

СТРАТЕГИЈА КОМУНИКАЦИЈЕ ВЛАДЕ РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ О ПРОЦЕСУ  
СТАБИЛИЗАЦИЈЕ И ПРИДРУЖИВАЊА ДРЖАВНЕ ЗАЈЕДНИЦЕ СРБИЈА И ЦРНА  
ГОРА ЕВРОПСКОЈ УНИЈИ

Влада Републике Србије  
Канцеларија за придруживање Европској унији

2004. године

## САДРЖАЈ

1. Увод.....	3
2. Досадашња ситуација и тренутно стање.....	5
2.1 Процес стабилизације и придруживања.....	5
2.2 Текуће делатности на пољу информисања и комуникације.....	7
2.3 Шта знамо о публици? Досадашња истраживања.....	8
2.3.1 Информације о знању и ставовима публике.....	8
2.3.2 Закључци.....	9
2.3.3 Основни извори информација у вези са приступањем Србије и Црне Горе ЕУ.....	11
3. Општи приступ.....	12
3.1 Улога комуникације као подршке ПСП.....	12
4. Оквир стратегије комуникације у току ПСП.....	14
4.1 Увод.....	14
4.2 Комуникација током припреме ССП.....	15
4.2.1 Приоритетне циљне групе.....	16
4.2.2 Циљеви.....	17
4.2.3 Платформа поруке по циљним групама.....	18
4.2.4 Медији и канали комуникације који ће се користити.....	18
4.2.5 Праћење јавног мњења и истраживање учинка стратегије комуникације ..	19
4.3 Стратегија комуникације у току спровођења ССП.....	20
4.4 Организација стратегије комуникације за подршку приступању ЕУ.....	21
4.5 Координација и реализација стратегије комуникације.....	23
4.5.1 Институције.....	23
4.5.2 Планирање и реализација.....	24

## 1. Увод

Овај документ представља општи оквир за стратегију комуникације, осмишљену са циљем да грађанима Србије приближи Процес стабилизације и придруживања (ПСП) Србије и Црне Горе (СЦГ) Европској унији (ЕУ), као и реформе које се спроводе у оквиру овог процеса. Сврха комуникационе стратегије је да унапреди напоре Владе Републике Србије да информише грађане, консултује их кроз истраживања јавног мњења и непосредне контакте, и укључи их што је више могуће у процес стабилизације и придруживања ЕУ. Ови напори могу бити успешни само ако све стране у процесу придруживања сарађују, не само на државном, регионалном и нивоу локалне самоуправе, већ и шире, ван владиних институција и организација.

Ову стратегију је развио Сектор за европске интеграције Министарства за економске везе са иностранством Републике Србије 2003. године. Изради документа претходили су разговори са неколико заинтересованих страна у ПСП. Организована је радионица у којој су учествовали службеници из неколико министарстава Републике Србије који су задужени за односе са јавношћу, представници Канцеларије Србије и Црне Горе за придруживање ЕУ, Делегације Европске комисије у СЦГ, неколико невладиних организација (НВО) и представници академске заједнице, како би се обухватиле све постојеће идеје и активности. Чланови Комисије за координацију процеса приступања ЕУ су такође били правовремено информисани о овим активностима. Стручну помоћ пружио је Саветодавни центар за економска и правна питања (СЦЕПП) из Београда, ангажујући стручњака за стратегију комуникације у процесу приступања ЕУ.

У марту 2004. године, Уредбом Владе основана је Канцеларија за придруживање Европској унији («Службени гласник РС», број 25/04). Канцеларија је основана услед потребе за јачим ауторитетом чији је задатак координација процеса придруживања ЕУ заснована на принципима ефикасности и економичности. Канцеларија је наставила с обављањем послова које је раније обављао Сектор за европске интеграције Министарства за економске везе са иностранством.

Имајући у виду искуство сакупљено у току претходне две године, и перспективу напретка у односима са ЕУ (Европско партнерство, израда студије о изводљивости почетка преговора о ССП), Канцеларија је одлучила да досадашњи стратешки оквир за комуницирање са грађанима Србије унапреди у складу са новонасталом ситуацијом.

Иако се процес приступања Европској унији односи на Србију и Црну Гору (СЦГ) и захтева активну сарадњу државне заједнице и држава чланица, ова Стратегија се ограничила на напоре Републике Србије. То је делимично зато што је неопходно истраживање јавног мњења урађено само у Србији, због јасне расподеле надлежности између држава чланица, али и због сложености координације активности у вези са ПСП у оквиру институција државне заједнице.

Следи неколико напомена о структури стратегије. Опис досадашње ситуације и тренутног стања налазе се у другом поглављу са информацијама о ПСП, текућим информационам активностима у вези са ПСП и проценом и анализом циљних група и

результата istраживања јавног мњења. Треће поглавље даје приказ општег приступа у коришћењу стратегије комуникације као подршке ПСП. Четврто поглавље пружа оквир стратегије комуникације, уз посебну пажњу усмерену ка периоду који води ка потписивању Споразума о стабилизацији и придруживању (ССП) и периоду његове примене. Примена стратегије комуникације ће бити заједнички напор бројних партнера. Нове иницијативе ће се временом развијати, а ток самог ПСП ће утицати на евентуална прилагођавања стратегије комуникације.

## 2. Досадашња ситуација и тренутно стање

### 2.1 Процес стабилизације и придруживања

Након демократских промена 5. октобра 2000. године, Србија и Црна Гора и Европска унија су започеле Процес стабилизације и придруживања (ПСП) који представља нови уговорни оквир за односе држава западног Балкана и ЕУ. У Београду је 23. јула 2001. године одржан први у низу од пет састанака заједничке Консултативне радне групе (КРГ), који је окупио високе званичнике из Србије и Црне Горе и представнике Европске комисије. Услед застоја у процесу хармонизације унутрашњег тржишта СЦГ, састанци су настављени у форми Унапређеног сталног дијалога.

Међутим, имајући у виду да је хармонизација економских система држава чланица СЦГ, која је била предуслов за отпочињање израде Студије о изводљивости доспела у пат позицију, и да би даље инсистирање на унутрашњој хармонизацији довело до озбиљног кашњења СЦГ у односу на остале државе у оквиру ПСП, Комисија ЕУ је предложила приступ двоструког колосека у преговорима ЕУ и СЦГ о ССП. Овај предлог званично је усвојен на састанку Савета ЕУ у Луксембургу (11–12. октобар 2004. године). Приступ «двоструког колосека» подразумева јединствену преговарачку позицију СЦГ у области политичких питања, док ће у области економије државе чланице имати одвојене преговоре са ЕУ. Коначан резултат преговора биће јединствен ССП између ЕУ и СЦГ, са два анекса о економским питањима у надлежности држава чланица.

Следећи корак је припрема Студије изводљивости од стране Комисије ЕУ, која би проценила способности Србије и Црне Горе да започне преговоре о ССП. Позитивна оцена Студије изводљивости представљаће полазну основу за преговоре Србије и Црне Горе и ЕУ о ССП.

Главни циљ ПСП је да кроз економске и политичке реформе донесе мир, стабилност и економски развој региону. То ће се у нашем случају постићи кроз прилагођавање и усклађивање закона и институција Републике Србије са стандардима и прописима ЕУ, уз истовремено започињање процеса регионалне сарадње и интеграције. Краткорочни и средњорочни циљ је придруживање ЕУ (углавном кроз потписивање ССП). Дугорочни циљ Србије је чланство у ЕУ.

У мају 2002. године, основан је Сектор за европске интеграције у Министарству за економске везе са иностранством Републике Србије чија је основна улога била координација активности републичких органа када је упитању ПСП Европској унији. Уредбом Владе Републике Србије («Службени гласник РС», број 25/04), у марту 2004. године, основана је Канцеларија за придруживање Европској унији (Канцеларија) која је преузела надлежности дотадашњег Сектора.

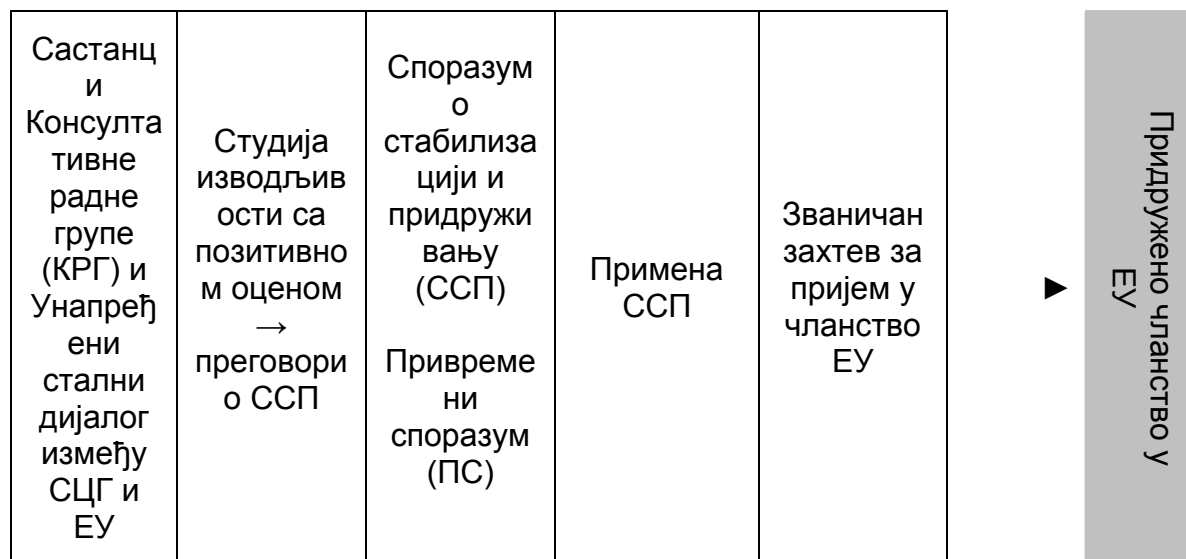
Основна дужност Канцеларије је планирање, координација и праћење реформи на нивоу Републике Србије у процесу придруживања Европској унији. У ресорним

министарствима Владе основане су јединице за европске интеграције. Обавеза ових јединица је да иницирају, и дају приоритет свим неопходним реформама у областима које су у њиховој надлежности, како би се на најефикаснији и најбржи могући начин испунили одређени критеријуми, са циљем да се омогући потписивање ССП и на крају оствари пуноправно чланство у ЕУ. Јединице за европске интеграције при министарствима треба, на дуге стазе, да буду кључни учесници у стручним, секторским преговорима о разним поглављима комунитарног права.

Савет за европске интеграције Владе Републике Србије, врховно саветодавно тело за европске интеграције у Србији, одржао је оснивачку седницу 4. септембра 2002. Поред премијера, који председава седницама, у Савету се налазе сви ресорни министри и генерални секретар Владе.

Да би се обезбедило вођство и континуитет у ПСП, и будућим процесима везаним за период предприступања, октобра 2002. године основана је Комисија за координацију процеса приступања ЕУ. Комисију чине помоћници министара и/или високи државни службеници из свих министарстава, представници Народне банке Србије, Републичког секретаријата за законодавство и Привредне коморе Србије. Комисија се редовно састаје. Састанке организује и води Канцеларија за придруживање ЕУ.

Схематски приказ фаза ПСП



Процес стабилизације и придруживања представља оквир на којем се заснива Стратегија комуникације. На слици горе, пружен је схематски приказ целокупног процеса. Закључцима са састанка Савета ЕУ одржаног у октобру 2004. године у Луксембургу, званично је промовисана политика *двоструког колосека* за СЦГ, што ће знатно олакшати ПСП наше земље Европској унији. Студија о изводљивости отпочињања преговора о ССП са ЕУ предвиђено је да буде објављена почетком 2005. године, што значи да би ССП могао бити потписан до краја исте године, или почетком 2006. године.

По потписивању ССП, почеће дуги и детаљни преговори, припреме и реформе, које ће СЦГ усмерити ка чланству у ЕУ. Овај процес ће утицати на све области друштвеног и административног система Републике Србије, односно СЦГ.

## 2.2 Текуће делатности на пољу информисања и комуникације

Комуникација на тему ЕУ је до данас у Србији углавном била изолована, недовољна, нестална и без значајнијег утицаја. Комуникација у вези са ПСП/ССП, до сада је, такође била ограничена. Од октобра 2000. године, Влада РС покренула је неколико комуникационих кампања у вези са процесом реформи које су укључивале бројна министарства, али су њихови резултати били ограничени. Делотворна координација међу министарствима на овом пољу није постојала и мало је министарстава до сада обезбедило информације о својим реформама у вези са приступањем ЕУ.

У невладином сектору покренуто је неколико иницијатива. Најактивнија НВО на овом пољу је Европски покрет у Србији (ЕПУС). ЕПУС је био укључен у више издавачких подухвата, организацију различитих догађаја (Дан Европе, семинари, округли столови, итд.) и емитовање телевизијских садржаја. Такође, организовани су округли столови, окупљање званичника државне заједнице, држава чланица СЦГ и званичника ЕУ, од стране других НВО.

На привредном плану, основан је Евро-инфо центар под окриљем Европске агенције за реконструкцију (ЕАР), уз помоћ домаћих привредних комора. Главни задатак Евро-инфо центра је обезбеђивање информација за домаће предузетнике који су заинтересовани за извоз на тржиште ЕУ и будуће земље чланице ЕУ.

На академском и истраживачком плану, Институт за европске студије у Београду био је врло активан у објављивању својих истраживања, превођењу важних докумената у вези са ЕУ, као и споразума ЕУ. Такође, Институт за међународну политику и привреду, Економски институт, Институт економских наука и Институт за упоредно право су суделовали у истраживањима и издаваштву високо стручних студија намењених академској јавности. Међутим, корисност ових материјала за ширу комуникацијску кампању ограничена је због њеног академског карактера.

Најзад, Делегација Европске комисије у СЦГ је и сама припремила бројне информативне материјале. То су углавном брошуре о ЕУ, државама чланицама, институцијама, историји ЕУ, итд. Делегација је заједно са Министарством за образовање и спорт Републике Србије, 2003. године организовала квиз под насловом «Здраво Европо». Овај квиз намењен је средњошколцима и његова основна тема је ЕУ. Полуфинале и финале првог квиза су емитовани на државној телевизији.

Земље чланице ЕУ такође су учествовале у активностима које промовишу њихове земље и ЕУ. Пример су «Европске среде» (*Mercredis de l' Europe*), које се одржавају сваке прве среде у месецу у Француском културном центру у Београду, а које окупљају

стручњаке из Француске и Србије/Србије и Црне Горе који расправљају о разним темама и питањима у вези са приступањем Србије и Црне Горе Европској унији. Холандска амбасада у СЦГ организовала је у сарадњи са Европским покретом у Србији пројекат под називом *Euro Star Bus* у оквиру којег су организоване посете градовима у унутрашњости Србије и Црне Горе.

Најзад, Влада Републике Србије је активна у области информисања грађана о спроведеним и планираним реформама, али до сада није постојала стратешки осмишљена комуникација, која је систематски повезивала процес реформи са придрживањем ЕУ, што је циљ ове стратегије.

### 2.3 Шта знамо о публици? Досадашња истраживања

Како би се обезбедио логичан и делотворан комуникациони приступ, укључујући и аспект разврставања публике по одређеним карактеристикама, формулисање порука или одабир медија, неопходно је имати податке о знању, ставовима и схватању публике. Главни извор података представљају резултати квантитавног истраживања јавног мњења, заснованог на методологији Евробарометра (Омнибус), који Канцеларија редовно добија од *Strategic Marketing and Media Research Institute (SMMRI)*, водеће фирме за истраживање јавног мњења у Београду. Сваког тромесечја, *SMMRI* испитује око 1650 испитаника. Од марта 2002. до септембра 2004. године обављено је осам таласа истраживања. Подаци који се овде користе преузети су из досадашњих истраживања јавног мњења. Једна од важних активности предложених као део ове стратегије је стога додатно квалитативно истраживање јавног мњења путем фокус група и детаљних интервјуа са представницима специфичних група јавног мњења.

#### 2.3.1 Информације о знању и ставовима публике

Уопштено гледајући, грађани Србије имају позитивну слику о ЕУ: 52% становништва има позитивне асоцијације на ЕУ (на супрот 15% чије су реакције негативне и 33% неопредељених).

Велики део грађана Србије сматра да нису добро обавештени (43%), док 25% сматра да јесу. Подаци указују да би млади људи и високо образовани пословни људи највише имали користи од приступања ЕУ, док би пензионери, домаћице и људи нижег образовног нивоа имали најмање користи. Што се тиче протока информација о ЕУ, грађани уопштено мисле да тренутно имају више информација него раније. Такође, приметан је јаз између градског и сеоског становништва, као и између мушкараца и жена – у оба случаја први су боље информисани од других.

Истраживања такође показују да би преко 70% грађана Србије гласало »за« чланство у ЕУ, а 13% »против«. Овако широка подршка је изненађујућа, али и лако објашњива с обзиром на низак ниво знања грађана о ЕУ. Интересовање за ЕУ је велико. Чак и током НАТО бомбардовања 1999. године, ЕУ је добијала позитивне оцене од грађана Србије.



Када се претходно поменути резултати упореде са резултатима у државама кандидатима за чланство у ЕУ, онда грађани Србије имају веома високо мишљење о чланству у ЕУ. Међутим, не треба да заборавимо да су подаци из држава кандидата за чланство у ЕУ добијени у релативно касној фази процеса придруживања, те да су дуги преговори довели до пада популарности Европске уније у већини земаља.

Коначно, истраживања показују да је мала вероватноћа да грађани Србије прихвате придруживање ЕУ здраво за готово, и да виде чланство као реципрочан, двосмерни процес.

Свест о институцијама ЕУ је прилично висока (од 50 до 99%) и, мада је поверење у ове институције још увек ниско, чини се да оно последњих година расте.

*Подаци о степену поверења према институцијама ЕУ*

Да ли сте чули или читали о следећим темама у последња 3 месеца:	% испитаника у Србији	Имам поверење у ову институцију (у %)
Европска унија	99	42
Савет Европе	82	32
Централна европска банка	74	42
Европски парламент	73	26
Европски савет министара	57	29
Комисија ЕУ	52	26

### 2.3.2 Закључци

На основу резултата истраживања спроведених у другим земљама, испитанике можемо поделити у четири групе: *европристалице* (они који подржавају чланство у Европској унији), *евроскепнике* (оне који су »против«), *неопредељене* (оне који се још нису определили) и *уздржане* (они који уопште не би гласали).

Имајући у виду ставове *евроскепника*, у сфери јавног информисања треба посебну пажњу посветити објашњавању утицаја који би ЕУ могла имати на културу, национални идентитет и суверенитет Србије, односно СЦГ. Ако желимо да спречимо удаљавање јавности, важно је грађане информисати о активностима Владе и њеним односима са ЕУ и објаснити разлоге који иза тих активности стоје.

Груписање испитаника према различитим критеријумима:

1. *Према старосној доби* – уопштено гледајући, интересовање и подршка смањују се са годинама. То се нарочито види на примеру старосне групе од 15 до 19 година. Ови млади људи имају позитивнији став према приступању ЕУ него старији грађани, али њихово »основно знање« је мање. Они нису добро информисани, али како се може и

очекивати, нису ни нарочито заинтересовани за међународне односе, социјална питања и јавну управу. Насупрот њима, у старосној групи од 20 до 29 година, 45% испитаника каже да желе више информација о ЕУ, а само 3.3% не желе никакве информације.

2. *Према месту боравка* (Београд, централна Србија и Војводина)

Становници великих градова најбоље су информисани о Европској унији. Следећа добро информисана група су становници мањих градова, док је пријем информација отприлике исти и за градско и за сеоско становништво (Војводина). Најзначајнија подршка у случају референдума дошла би из Београда и других градова, а најнегативнији став имало би сеоско становништво. Међу становницима Војводине 45% још није одлучило да ли да подрже процес придруживања.

3. *Према полу* – више има *неопредељених* жена него мушкараца.

Процент *европристалица* и *евроскептика* већи је међу мушкарцима него женама. Другим речима, више је мушкараца који су јасно опредељени или за или против, док је већи број жена неопредељен. Мушкарци сматрају да су боље обавештени о ЕУ (32% тврди да су добро обавештени, док 33% сматрају да су недовољно обавештени). Међу испитаницима женског пола, само 18% сматра да су довољно обавештене, док 52% сматра себе необавештеним. Главне разлике између интересовања жена и мушкараца о темама у вези са ЕУ су следеће: жене су више заинтересоване за борбу против незапослености, заштиту људских права, здравство и културну политику. Мушкарци су више заинтересовани за пољопривреду и рибарство, а мање за питања која су важна женама.

Једно од најважнијих питања за грађане је утицај чланства у ЕУ на економски развој Србије и Црне Горе и добробит народа. Став *европристалица* по питању корисности приступања одређен је чињеницом да чланство у ЕУ може позитивно утицати на спољну безбедност СЦГ, запосленост и могућност образовања. Најважнији фактор за *евроскепнике* је уверење да приступање ЕУ може негативно утицати на националну културу, идентитет и независност, као и унутрашњу безбедност и довести до повећања стопе криминала у земљи.

Уопштено гледајући, имајући у виду позитиван став младих људи према приступању ЕУ, заједно са њиховим ограниченим разумевањем питања о којима је реч, овој групи треба посветити већу пажњу у процесу јавног информисања. Ово је нарочито важно ако напоменемо да ће се одлука о приступању ЕУ доносити у догледној будућности, што значи када данашња омладина буде економски и политички активна.

Посебна пажња мора се посветити информисању сеоског становништва и доступности информација овој групи грађана.

Поприличан број неопредељених налази се у старосној групи од 31 до 40 година, односно у групи која је сада радно активна, али која је отворена само за ограничен број додатних информација.

### 2.3.3 Основни извори информација у вези са приступањем Србије и Црне Горе ЕУ

Ако желимо да планирамо шире и делотворније информисање у вези са ПСП, потребна нам је јасна слика о медијима, укључујући најпопуларније информативне канале и начине пријема информација, као и информације о нивоу поверења које грађани имају у различите државне и невладине институције. Према подацима добијеним истраживањем јавног мњења, најчешће коришћени информативни медији у Србији су телевизија и штампа. Овде нема много разлике у односу на друге земље.

Истраживање медија показује да дневне новине имају велики утицај у Београду, али да немају широку доступност на селу. Тако се основне информације (не само о ЕУ, већ уопште) добијају из »јефтиних извора информисања« – телевизије, радија, локалне штампе. Локалне и регионалне новине, које имају велики утицај у сеоским срединама, тренутно не пружају много информација о питањима у вези са ЕУ, али како се и очекује, различити медији значајно варирају међу различитим старосним групама.

Овде треба нагласити закључке истраживања о основним чиниоцима који онемогућавају боље разумевање односа између Србије и ЕУ. Најчешће помињани узрок (61%) је одсуство поверења према властима: грађани немају поверење у званичне ставове и поруке. Ова реакција јавности указује на то да Влада треба да се усредсреди на обезбеђивање објективних информација, и да избегава директно учешће у јавном промовисању одређених садржаја, јер то може да се покаже као контрапродуктивно.

#### *Закључци:*

- Очигледно је да постоје значајне варијације у разним деловима друштва, које покривају старосне групе, поделу на полове и градско/сеоско становништво. Оне се не испољавају само у нивоу знања, мишљењима и ставовима, већ и коришћењем медија и начинима на које различите групе траже информације;
- Локалне власти нису укључене у процес информисања на адекватан начин;
- Важно је усмерити информације кроз оне медије и канале који стижу до грађана на начин који им највише одговара, нпр. кроз специјалне емисије на телевизији, специјалне часописе или медије невладиних организација;
- Имајући у виду да истраживања јавног мњења показују да грађани у сеоским срединама имају велико поверење у локалне медије, као и ограничен утицај штампаних медија у сеоским срединама, сарадња са локалним медијима мора бити унапређена;
- Најмлађој старосној групи, од 15 до 19 година старости, треба посветити посебну пажњу. Они показују спремност и отвореност за нове начине информисања у вези са ПСП.

### 3. Општи приступ

#### 3.1 Улога комуникације као подршке ПСП

Процес стабилизације и придруживања (ПСП) је сложен политички, технички и административни процес. За неке људе који већ директно учествују у припреми овог процеса, у Влади и у водећим, специјализованим невладиним организацијама, овај процес је постао конкретан и јасно одређен. Међутим, за већину грађана ПСП представља апстрактан процес на који они немају много утицаја. Одлуке које се у току ПСП доносе, на први поглед, као да се не односе на интерес целокупног становништва. Неким деловима становништва тешко је да уоче како захтев ЕУ за обезбеђивањем одређених административних, правних и техничких услова (чак и пре него што преговори почну) може бити од националног интереса. Добро испланирана Стратегија комуникације мора да објасни и умањи негативне утицаје на ПСП и помогне у добијању неопходне сагласности за несметану припрему и примену Споразума о стабилизацији и придруживању (ССП).

Уопштено гледајући, Стратегија комуникације тежи да подигне ниво сазнања и, временом, прилагоди ставове грађана. У конкретном случају, одабран је приступ који треба да обезбеди сигуран пут ка чланству у ЕУ, а који се заснива на подршци грађана који су информисани на одговарајући и поуздан начин.

Главни стратешки циљ стратегије комуникације као подршке процесу стабилизације и придруживања Србије и Црне Горе ЕУ јесте:

*да обезбеди да грађани Србије буду упознати са процесом стабилизације и придруживања и реформама привреде и друштва које он подразумева, да схвате опште циљеве придруживања Европској унији, добију уравнотежено мишљење у вези са његовим последицама и да располажу са довољно поузданих информација како би преузели своју улогу и обавезе у оквиру ПСП.*

Стратегија комуникације треба да води ка већем друштвеном консензусу и тиме делотворнијем доприносу свих делова друштва ПСП.

Интензитет, публика, поруке и употреба медија у оквиру стратегије комуникације варираће у зависности од фазе у којој се налази ПСП. У периоду припреме ССП, прва фаза треба да започне са циљем да се усредсреди пажња јавности, те организују специфичне комуникационе активности усмерене ка одабраним циљним групама. Ову фазу карактерисаће и значајни догађаји као што је предстојећа израда Студије изводљивости и потписивање ССП.

Чим се потпише ССП, однос између СЦГ и ЕУ ће се битно изменити. Званичници ЕУ и СЦГ мораће да темељно припреме сва питања којима се бави *acquis communautaire*. У овој фази, пажња јавног мњења мора да се ојача, нарочито уз помоћ повећаног

ангажовања ресорних министарстава у случајевима када садржина преговора и припрема постане стручнија, а координација комуникационих активности неизоставна.

Државни органи и организације не могу да имају искључиво право на питања која се тичу Европске уније и одређивање разлога за и против чланства у ЕУ. Обим и распон информација су прешироки, а број информационих канала сувише велик. Истраживања јавног мњења показују да извори званичних информација имају помешану и променљиву веродостојност код грађана. Други извори информација – приватни сектор, невладине организације и независни медији – такође морају да добију значајнију улогу.

## 4. Оквир стратегије комуникације у току ПСП

### 4.1 Увод

У овом одељку детаљно ће бити изложена Стратегија комуникације о Процесу стабилизације и придруживања (ПСП), чији је главни циљ да грађане Србије укључи у процес припреме и спровођења Споразума о стабилизацији и придруживању (ССП) на један конструктиван начин. Неки од њих су укључени, или ће ускоро бити, у стварни процес, док ће се други са ПСП сусретати на посредан начин јер ће његови ефекти имати утицај на целокупно друштво. Треба имати у виду такође да се неке промене дешавају као последица других реформи, односно да нису директан резултат ПСП.

Стратегија комуникације ће помоћи грађанима да на прави начин разумеју овај процес и његов циљ. Она ће такође омогућити несметан проток објективних и правовремених информација између Владе и грађана. Имајући у виду да је процес придруживања ЕУ дугорочан процес, Канцеларија за придруживање ЕУ ће пратити спровођење стратегије и на основу резултата добијених истраживањем јавног мњења, оцењивати њену успешност. На основу добијених резултата истраживања јавног мњења биће могуће вршити неопходна прилагођавања. Прилагођавањем годишњих акционих планова може се обезбедити позитиван утицај стратегије комуникације на ток ПСП.

Стратегија комуникације замишљена је тако да покрије цео ПСП до тренутка када Србија и Црна Гора постане пуноправни члан Европске уније. Јасно је, не само због тога што се правац и брзина овог процеса тешко могу предвидети, већ и зато што ће се окружење стално мењати, да је неопходно стално праћење ставова грађана путем истраживања јавног мњења како бисмо оценили напредовање и извршили прилагођавање методологије комуникационе стратегије. Из тог разлога биће припремљени годишњи Акциони планови који ће омогућити евентуална прилагођавања правца деловања стратегије комуникације.

Као што је описано у уводу, ПСП ће проћи кроз неколико фаза, а у свакој од њих подршка комуникационе стратегије је неопходна. Циљеви, циљне групе, поруке и материјали који ће се користити знатно се разликују с обзиром на фазу у којој се ПСП налази. Очекујемо да ће Стратегија обухватити неке периоде који ће имати карактер кампање и подразумевати значајну употребу медија, али и посредне приступе који су мање видљиви за јавност а такође се односе на кључне циљне групе.

Очекује се да ће прва фаза »припреме ССП« трајати до краја 2005. или до почетка 2006. године, односно до тренутка када ће бити потписан ССП између СЦГ и ЕУ. У том тренутку почиње формални процес спровођења ССП, преговори и припреме за приступање ЕУ, што стратегију комуникације доводи у другу фазу.

Носилац и координатор свих активности у оквиру стратегије комуникације о ПСП биће Канцеларија за придруживање ЕУ. У току спровођења комуникационе стратегије одређене активности биће спровођене и од стране самих ресорних министарстава.

Овакве заједничке активности биће разматране на састанцима Комисије за координацију процеса приступања ЕУ и координиране од стране Канцеларије.

Схематски приказ фаза спровођења стратегије комуникације

<p>I Припрема ССП</p>	<p>Од садашњег тренутка (усвојен Акциони план за испуњавање препорука садржаних у документу <i>Европско партнерство за СЦГ до потписивања ССП</i>; током овог првог периода, док је у току израда студије изводљивости и док теку преговори о ССП, грађанима треба пренети информације о ЕУ и утицају који чланство у ЕУ може имати на друштво. Ова комуникација са јавношћу биће опште природе и осмишљена је тако да на конструктиван начин подстакне њихово размишљање о приступању ЕУ. Другим речима, уместо »продаје« Европе треба подстакнути »размишљање« о Европи и потребним реформама са циљем наше интеграције у ЕУ.</p>
<p>II Спровођење ССП</p>	<p>Дужи временски период током којег ће се обављати <u>припреме и преговори о приступању Европској унији</u>; усвајање <i>acquis communautaire</i>; утицај на одређене групе грађана постаће јаснији и у том тренутку треба подстицати и допуњавати дебату о ЕУ. Касније се ова фаза може додатно поделити на следеће одвојене струје:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ преговори (пре референдума);</li> <li>▪ референдум: период од отварања коначних преговора до одговарајућег тренутка за референдум;</li> <li>▪ приступање: период непосредно пре референдума о чланству у ЕУ;</li> <li>▪ након приступања: и даље треба одржавати бројне делатности на пољу јавног информисања.</li> </ul>

Треба напоменути да је ове фазе тренутно немогуће прецизно временски дефинисати. Међутим, ова схема омогућује укупно планирање, а посебни, годишњи акциони планови биће припремљени за сваку фазу појединачно.

#### 4.2 Комуникација током припреме ССП

Током припреме ССП, комуникација ће се усредсредити углавном на државне службенике, носиоце јавног мњења у невладином сектору, приватни сектор и медије. Свеукупни циљ комуникације током прве фазе јесте да се обезбеди да чиниоци који су непосредно укључени у процес и стручна јавност буду свесни своје улоге и одговорности према ПСП. Циљ стратегије је да осигура да грађани Србије буду упознати са ПСП, да схвате значај коначног циља приступања ЕУ и да добију објективне и правовремене информације како би преузели своју улогу и одговорност у оквиру ПСП. Резултат тога треба да буде консензус различитих друштвених група и делотворнији допринос процесу свих делова друштва.

Стратешки циљ може се даље рашчланити на неколико оперативних циљева, који одражавају обим протока информација, њихов квалитет и доступност. Они се могу одредити на следећи начин:

- оптимизирање протока информација о ЕУ и одговарајућим владиним реформама,
- обезбеђивање тачности и значаја информација и
- олакшавање приступа овим информацијама.

#### 4.2.1 Приоритетне циљне групе

Публика се може поделити на две различите категорије које имају додирних тачака. Једна обухвата оне који су професионално ангажовани у ПСП, а другу представља шира јавност.

Прву циљну групу чине:

- доносиоци политичких одлука;
- државни службеници;
- службеници у органима локалне самоуправе;
- новинари (на националном и локалном нивоу);
- представници невладиних организација;
- просветни и научни радници,
- синдикати и
- послодавци и пословни људи.

Када је у питању друга група, шира јавност, неопходно је да се обезбеди основ за специфичне комуникационе активности у наредном периоду, које започињу општим информисањем јавности о процесу који је започет у Србији и Црној Гори.

Треба се присетити да на основу ранијег истраживања јавног мњења, јавност може да се подели у две различите групе: оне које подржавају идеју о приступању ЕУ - *европристалице* и оне који су против тога - *евроскептике*. Поред ове две, постоји и велика група оних који се још увек нису јасно одредили према овом питању. Чак и у овој првој фази, наш приступ треба да обухвати све наведене групе.

*Европристалицама* треба пружити поуздану, тачну информацију о овом процесу, питањима у вези са ЕУ и са политиком приступања уопште, а посебан нагласак би требало да буде на тренутној ситуацији у вези са односима ЕУ и СЦГ. Канцеларија ће настојати да стави нагласак на обезбеђивање приступа неопходним информацијама за грађане када то буде потребно. Поред тога што већ представља доступан извор информација, интернет може временом допринети стварању интерактивног форума за дискусије и размену информација са редовно ажурираним везама са осталим важним интернет презентацијама. Потреба за оваквим приступом је оправдана резултатима истраживања јавног мњења, будући да је 3-4% испитаника изјавило да већ користе



интернет као извор информација. За старосну групу од 15 до 19 година, интернет је трећи по важности извор информација.

Студенти представљају групу која ће вероватно показати позитиван интерес за овај процес с обзиром да ће приступање Европској унији унапредити могућност да употпуне своје образовање у оквиру различитих програма размене студената. Националне мањине ће такође подржати процес приступања Европској унији, јер ће се чланством наше земље у ЕУ обезбедити додатне гаранције за заштиту својих права.

Међутим, постоје групе које ће вероватно имати негативне ставове, јер се боје да би приступање ЕУ пореметило њихов стил живота, или увећало друштвене и економске проблеме које већ имају. Такве групе су:

- домаћице;
- пољопривредници;
- пензионери;
- радници и
- незапослени.

Резултати истраживања јавног мњења које је спровео *SMMRI* указују да посебну пажњу треба посветити старосној групи од 15 до 19 година. Ова група има радикално другачије понашање, интересовања и ставове према медијима. Њихова очекивања су висока, али је њихово стварно разумевање процеса ограничено (без обзира, показало се да они имају позитивну оријентацију према ЕУ). Очигледно је да »сазнајна потка«, односно разумевање, позитивних ставова код наведене групе треба да буде појачано како би се спречила збуњеност и одбијање уколико се очекивања не остваре у кратком року.

Међународним циљним групама, као што су службеници у институцијама ЕУ и представници држава чланица ЕУ, треба посветити посебну пажњу. На процес преговарања ће утицати и начин на који се опажају напори Србије и Црне Горе да се припреми за приступање ЕУ. Нажалост, наша земља још увек изазива негативне асоцијације код веће дела грађана и доносилаца политичких одлука у ЕУ. С тим у вези неопходно је обратити посебну пажњу на комуникационе активности које ће представити реформску оријентацију и резултате Владе, што ће за циљ имати унапређивања имиџа Републике Србије у ЕУ.

#### 4.2.2 Циљеви

Стратегија комуникације у првој фази има два основна циља:

- да информише оне који су већ - или ће ускоро бити - директно укључени у процес припреме ССП о стратегији у вези са ССП и подстакне/омогући им да на креативан и сврсисходан начин преузму своју улогу и одговорност; и

- да усклади тренутно расположење у јавности и позитиван став у односу на приступање ЕУ (и с тим у вези предузетим реформама), кроз боље разумевање значаја процеса и начина на који се о њему могу информисати. Ово треба да обезбеди да расуђивање грађана о ПСП буде засновано на чињеницама, а не на гласинама.

#### 4.2.3 Платформа поруке по циљним групама

Искуство показује да интересовање различитих група у многоне варира и за последицу има да се поруке морају пажљиво формулисати за сваку ставку информативног садржаја, активности или догађаја који се спроводи на основу стратегије. Општа порука, међутим, има два елемента:

- општи део, који треба да се понавља у свим информативним садржајима, ако је то могуће. Овај део наглашава идеју да је Србија и Црна Гора кренула путем приступања ЕУ, што ће у догледној будућности довести до њеног чланства у ЕУ. То ће имати утицај на све грађане, углавном позитиван, понекад негативан, али у крајњем случају чланство у ЕУ ће бити добробит за све грађане Србије;
- други елемент поруке зависиће од циљне групе и изабраног медија. За оне који су директно, професионално укључени, садржај ће бити чињеничног и информативног карактера; а оне који још нису укључени треба да подстакне на размишљање и утиче на њихово схватање ситуације. »Тон поруке« ће бити ограничен и одговараће животној стварности већине грађана Србије. Међутим, поред претежно информативног карактера, порука треба да обезбеди и могућност увођења и одговарајућег образовног садржаја.

#### 4.2.4 Медији и канали комуникације који ће се користити

Мешавина медија, информативног материјала и комуникационих активности који ће се користити током прве фазе повезан је са горе наведеним циљним групама. У овом одељку направићемо разлику између комуникације путем медија, посредних организација и директне комуникације.

##### *Комуникација путем медија*

Ова врста комуникације односи се на ширење информативних садржаја путем радија, ТВ и штампе (новине и часописи, укључујући и регионалне листове). Продорност медија је велика али утицај у великој мери варира. Штампани медији имају важну улогу која представља посебну могућност за спровођење стратегије комуникације јер новинари имају прилику да додатно анализирају ПСП и представе га читаоцима на адекватан начин. Неке активности (обука новинара) биће организоване у сарадњи са независним институцијама, које помажу новинарима да унапреде своје схватање сложених питања ПСП. Поред тога, Канцеларија ће помоћи медијима да своје

кориснике на одговарајући начин извештавају о питањима везаним за процес приступања ЕУ.

#### *Директна комуникација*

Односи се на комуникацију која креће директно од Канцеларије ка циљним групама путем интернет презентације, штампаних брошура, билтена, посета представницима локалних власти у унутрашњости и сл. Могућност директног комуницирања са одређеном циљном групом без ризика од злоупотребе садржаја и значења поруке представља основну предност оваквог начина комуницирања.

#### *Посредна комуникација*

Посредна комуникација преко одређених организација се користи када је то могуће и прикладно. У неким случајевима невладине организације, универзитет и сличне институције могу лакше да развију програме информисања него сама Влада. Употреба таквих канала обезбеђује могућности комуникације »од дна ка врху« што пружа додатну веродостојност поруке. Другим речима, посредници имају могућност да обезбеде додатне, повратне информације, прикупљене истраживањем јавног мњења (неопходно је редовно истраживање јавног мњења како би се обезбедило редовно праћење информативних потреба грађана).

#### 4.2.5 Праћење јавног мњења и истраживање учинка стратегије комуникације

У току прве фазе биће обављено додатно квалитативно и квантитативно истраживање јавног мњења и утицаја комуникационе стратегије. Канцеларија врши редовна (тримесечна) истраживања јавног мњења по *Евробарометар* методологији. Утицај стратегије комуникације биће оцењен и анализиран посредством наведених тримесечних истраживања. Уколико ови резултати укажу на потребу за даљим квалитативним истраживањем како би се обезбедио континуитет и боље разумевање чинилаца који воде до индивидуалних опажања, образовања ставова и навика по питању употребе различитих медија међу одређеним деловима шире јавности, то такође може бити организовано.

Поред тога, фокус групе ће бити организоване у Београду и у остатку Србије, како би се обезбедило боље разумевање посебних питања и интереса одређених циљних група, као што су омладина, пензионери, државни службеници итд.

Може се размотрити и организовање прелиминарног истраживања ставова, како би се унапред тестирао изабрани материјал.

Крајем прве фазе, биће обављено додатно истраживање како би се оценио утицај стратегије комуникације и оценило који су методи најуспешнији. То ће бити искоришћено за разматрање стратегије и развијање новог годишњег плана за наредни период.

### 4.3 Стратегија комуникације у току спровођења ССП

Потписивање ССП биће јасан и веома важан тренутак за ПСП, јер ће тада СЦГ постати придружени члан ЕУ са свим предностима и обавезама које такав статус доноси. У том тренутку почиње дуги процес пажљиве припреме преговора за чланство и спровођење свих препорука и правила које налаже *acquis communautaire*. Овај процес захтева директно учешће ресорних министарстава и наметнуће даље конкретне комуникационе потребе.

Већина активности покренутих у првој фази комуникационе стратегије биће настављена. Већи број информативног материјала биће припремљен за различите секторе, контакти са медијима ће се наставити и постати одређенији, директно усмерени ка конкретним случајевима, али и даље ће одражавати укупну визију и циљ ПСП, а то је чланство СЦГ у ЕУ.

Главне карактеристике током друге фазе спровођења стратегије комуникације биће израженија подела циљних група према којима ће комуникација бити усмерена, наглашавајући оне које су посебно заинтересоване за одређена поглавља *acquis communautaire*.

Активности које би требало предузети:

- *База података*, која повезује одређена поглавља комунитарног права са одговарајућим циљним групама. На основу ове базе, посредством електронске поште ће бити могуће послати поруке намењене циљним групама за које је садржај битан. База података биће осмишљена и развијена током прве фазе примене комуникационе стратегије, и биће оперативна након потписивања ССП;
- У току примене ССП неопходно је активније ангажовати посредничке организације, како би се потребне информације пренеле широј јавности. Различита удружења биће у могућности да организују информативне активности за циљне групе коју представљају. На овај начин ће се обезбедити већа веродостојност информација у вези са ПСП које су намењене специфичним циљним групама (синдикати, удружења новинара, НВО). С тим у вези, канцеларија ће настојати да развија *партнерске односе* са наведеним организацијама;
- Ако током процеса спровођења ССП налази истраживања јавног мњења укажу да разумевање одређених питања у вези са ЕУ од стране јавности не одговара напретку који се чини у преговорима, размотриће се могућност организовања *широке, медијске комуникационе кампање*;
- Очекује се да *међуминистарска координација* постане још важнија у току спровођења ССП. Практично искуство такве координације већ ће бити развијено у периоду који води ка потписивању ССП у оквиру Комисије за координацију процеса приступања ЕУ.

#### 4.4 Организација стратегије комуникације за подршку приступању ЕУ

Спровођење стратегије комуникације подразумева постојање сложене организационе структуре, будући да њена делотворност зависи од широког низа разноврсних контаката повезаних кроз званичне и незваничне мреже.

Комуникација може бити делотворна само ако је добро организована и стално се прилагођава темпу припрема за потписивање ССП, а одговорност за координацију ове стратегије поверена је Канцеларији. Најмање један службеник ће првенствено обављати ове послове.<sup>1</sup>

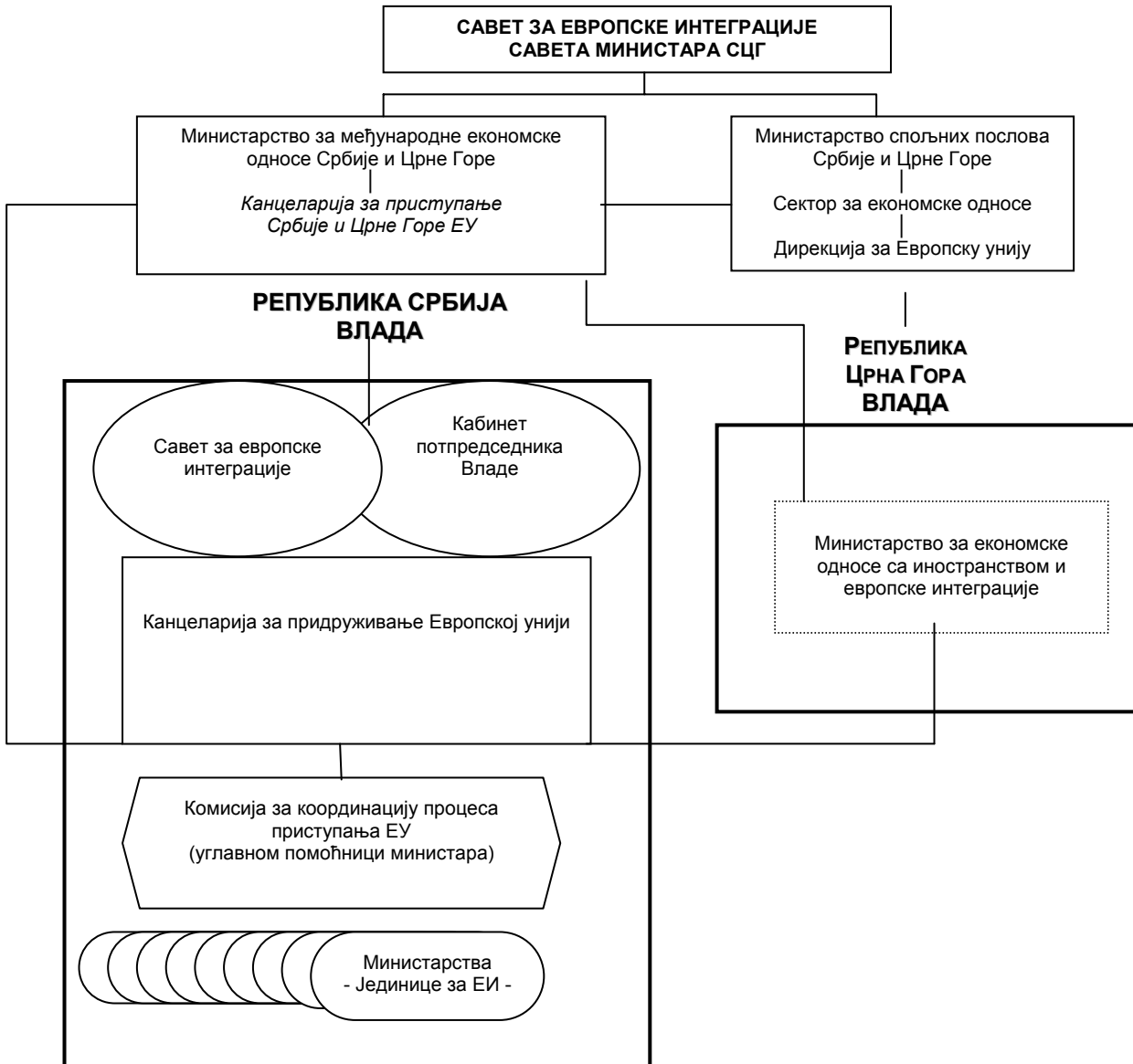
Уместо организовања серије састанака службеника ресорних министарстава надлежних за односе са јавношћу, биће делотворније да се за комуникационе активности у вези са ПСП користе постојећи механизми координације у оквиру Комисије за координацију процеса приступања ЕУ и у сарадњи са Канцеларијом за односе са медијима Владе. Као део сарадње између различитих министарстава, Канцеларија ће организовати редовне консултације на тему односа са медијима и о другим питањима везаним за владину комуникациону стратегију, како би се унапредиле вештине планирања и управљања комуникационом стратегијом, и разменила искуства.

Очито је да ће велики број НВО покренути нове активности, од којих многе нису обухваћене овом стратегијом. Канцеларија ће и даље бити активан партнер и трудиће се да подржи активности других партнера.

---

<sup>1</sup> Дужности: (а) праћење ПСП како би се предвидела питања која треба обухватити стратегијом комуникације, (б) координација примене одређених делова стратегије комуникације, (в) учешће у процесу међуминистарске координације комуникационих активности у ПСП.

Србија и Црна Гора - европске интеграције



## 4.5 Координација и реализација стратегије комуникације

### 4.5.1 Институције

#### *Канцеларија за придруживање Европској унији*

Канцеларија је одговорна за планирање, координацију и спровођење стратегије комуникације ради подршке ПСП у Републици Србији. Претходни графички приказ описује организациону структуру институција надлежних за ПСП Србије и Црне Горе ЕУ. У организационој структури Канцеларије тренутно постоји Одељење за институционалну доградњу и информационо документационе послове, али у овом тренутку, поменуто Одељење нема довољно људских капацитета. Овај ниво организованости може бити довољан у периоду пре потписивања ССП, али у тренутку када СЦГ постане придружени члан ЕУ, терет послова ове јединице ће се повећати и мораће се пронаћи прикладна решења<sup>2</sup>.

#### *Комисија за координацију процеса приступања ЕУ*

Комисија за координацију процеса приступања ЕУ Владе Републике Србије представља тело чији је задатак међуминистарска координација ПСП. Састанци Комисије ће послужити Канцеларији за придруживање ЕУ да правовремено обавештава ресорна министарства о комуникационим активностима у току ПСП. У зависности од потребе, Канцеларија ће у оквиру рада Комисије иницирати ближу сарадњу у процесу планирања и примене појединих комуникационих активности.

#### *Канцеларија Србије и Црне Горе за придруживање ЕУ*

Канцеларија СЦГ за придруживање ЕУ, као главно место контакта за питања која се тичу односа СЦГ и Комисије ЕУ, такође ће имати активну улогу у координацији и планирању комуникационих активности у СЦГ, где је то изводљиво и сврсисходно, односно где се дотиче питања сарадње држава чланица и надлежности државне заједнице.

#### *Делегација Европске комисије у СЦГ (Делегација)*

Положај Делегације је такође од великог значаја за процес информисања грађана о ЕУ у СЦГ. У суштини, улога Делегације по питањима информисања јесте да промовише и објасни рад институција ЕУ. У пракси, ова улога може изгледати нејасна и важно је да се информативне активности Делегације и Канцеларије допуњују, да буду доследне и избегну преклапања. То подразумева блиску сарадњу од фазе планирања до примене комуникационе стратегије.

---

<sup>2</sup> Различите опције су могуће, нпр. (а) ширење јединице за комуникацију унутар Канцеларије; (б) појачана одговорност надлежних министарстава у области комуникације; (в) појачано учешће Канцеларије за односе са медијима који ће преузети неке послове у вези са координацијом комуникационих активности, док ће Канцеларија наставити да руководи координацијом комуникације у вези са спровођењем ССП.

#### 4.5.2 Планирање и реализација

Канцеларија за придруживање ЕУ ће у циљу спровођења начела садржаних у Стратегији комуникације о ПСП Владе Републике Србије годишње израђивати Акциони план комуникационих активности о ПСП. Акциони план ће садржати предвиђене комуникационе активности, надлежне за њихово спровођење, финансијска средства потребна за реализацију наведених активности и временски оквир за њихову реализацију.