumijevanja procesa pristupanja EU i samog članstva ✓ EU – izbor građana, a ne političkih partija i elita ✓ Proces koji se tiče vlasti i opozicije – svako ima svoju odgovornost u tom procesu ✓ Ulaskom u EU, Crna Gora ulazi u porodicu jednakih | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Partijske mreže, javne tribine, okrugli stolovi, studijske posjete Briselu i zemljama članicama EU, konferencije, prezentacije, bilteni, informatori, brošure, flajeri, seminari, medijski sadržaji, javna događanja, EU info centar, društveni mediji i dr. |
| Privredna i strukovna udruženja | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Podići nivo informisanosti o dosadašnjoj usaglašenosti legislative kroz integracione procese (CEFTA, STO i dr.) ✓ Podići nivo informisanosti o pravima i obavezama na evropskom tržištu, konkurentnosti, kao i uopšteno o procesu pristupanja EU, | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sloboda kretanja roba, ljudi i kapitala, uz slobodu pružanja usluga predstavljaju četiri osnovne slobode unutrašnjeg tržišta EU ✓ Trgovinska politika EU proističe iz STO, čija je Crna Gora članica ✓ Slobodno osnivanje preduzeća u jednoj ili više država EU ✓ Pravo investiranja i vlasništvo nad stranim | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Privredni i specijalizovani sajmovi, konferencije, okrugli stolovi, javne rasprave, publikacije, privredni bilteni, radio i TV emisije, tematski prilozi, oglasi, panel diskusije, advertoriali, ankete, brošure, flajeri, studijska putovanja, informativne kampanje, ankete, IPA info dani, forumi za traženje partnera, radionice, društveni mediji i dr. |

| | | | |
|-------------------------|--|--|---|
| | <p><i>uključujući i programe podrške Evropske unije</i></p> | <p><i>privrednim društvom</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Jednaka prava svih na tržištu EU</i> ✓ <i>Pojednostavljene procedure koje omogućavaju brz ulazak na tržište i izlazak iz njega</i> ✓ <i>Zaštita konkurencije – sve učesnice imaju ravnopravan položaj u tržišnoj utakmici</i> ✓ <i>Razvoj konkurentnosti malog i srednjeg preduzetništva je prioritet EU</i> ✓ <i>Članstvo u EU će otvoriti nova poslovna tržišta u Crnoj Gori i doprinijeti olakšavanju poslovanja i unapređenju poslovnog ambijenta</i> ✓ <i>Članstvo u EU će olakšati izvoz crnogorskih proizvoda, te obezbijediti veću sigurnost proizvoda na tržištu</i> ✓ <i>Svaka država ima pravo da zadrži svoj vlastiti poreski sistem, pa čak i da uvodi nove, uz obavezu da neke njihove djelove uskladi sa EU propisima</i> ✓ <i>Članstvo u EU imaće pozitivan efekat za građane, preduzetnike, investitore – korisnike finansijskih usluga</i> | |
| <p>Sindikati</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Nastaviti sa aktivnim socijalnim dijalogom o pravima, obavezama i položaju radnika u EU</i> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Sloboda kretanja radnika je jedna od četiri slobode unutrašnjeg tržišta EU, koje obezbjeđuje punu mobilnost radnika</i> ✓ <i>EU garantuje više prava</i> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Učešće u radu evropskih sindikalnih organizacija, konferencije, okrugli stolovi, javne rasprave, publikacije, namjenski medijski sadržaji (radio i TV emisije, prilozi u štampanim medijima), sastanci, brifinzi, namjenske brošure i flajeri,</i> |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | | <p>radnicima nego što bilo koja druga zemlja može sama da ponudi</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pravo na rad bez radne dozvole (osim radnika iz novih država članica koji su obuhvaćeni prelaznim periodom) ✓ Jednak tretman pri zapošljavanju kao državljanin EU ✓ Socijalna zaštita kao državljanin EU – pravo na penziju i doprinose ✓ Pravo članova porodice da se pridruže radniku i da primaju porodičnu naknadu ✓ Uzajamno priznavanje kvalifikacija ✓ Iskustva drugih država, ukazuju na poboljšan kvalitet života | <p>tematski medijski sadržaji, javna događanja, Internet strane i dr.</p> |
| <p>Naučno istraživačke ustanove, istraživači i privredni subjekti koji se bave istraživanjem i razvojem Obrazovne ustanove i nastavnici kadar (izuzev predškolskih)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Osnažiti internu komunikaciju u naučnim i obrazovnim institucijama različitog nivoa ✓ Povećati nivo učešća istraživača i univerzitetskih profesora u javnom dijalogu o procesu pristupanja EU ✓ Povećati učešće naučnih/obrazovnih institucija u | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Privremeno otvorena i zatvorena poglavlja Nauka i istraživanja i Obrazovanje i kultura ✓ EU poklanja posebnu pažnju nauci i istraživanju ✓ Kao članica EU, Crna Gora će imati priliku da pozicionira svoju istraživačku zajednicu u okviru Evropskog istraživačkog prostora - ERA ✓ Mogućnost intenzivne mobilnosti i razmjene istraživača širom EU ✓ Angažman u multilateralnim i | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sastanci, tematski domaći međunarodni naučni i stručni skupovi, studijske posjete evropskim institucijama i državama članicama, seminari, radionice, okrugli stolovi, javne rasprave, publikacije, posjete školama, Internet stranice škola i univerziteta, namjenske informativne publikacije za naučnike, istraživače, nastavnike i profesore, namjenski medijski sadržaji, javna događanja, popularizacija nauke putem promotivnih događaja, Dani nauke, IPA info dani, forumi za traženje partnera, obuke, radionice, blogovi, EU info centar i dr. |

| | | | |
|--------------------------------------|--|--|--|
| | <p>programima podrške Evropske unije, uključujući i dostupne EU programe iz oblasti nauke i istraživanja, obrazovanja, kulture, mobilnost itd. ("Horizont 2020", COST, EUREKA, IAEA, ICGEB, JRC, Lifelong Learning Programme, Erasmus+, Kreativna Evropa 2014–2020)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Promocija nauke i istraživanja | <p>bilateralnim naučno istraživačkim projektima</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Dodatna sredstva za finansiranje nauke i istraživanja ✓ Evropska unija teži obezbjeđivanju jednakih uslova za sticanje sposobnosti ✓ EU se zalaže za očuvanje nacionalne, regionalne, kulturne i jezičke raznolikosti, kao i suverenitet obrazovne politike država članica ✓ Približavanje obrazovnim standardima EU članica ✓ Obrazovanje kao dio strategije zapošljavanja ✓ Razmjena studenata, profesora | |
| <p>Nevladine organizacije</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Razviti široki javni dijalog o procesu evropske integracije Crne Gore i ojačati partnerstva sa NVO ✓ Uključiti NVO u Operativno i konsultativno tijelo za sprovođenje ove Komunikacione strategije ✓ Unaprijediti saradnju i konsultacije sa NVO koje zastupaju interese ranjivih grupa radi promocije | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Vlada otvorena za saradnju sa NVO sektorom – 30% pregovaračke strukture dolazi iz civilnog društva ✓ Vlada, Skupština i NVO – partneri u procesu ✓ Zajednički rad na edukaciji i informisanju građana | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sastanci, obuke, seminari, radionice, studijske posjete Briselu i zemljama članicama EU, konferencije, okrugli stolovi, javne rasprave, publikacije, EU Info dani, organizacija događaja u EU info centru, internet stranica Vlade, MVPEI i NVO-a, tematski medijski sadržaji, tematski i specijalizovani medijski sadržaji, društveni mediji, koordinacija zajedničkih akcija, IPA info dani, forumi za traženje partnera, obuke, radionice, EU info centar i dr. |

| | evropske integracije ovim grupama | | |
|---|--|---|---|
| Vjerske zajednice | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Povećati zainteresovanost za proces pristupanja Crne Gore EU | <ul style="list-style-type: none"> ✓ EU promoviše očuvanje identitetskih specifičnosti država članica kao pravo svakog građanina EU ✓ EU promoviše poštovanje različitosti, dijalog među različitim kulturama ✓ Multikulturalnost sastavni dio EU nasljeđa | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sastanci, konferencije, javne rasprave, seminari, radionice, okrugli stolovi, javna događanja, internet stranice i dr. |
| Državne institucije (javni funkcioneri, državni službenici i namještenici) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Unaprijediti internu komunikaciju na nivou Vlade, državnih institucija kroz uspostavljanje Operativnog tijela za sprovođenje ove Komunikacione strategije ✓ Utvrditi procedure i definisati protok informacija vezano za komuniciranje procesa pristupanja EU prema javnosti na nivou Vlade ✓ Unaprijediti nivo informisanosti o procesu pristupanja EU, uključujući i programe podrške EU ✓ Razvijati sektorski pristup u informisanju | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Evropska integracija je domaći zadatak svih struktura društva ✓ Pristupanje EU nije jednostavan proces – moramo uraditi svoj dio posla ali i odgovoriti na postavljene zahtjeve ✓ Vlada, Skupština i civilno društvo su partneri u ovom procesu ✓ Reforme su ključne za dalji demokratski i ekonomski razvoj društva ✓ Efikasna uprava – bolji rezultati ✓ Činjenicama treba razbijati predrasude o EU i pravima i obavezama koje proizilaze iz članstva ✓ Mjerljivim rezultatima povećavamo povjerenje građana u proces pristupanja EU, ali i u naše institucije | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obuke (Uprava za kadrove i dr.), seminari, radionice, prezentacije, posjete Briselu i zemljama članicama EU, konferencije, okrugli stolovi, javne rasprave, publikacije, EU Info dani, EU info centar, Internet stranice Vlade i MVPEI, tematski medijski sadržaj, brošure i flajeri, IPA info dani, forumi za traženje partnera, obuke, radionice, intranet, javna događanja i dr. |

| | | | |
|---|--|---|---|
| | <p><i>javnosti</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Povećati uključenost državnih institucija u komuniciranju tema o pristupanju EU, te prava, obaveza i mogućnosti koje proizilaze iz članstva</i> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Programi podrške Evropske unije doprinose usklađivanju sa standardima i unapređenju kvaliteta života građana Crne Gore</i> ✓ <i>Sredstva iz programa podrške Evropske unije su dostupna širokom opsegu institucija i korisnika i obezbjeđuju dobru osnovu za pripremu korišćenja strukturnih i kohezionih fondova</i> | |
| <p>Lokalne samouprave/ Lokalna udruženja</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Kroz edukaciju i informisanje unaprijediti nivo znanja funkcionera, službenika i namještenika lokalne samouprave na temu pristupanja EU, uključujući i programe podrške EU, kao i prava, obaveze i mogućnosti koje proizilaze iz članstva</i> ✓ <i>Unaprijediti komunikaciju na terenu sa građanima i ruralnim stanovništvom o procesu pristupanja EU</i> ✓ <i>Formirati komunikacione timove na lokalnom nivou</i> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Svaka kuća u EU – u EU ulazi cijela Crna Gora</i> ✓ <i>Najveća bespovratna finansijska podrška (koja uključuje i nacionalno kofinansiranje) je upravo u lokalnom i regionalnom razvoju kroz IPA fondove – iskoristimo je</i> ✓ <i>Proces pristupanja EU podstiče privredni i regionalni razvoj</i> ✓ <i>Finansijska, tehnička i ekspertska podrška reformama</i> ✓ <i>Promjene „odozdo ka gore” – od periferije ka centru</i> ✓ <i>Jačamo industriju, infrastrukturu, poljoprivredu, energetiku i dr. oblasti</i> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Obuke, seminari, radionice, studijske posjete Briselu i zemljama članicama EU, konferencije, okrugli stolovi, izložbe, javne rasprave, publikacije, EU Info dani, EU info centar, internet stranice Vlade i MVPEI, radio i TV emisije, tematski prilozi, društvene mreže, namjenske publikacije, flajeri, IPA info dani, forumi za traženje partnera, obuke, radionice, intranet i dr.</i> |

MLADI

Osnovci Srednjoškolci Studenti

- ✓ Kroz edukaciju i informisanje unaprijediti nivo znanja o procesu pristupanja EU, te koristima koje proizilaze iz članstva
- ✓ Upoznati mlade na svim nivoima sa mogućnostima za obrazovanje, mobilnost mladih, dostupne EU programe osnovnog, srednjeg, višeg obrazovanja, (Erasmus+)
- ✓ Politika EU prema mladima jedna je od najvažnijih koje Unija sprovodi
- ✓ Jedinstven visokoobrazovni sistem - iste šanse za obrazovanje i razvoj – kao mladi u drugim državama članicama EU
- ✓ Uključivanjem naše zemlje u okvir obrazovne politike EU, Crna Gora obezbjeđuje svojim građanima mogućnost cjeloživotnog učenja, dugoročnu mobilnost, povećanje kvaliteta i efikasnost obrazovanja
- ✓ Obrazovanje kao integralni dio strategije zapošljavanja
- ✓ Dostupnost obrazovanja i osposobljavanja u pogledu cjeloživotnog učenja, bržeg zapošljavanja, napretka u karijeri
- ✓ EU je centar znanja
- ✓ Mogućnost stipendija za razmjenu – školovanje u drugim državama
- ✓ Poboljšanje obrazovne infrastrukture, profesionalnog znanja i stručnosti obrazovnog kadra
- ✓ Iskustva drugih država ukazuje na poboljšan kvalitet života
- ✓ Reforme su neophodne –
- ✓ Namjenski medijski sadržaji, specijalni događaji, radionice, seminari, konferencije, predavanja, prezentacije, studijska putovanja, informativne kampanje, tribine, takmičenja, kvizovi i nagradne igre, specijalizovani web sajtovi, društveni mediji, brošure, flajeri, namjenske publikacije, izložbe, mobilne aplikacije, chat grupe, džinglovi i dr.

| | | | |
|---|--|--|--|
| | | <p>otvoriće mnoge mogućnosti i doprinijeće unapređenju kvaliteta života</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Različitost je sastavni dio pripadnosti EU ✓ Mladi treba da komuniciraju o EU, neka se čuje Vaš glas | |
| Nezaposleni mladi | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Povećati informisanost o značaju znanja i vještina, tj. konkurentnosti za ulazak na tržište rada EU i značaju EURES-a⁸ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Članstvo u EU je šansa za mlade ljude da rade u drugim članicama EU ✓ EU ulaže u programe koji pomažu zaposlenju i kreiranju radnih mjesta ✓ Pristupanje otvara prilike za nova radna mjesta ✓ Članstvo u EU će otvoriti nova poslovna tržišta u Crnoj Gori | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Obuke, okrugli stolovi, radionice, specijalizovani programi zapošljavanja, komparativne analize, informativne kampanje, stručne prakse, EU Info dani, EU info centar, internet stranice: Zavoda za zapošljavanje, Vlade, MVPEI i Ministarstva rada i socijalnog staranja, tematski medijski sadržaji, društveni mediji, brošure, flajeri i dr. |
| GRUPE OSJETLJIVE NA PROMJENE | | | |
| RANJIVE GRUPE (žene, lica sa invaliditetom, LGBT osobe, Romi i Egipćani, izbjeglice i raseljena lica, osobe lišene slobode, pritvorena i osuđena lica, osobe na rehabilitaciji i dr.) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Kroz aktivnije informisanje podići nivo znanja o evropskoj integraciji, uključujući mogućnosti korišćenja programa podrške Evropske unije ✓ Unaprijediti komunikaciju na terenu sa ranjivim grupama o procesu pristupanja EU, uključujući programe podrške Evropske | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ljudska prava za sve spadaju u fundamentalna prava u EU ✓ Poštovanje ljudskih prava, uključujući prava ranjivih grupa, osnovne su evropske vrijednosti ✓ Veći stepen zaštite ljudskih prava ✓ Položaj ranjivih grupa će biti unaprijeđen | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Okrugli stolovi, javne diskusije, obilježavanje međunarodnih datuma, organizovanje festivala/info dana, neposredna komunikacija, društvene mreže, štampani i elektronski mediji, konferencije, IPA info dani, forumi za traženje partnera, obuke, radionice, materijali i medijski sadržaji prilagođeni osobama oštećenog vida i sluha, EU info centar i dr. |

⁸Mreža zavoda za zapošljavanje u partnerstvu sa Evropskom komisijom (zemlje evropskog ekonomskog prostora i Švajcarska).

| | unije | | |
|-------------------------|--|--|---|
| Manjinski narodi | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Kroz aktivnije informisanje podići nivo znanja o evropskoj integraciji, uključujući mogućnosti korišćenja programa podrške Evropske unije ✓ Unaprijediti komunikaciju na terenu o procesu pristupanja EU, uključujući programe podrške Evropske unije | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Ljudska prava za sve spadaju u fundamentalna prava u EU ✓ Poštovanje ljudskih prava, uključujući manjinska prava, osnovne su evropske vrijednosti ✓ Veći stepen zaštite manjinskih prava | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Okrugli stolovi, javne diskusije, obilježavanje međunarodnih datuma, organizovanje festivala/info dana, neposredna komunikacija, društvene mreže, štampani i elektronski mediji, konferencije, IPA info dani, forumi za traženje partnera, obuke, radionice, materijali prevedeni na jezike manjinskih naroda, EU info centar i dr. |
| Nezaposleni | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Povećati informisanost, motivisati i edukovati ovu populaciju o značaju evropske integracije, pravima i obavezama, koristima od članstva ✓ Podići stepen zainteresovanosti za teme vezane za EU | <ul style="list-style-type: none"> ✓ EU ulaže u programe koji pomažu zaposlenju i kreiranju radnih mjesta ✓ Veće šanse i mogućnosti za cjeloživotno obrazovanje i zapošljavanje ✓ Reforme su neophodne – otvoriće mnoge mogućnosti i doprinijeće unapređenju kvaliteta života ✓ Članstvo u EU će otvoriti nova poslovna tržišta u Crnoj Gori | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Neposredna komunikacija, medijski sadržaji, seminari, izložbe, javne tribine, okrugli stolovi, informativne kampanje, društvene mreže, brošure, flajeri, EU info centar i dr. |
| Penzioneri | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Povećati informisanost o procesu pristupanja i veću uključenost u komunikacione aktivnosti ✓ Povećati informisanost ove | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reforme su neophodne – otvoriće mnoge mogućnosti i doprinijeće unapređenju kvaliteta života ✓ Crna Gora će zadržati svoje identitetske, jezičke i nacionalne karakteristike i nakon ulaska u EU | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Specijalizovani medijski sadržaji, tematski prilozi, tribine i drugi događaji u okviru penzionerskih udruženja, namjenske publikacije i dr. |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | <p>populacije o programima cjeloživotnog učenja</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Socijalna zaštita kao državljanin EU – pravo na penziju i doprinose ✓ Iskustva drugih država ukazuju na poboljšan kvalitet života ✓ EU promoviše poštovanje različitosti, dijalog među različitim kulturama ✓ Države članice EU imaju bolji kvalitet zdravstvenih usluga i savremenije tretmane za stare osobe ✓ EU ima posebna pravila koja se odnose na rad i nadzor društava za životno i neživotno osiguranje ✓ EU ima veliki broj mehanizama koji doprinose unapređenju kvalitetu života građana | |
| <p>Poljoprivrednici, ribari, ruralno stanovništvo</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Kroz edukaciju i informisanje o procesu pristupanja EU obezbijedite veće učešće u programima podrške Evropske unije i drugim drugim dostupnim programima podrške ✓ Kroz konkretne životne primjere iz regiona i država članica EU približiti koristi procesa pristupanja ✓ Otkloniti potencijalne | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Zajednička poljoprivredna politika – najznačajnija i najstarija politika EU ✓ Tokom pristupnog perioda bespovratna sredstva EU i nacionalno kofinansiranje treba da omoguće crnogorskoj poljoprivredi i ruralnim područjima sprovođenje standarda EU ✓ Članstvom u EU proizvođači dobijaju veću podršku i stabilnost tržišta ✓ Ulaskom u EU moći ćemo da očuvamo svoj tradicionalni način proizvodnje, ali ćemo | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Redovna komunikacija sa savjetodavnim službama, posjete opštinama i konkretnim projektima, neposredna komunikacija na specijalizovanim sajmovima i javnim događajima, kao što su npr. Dani ukljeve i vina, Dani meda i dr., okrugli stolovi, javne rasprave, tribine, prezentacije, predavanja, specijalizovani i tematski medijski sadržaji, posebno na lokalnim medijima o konkretnim temama iz ovih oblasti, specijalizovani poljoprivredni informatori, brošure, flajeri, konferencije, IPA info dani, forumi za traženje partnera, obuke, radionice internet stranice relevantnih udruženja, EU info centar i dr. |

| | | | |
|---|---|---|--|
| | <p><i>predrasude vezano za proces pristupanja u ovoj oblasti</i></p> | <p><i>morati da dostignemo sanitarne i druge standarde</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>EU model će biti podsticajan za crnogorsku poljoprivredu – postoje mehanizmi za podršku malim gazdinstvima</i> ✓ <i>I velike države su morale da prave kompromise</i> ✓ <i>Kvalitetna, bezbjedna hrana po pristupačnim cijenama</i> ✓ <i>Odgovarajući prihod za poljoprivrednike</i> ✓ <i>Modernizacija i razvoj poljoprivredne proizvodnje</i> ✓ <i>Cijene proizvoda izjednačene s cijenama u EU</i> ✓ <i>Proizvođači – korisnici subvencija EU</i> ✓ <i>Iskustvo Hrvatske nam ukazuje da članstvo u EU donosi velike mogućnosti korišćenja finansijskih sredstava u poljoprivredi</i> ✓ <i>Ravnopravnost ribara na tržištu EU</i> ✓ <i>Sredstva Evropskog fonda za ribarstvo – za bolje pozicioniranje na širem evropskom tržištu</i> ✓ <i>Bolja organizacija ribarskog sektora putem udruživanja</i> | |
| MEĐUNARODNA KOMUNIKACIJA | | | |
| <p>Predstavnici država EU (diplomatski, konzularni i kulturni)</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Održavati redovnu komunikaciju u cilju informisanja o napretku u procesu</i> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Crna Gora je svjesna obaveza na evropskom putu i posvećena sprovođenju reformi</i> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Prezentacije, sastanci, konferencije, medijski sadržaji, javna događanja, publikacije, internet stranice, koordinacija zajedničkih aktivnosti, spoljnopolitički</i> |

| | | | |
|----------------------------------|--|--|--|
| | <p><i>pristupanja EU, uključujući programe podrške Evropske unije</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Unutrašnji konsenzus i jasna opredijeljenost po pitanju članstva Crne Gore u EU</i> ✓ <i>Proces pristupanja i reforme koje sprovodimo transformisaće naše društvo u skladu s evropskim standardima i vrijednostima</i> | <p><i>magazin MVPEI i dr.</i></p> |
| <p>Delegacija EU u CG</p> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Održavati redovnu komunikaciju u cilju informisanja o napretku u procesu pristupanja EU, uključujući programe podrške Evropske unije</i> ✓ <i>Nastaviti partnerstvo na planu informisanja građana o procesu pristupanja EU, pravima i obaveza iz članstva, uključujući programe podrške EU</i> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Delegacija EU – važan partner Vladi u približavanju građanima Evropske unije, njenih vrijednosti i politika</i> | <ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Redovne konsultacije i koordinacija aktivnosti, posjete projektima finansiranim od EU, medijski sadržaji, javne tribine, konferencije, okrugli stolovi, zajedničke info kampanje, zajedničke publikacije spoljnopolitički magazin MVPEI i dr.</i> |

20. Literatura:

- Komunikaciona strategija za informisanje javnosti o Evropskoj uniji i pripremama Crne Gore za članstvo za period 2010–2014, Podgorica, 2010.
- EU Delegation to Montenegro – Information and Communication Strategy 2014-2016.
- Komunikacijska strategija za IPA programski period 2007-2013.
- Istraživanje agencije De Facto, Podgorica, decembar 2013.
- Komunikacijska strategija za informiranje javnosti o pristupanju Bosne i Hercegovine Evropskoj/Europskoj uniji, Sarajevo 2009.
- Strategija komunikacije o pristupanju Republike Srbije Evropskoj uniji, Beograd, oktobar 2011.
- Komunikacijska strategija za informiranje hrvatske javnosti o Europskoj uniji i pripremama za članstvo, Zagreb, 2006.
- Analiza Komunikacijske strategije Vlade za informisanje hrvatske javnosti o Europskoj uniji i pripremama za članstvo, NVO Gong u partnerstvom sa Deltom iz Rijeke, Zagreb 2011.
- Informisanje građana o procesu evropskih integracija – Analiza komunikacionih strategija, uz osvrt na kampanje informisanja i dobre prakse, CDT, septembar 2012.
- Crna Gora i EU: „Uloga i značaj medija u procesu evropskih integracija“, Centar za građansko obrazovanje (CGO) realizovao u saradnji sa fondacijom Friedrich Ebert i NVO Natura, uz podršku Delegacije EU u Crnoj Gori, decembar, 2013.
- Predlog praktične politike „Pregovori o pristupanju Crne Gore Evropskoj uniji - aktivni i informisani građani ili statisti u procesu?“, Centar za demokratsku tranziciju, april 2013.
- Komunikacijska strategija Hrvatske za ulazak u EU – komparativna analiza – dr. sc. Zoran Tomić, mr. sc. Damir Jugo.
- Turkey's European union communication strategy (eucs), Ankara, 2010.
- Cutlip, Scott M., Center, Allen H., Broom, Glen M, „Odnosi s javnošću“, osmo izdanje, Zagreb, MATE, 2003.
- Theaker, Alison, „Priručnik za odnose s javnošću“, Zagreb, PRint.
- Grunig, James E., Hunt, Todd, "Managing Public Relations“, New York, CBS COLLEGE PUBLISHING, 1984.
- Seitel, Fraser S. "The practice of Public Relations“, 6th edition, New Jersey 07632, Prentice Hall, 1995.
- Vilkoš, Denis L., Kameron, Glen T., Olt, Filip H., Ejdži, Voren K. „Odnosi s javnošću: Strategije i taktike“, Beograd, Centar za izdavačku djelatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, 2006.
- Jefkins, Frank "Public relations“, London, First publishing, 1992.
- Generalna pozicija Evropske unije, Brisel, jun 2012.

21. Prilozi

Prilog 1 – Sektorsko informisanje/nosioci komunikacije po pregovaračkim poglavljima

Imajući u vidu da je ovom komunikacionom strategijom definisan sektorski pristup, posebnu ulogu u komuniciranju imaće odjeljenja za odnose sa javnošću ministarstava/institucija i pregovaračka struktura. U ovom Prilogu precizirani su i definisani nosioci komunikacije po pregovaračkim poglavljima, odnosno resorna ministarstva/institucije.

Svaki od ovih nosilaca komunikacije je u obavezi da sve poruke uskladi sa ovom Komunikacionom strategijom. Odjeljenje za odnose sa javnošću i komunikacionu podršku integracionim procesima MVPEI, Kancelarija glavnog pregovarača imaju konsultativnu funkciju u smislu odobravanja najvažnijih poruka.

- 1) sloboda kretanja robe – **Ministarstvo ekonomije;**
- 2) sloboda kretanja radnika – **Ministarstvo rada i socijalnog staranja;**
- 3) pravo osnivanja preduzeća i sloboda pružanja usluga – **Ministarstvo ekonomije**
- 4) sloboda kretanja kapitala – **Ministarstvo finansija ;**
- 5) javne nabavke – **Ministarstvo finansija;**
- 6) privredno pravo – **Ministarstvo ekonomije;**
- 7) pravo intelektualne svojine – **Ministarstvo ekonomije;**
- 8) konkurencija – **Ministarstvo ekonomije;**
- 9) finansijske usluge – **Ministarstvo finansija;**
- 10) informatičko društvo i mediji – **Ministarstvo za informaciono društvo i telekomunikacije;**
- 11) poljoprivreda i ruralni razvoj – **Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja;**
- 12) bezbjednost hrane, veterinarstvo i fitosanitarni nadzor – **Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja;**
- 13) ribarstvo – **Ministarstvo poljoprivrede i ruralnog razvoja;**
- 14) saobraćajna politika – **Ministarstvo saobraćaja i pomorstva;**
- 15) energetika – **Ministarstvo ekonomije;**
- 16) porezi – **Ministarstvo finansija;**
- 17) ekonomska i monetarna unija – **Ministarstvo finansija;**
- 18) statistika – **Ministarstvo finansija/MONSTAT;**
- 19) socijalna politika i zapošljavanje – **Ministarstvo rada i socijalnog staranja;**
- 20) preduzetništvo i industrijska politika – **Ministarstvo ekonomije;**
- 21) trans-evropske mreže – **Ministarstvo saobraćaja i pomorstva;**
- 22) regionalna politika i koordinacija strukturnih instrumenata – **Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija;**
- 23) pravosuđe i temeljna prava – **Ministarstvo pravde;**
- 24) pravda, sloboda i bezbjednost – **Ministarstvo unutrašnjih poslova;**
- 25) nauka i istraživanje – **Ministarstvo nauke;**
- 26) obrazovanje i kultura – **Ministarstvo prosvjete;**
- 27) životna sredina – **Ministarstvo održivog razvoja i turizma;**
- 28) zaštita potrošača i zdravlja – **Ministarstvo ekonomije/Ministarstvo zdravlja;**
- 29) carinska unija – **Ministarstvo finansija;**
- 30) vanjski odnosi – **Ministarstvo ekonomije;**
- 31) vanjska, bezbjednosna i odbrambena politika – **Ministarstvo vanjskih poslova i**

evropskih integracija;

32) finansijski nadzor – **Ministarstvo finansija;**

33) finansijske i budžetske odredbe – **Ministarstvo finansija;**

Prilog 2 - Programi podrške Evropske unije

Instrument pretpristupne podrške – IPA (Instrument for Pre-Accession Assistance) predstavlja instrument Evropske unije namijenjen pružanju finansijske podrške državama korisnicama u približavanju evropskoj politici i standardima do ispunjavanja neophodnih kriterijuma za članstvo u EU.

Evropska unija je, posredstvom ovog Instrumenta, Crnoj Gori za period 2007–2013. opredijelila 245 miliona EUR bespovratne finansijske podrške za realizaciju nacionalnih programa Ipe.

Instrument pretpristupne podrške za period 2007–2013. koji je planiran shodno sedmogodišnjoj finansijskoj perspektivi EU, sadrži pet komponenti:

1. Pomoć u procesu tranzicije i izgradnji institucija;
2. Prekogranična saradnja;
3. Regionalni razvoj;
4. Razvoj ljudskih resursa;
5. Ruralni razvoj;

U ovom trenutku Crna Gora koristi podršku u okviru prve dvije komponente Ipe, kojom još uvijek centralizovano upravlja Delegacija Evropske unije u Podgorici.

Komponenta I

Prva komponenta Ipe odnosi se na podršku procesu tranzicije, usklađivanju nacionalnog zakonodavstva sa pravnom tekovinom Unije i izgradnju institucija, i dostupna je državama kandidatima i državama potencijalnim kandidatima za članstvo u EU.

U okviru I komponente Ipe za programe 2007–2013, Evropska komisija je kroz 102 nacionalna projekta odobrila preko 165 miliona EUR bespovratne finansijske podrške. Nacionalno kofinansiranje za ove projekte iznosi preko 100 miliona EUR.

Tvining

Tvining (*Twining*) ima za cilj da zemljama kandidatima i potencijalnim kandidatima za članstvo u EU pruži podršku u jačanju administrativnih kapaciteta, usklađivanju nacionalnog zakonodavstva sa pravnom tekovinom EU i usvajanju politike i prakse EU. Crna Gora koristi Tvining od 2007.

PPF/SMF

Pored pojedinačnih projekata koji su namijenjeni jasno definisanim korisnicima, godišnji finansijski sporazumi definišu i podršku koja se pruža kroz instrumente PPF/SMF (Project preparation facility/Support Measures Facility), odnosno Mjere podrške sa rezervne liste Ipe.

Programi Evropske unije

Crna Gora trenutno učestvuje u sedam programa Evropske unije za koje je obezbijeđena refundacija dijela uplate za godišnje učešće:

1. Sedmi okvirni program EU za istraživanje, tehnološki razvoj i ogledne aktivnosti 2007-2013 (EU Seventh Framework Programme for Research, Technological Development and Demonstration Activities – FP7);
2. Okvirni program za preduzetništvo i inovacije/Okvirni program za konkurentnost i inovacije (Competitiveness and Innovation Framework Programme/Entrepreneurship and Innovation Programme – CIP/EIP) 2007-2013;
3. Program podrške ICT politici (Information and Communication Technologies Policy Support Programme – ICT PSP);
4. Kultura 2013 (Culture 2013);
5. Carine 2013 (Customs 2013);
6. Evropa za građane (Europe for Citizens Programme);
7. Program cjeloživotnog učenja (Lifelong Learning Programme).

Višekorisnička IPA – MB IPA

Pored nacionalnih projekata Ipe, Crna Gora učestvuje u realizaciji projekata iz Višekorisničke Ipe koji imaju regionalni značaj i obuhvataju oblasti koje prevazilaze granice jedne zemlje, a odnose se na zajedničke potrebe više zemalja korisnica i teže da postignu ekonomičnost i efikasnost u sprovođenju.

Zapadnobalkanski investicijski okvir

Cilj ovog instrumenta je stvaranje veće sinergije između donatora i investitora, kako bi sredstva koja su dostupna kroz kredite međunarodnih finansijskih institucija na što efikasniji način bila iskorišćena od strane zemalja korisnica.

Tajeks

Cilj Tajeksa (TAIEX) je pružanje kratkoročne tehničke pomoći novim državama članicama, zemljama u procesu pristupanja, zemljama kandidatima i administracijama zemalja Zapadnog Balkana, u skladu sa sveobuhvatnim ciljevima politike Evropske komisije u oblasti usklađivanja, primjene i sprovođenja zakonodavstva EU.

Komponenta II

Kroz II komponentu Ipe se pruža podrška zemljama kandidatima i potencijalnim kandidatima u razvijanju i unapređenju regionalne i prekogranične saradnje, sa ciljem promocije dobrosusjedskih odnosa, stabilnosti i prosperiteta regiona i povezivanja ljudi u pograničnim područjima, kroz saradnju u zajedničkim projektima kojima se podstiče balansiran i održiv razvoj pograničnih regiona.

Crna Gora učestvuje u osam programa: pet bilateralnih programa (s Albanijom, Bosnom i Hercegovinom, Hrvatskom, Kosovom⁹ i Srbijom); IPA Jadranskom prekograničnom programu (IPA Adriatic CBC) i dva transnacionalna programa – Jugoistočna Evropa (SEE) i Mediteranski program (MED).

⁹ Ova odluka je bez predrasuda o statusu Kosova i u skladu je s Rezolucijom Savjeta bezbjednosti Ujedinjenih nacija 1244 i Mišljenjem suda pravde o proglašenju nezavisnosti Kosova.

Komponenta III

Podrška u okviru III komponente Ipe odnosi se na oblast regionalnog razvoja, odnosno na aktivnosti planirane u oblastima zaštite životne sredine, održivog razvoja i razvoja saobraćaja.

Vlada Crne Gore je 29. marta 2012. usvojila finalne prijedloge Strateškog okvira usklađenosti (Strategic Coherence Framework – SCF) i Operativnog programa (Operational Programme – OP) za III komponentu, dok je Evropska komisija usvojila Operativni program 26. oktobra 2012.

Operativnim programom za III komponentu predviđena je finansijska podrška EU u iznosu od 22.235.679 EUR, dok će nacionalno kofinansiranje iznositi 3.923.945 EUR.

Komponenta IV

Četvrta komponenta Ipe podrazumijeva podršku u oblasti razvoja ljudskih resursa i to: zapošljavanju, obrazovanju, naučnoistraživačkom radu i društvenom razvoju.

Vlada Crne Gore je 29. marta 2012. usvojila finalne prijedloge Strateškog okvira usklađenosti (Strategic Coherence Framework – SCF) i Operativnih programa – OP (Operational Programmes) za III i IV komponentu. Evropska komisija je u oktobru 2012. usvojila Operativni program „Razvoj ljudskih resursa 2012–2013.“, dok je u decembru 2012. usvojila Strateški okvir usklađenosti 2012–2013. Finalnu verziju Operacijskih identifikacionih formulara je pripremila Operativna struktura za IV komponentu Ipe i dostavila je Evropskoj komisiji 23. oktobra 2013. na zvanično odobravanje.

Operativnim programom za IV komponentu predviđena je finansijska podrška EU u iznosu od 5.583.000 EUR, dok će nacionalno kofinansiranje iznositi 985.240 EUR.

Komponenta V

Sticanjem statusa kandidata za članstvo u EU Crna Gora je stekla pravo da bude korisnik V komponente Ipe. Sticanje statusa kandidata ne podrazumijeva automatski mogućnost korišćenja dostupnih sredstava, već je neophodno ispuniti izvjesne preduslove, koji se odnose na izradu strateških i programskih dokumenata za ovu komponentu, kao i uslove za dobijanje akreditacije za decentralizovano upravljanje sredstvima.

Shodno činjenici da će u okviru finansijske perspektive 2014–2020. doći do izmjena u pogledu akreditacije za V komponentu, donešena je odluka da se proces akreditacije odloži i da se sredstva opredijeljena za 2012. i 2013. u iznosu od 10,5 miliona EUR preusmjere iz V komponente u I komponentu Ipe.

Ipa II (2014–2020)

Ministarstvo vanjskih poslova i evropskih integracija, u saradnji s resornim ministarstvima i Delegacijom Evropske unije u Crnoj Gori, započelo je proces strateškog planiranja finansijskih sredstava koja će Crnoj Gori biti dostupna kroz Instrument prepristupne podrške za period 2014–2020. (IPA II).

Ključnim dokumentom koji će odrediti prioritete na nacionalnom nivou za podršku iz sredstava Ipe II – Strategijskim dokumentom Crne Gore, definisano je 9 prioriternih sektora: 1) Javno

upravljanje i reforma javne uprave; 2) Pravosuđe, unutrašnji poslovi i temeljna prava; 3) Životna sredina; 4) Saobraćaj; 5) Energetika; 6) Konkurentnost i inovacije; 7) Zapošljavanje, socijalna politika i razvoj ljudskih resursa; 8) Poljoprivreda i ruralni razvoj; 9) Prekogranična i teritorijalna saradnja.

U okviru nove finansijske perspektive Crna Gora će učestvovati u 9 prekograničnih i transnacionalnih programa: 4 bilateralna (sa Albanijom, Bosnom i Hercegovinom, Kosovom¹⁰ i Srbijom), 2 trilateralna (Hrvatska – Bosna i Hercegovina – Crna Gora i Italija – Albanija – Crna Gora) i 3 transnacionalna programa (Dunavskom – Danube, Mediteranskom – MED i Jadransko-jonskom programu).

Prema najavama iz Evropske komisije, podrška Ipe II za nacionalne programe Crne Gore na godišnjem nivou iznosiće prosječno 35 miliona EUR.

¹⁰Ova odluka je bez predrasuda o statusu Kosova i u skladu je s Rezolucijom Savjeta bezbjednosti Ujedinjenih nacija 1244 i Mišljenjem suda pravde o proglašenju nezavisnosti Kosova.

Prilog 3 – Logo i znak EU4ME

