

СТРАТЕГИЈА КОМУНИКАЦИЈЕ О ПРИСТУПАЊУ РЕПУБЛИКЕ  
СРБИЈЕ ЕВРОПСКОЈ УНИЈИ

ОКТОБАР 2011.

БЕОГРАД

На основу члана 45. став 1. Закона о Влади („Службени гласник РС”, бр. 55/05, 71/05 - исправка, 101/07, 65/08 и 16/11),  
Влада доноси

## СТРАТЕГИЈУ КОМУНИКАЦИЈЕ О ПРИСТУПАЊУ РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ ЕВРОПСКОЈ УНИЈИ

### I. УВОД

Приступање Републике Србије Европској унији (у даљем тексту: ЕУ) наводи се као приоритет свих влада Републике Србије од промена у октобру 2000. године до данас. Имајући у виду унутрашњополитичке процесе и проблеме с којима су се суочавале Савезна Република Југославија, државна заједница Србија и Црна Гора и Република Србија, односи Републике Србије и ЕУ од 2000. године до периода израде ове стратегије развијали су се различитом брзином и интензитетом. Стварање институционалног капацитета Републике Србије за придруживање ЕУ започело је формирањем Сектора за европске интеграције у министарству које је 2000. године било надлежно за економске везе са иностранством. Савет за европске интеграције Владе Републике Србије основан је 2002. године као саветодавно тело Владе („Службени гласник РС”, бр. 14/2002, 42/2005 и 52/2007), а Народна скупштина је 2004. године донела Резолуцију о придруживању Европској унији („Службени гласник РС”, број 112/2004), у којој се потврђује да је убрзани улазак Републике Србије у ЕУ (пуноправно чланство) стратешки национални циљ. Канцеларија за европске интеграције основана је 14. марта 2004. године под називом „Канцеларија за придруживање Европској унији”, као служба Владе („Службени гласници РС”, бр. 75/2005 и 63/2006). Влада је 17. јуна 2005. године донела Националну стратегију Србије за приступање Србије и Црне Горе Европској унији, чиме је први пут утврдила дугорочну државну политику у односу на ЕУ.

Преговори о закључивању Споразума о стабилизацији и придруживању (у даљем тексту: ССП) започети су 10. октобра 2005. године. Процес придруживања Републике Србије ЕУ успорен је 3. маја 2006. године, када је Европска комисија отказала техничку рунду преговора због, како је оцењено, непотпуне сарадње Републике Србије са Међународним кривичним судом за бившу Југославију, а одлуку Европске комисије о томе подржао је и Савет министара ЕУ. Након иступања Црне Горе из државне заједнице Србија и Црна Гора, Савет министара ЕУ је, 24. јула 2006. године, утврдио измењен мандат за преговоре о закључивању Споразума о стабилизацији и придруживању са Републиком Србијом. Напредак остварен у сарадњи са Међународним кривичним судом за бившу Југославију омогућио је наставак преговора 13. јуна 2007. године. ССП је парафиран 7. новембра 2007. године, а потписан 29. априла 2008. године, када је потписан и Прелазни трговински споразум (у даљем тексту: ПТС). Најважнији политички аспект ССП-а је тај што је његовим потписивањем

Република Србија, по први пут, ушла у свеобухватан уговорни однос са ЕУ, у којем су обавезе потписника јасно утврђене. ССП-ом је утврђен прелазни рок од шест година од датума његовог ступања на снагу, у којем се успоставља зона слободне трговине између страна потписница, формирају институције за примену ССП-а и усклађује домаће законодавство са правним тековинама ЕУ.

И поред потписивања ССП-а, Република Србија се, формалноправно гледано, поново суочила са успоравањем процеса приближавања ЕУ. На захтев Краљевине Холандије, ЕУ је, у складу са Закључком Савета министара, одлучила да не започне ратификацију (потврђивање) и примену ПТС-а док Република Србија не достигне пуну сарадњу са Међународним кривичним судом за бившу Југославију. И поред тога, Влада Републике Србије је донела Закључак о почетку примене ПТС-а од 1. јануара 2009. године. На састанку Савета министара 7. децембра 2009. године, ЕУ је донела одлуку да се почне са применом Прелазног трговинског споразума (ПТС је ступио на снагу 1. фебруара 2010. године), а на састанку Савета министара ЕУ 14. јуна исте године донета је одлука о почетку потврђивања ССП-а између Републике Србије и ЕУ. Једна од кључних одлука у приближавању Републике Србије и ЕУ јесте одлука о укидању виза за путовање држављана Републике Србије у земље ЕУ, донета на састанку министара унутрашњих послова ЕУ 30. новембра 2009. године (одлука је ступила на снагу 19. децембра 2009. године).

Најинтензивнији односи Републике Србије и ЕУ, како у погледу јачања капацитета Владе и државних органа Републике Србије за приступање ЕУ, тако и у њиховим формалноправним односима, започели су у другој половини 2008. године. Влада је 9. октобра 2008. године донела Национални програм за интеграцију Републике Србије у ЕУ (у даљем тексту: НПИ), у којем су утврђене законодавне и административне мере које треба предузети да би земља до краја 2012. године била спремна да преузме већину обавеза које проистичу из чланства у ЕУ. Тај документ је до сада два пута ревидиран, најпре у децембру 2009. године, а затим и у априлу 2011. године.

Од септембра 2008. године Канцеларија за европске интеграције тромесечно извештава Владу о спровођењу НПИ. Наведени извештаји представљају детаљан преглед испуњених и неиспуњених обавеза министарстава и других државних органа преузетих из НПИ. Одлуком Владе од 28. јануара 2010. године, основано је Координационо тело за процес приступања ЕУ, које разматра сва питања у вези са европским интеграцијама и координира рад органа државне управе, као и Стручна група Координационог тела („Службени гласник РС”, број 42/2011), којом руководи директор Канцеларије за европске интеграције.

Република Србија је 22. децембра 2009. године поднела захтев за пријем у чланство у ЕУ. Савет министара ЕУ је на састанку 25. октобра 2010. године наложио Европској комисији да започне процедуру израде мишљења о захтеву Републике Србије за чланство у ЕУ. С тим у вези, Европска комисија је израдила свеобухватан Упитник (информације које Европска комисија захтева од Владе Републике Србије у циљу припреме Мишљења о захтеву Републике Србије за чланство у ЕУ) и уручила га Влади 24. новембра 2010. године. Република Србија је већ 30. јануара 2011. године доставила одговоре на питања из Упитника. После доласка експертских мисија Европске комисије ради теренског испитивања

података из Упитника, Влада је доставила одговоре на додатна питања и коментаре представника Европске комисије.

Поред наведених активности, Влада је у децембру 2010. године израдила Акциони план за испуњавање препорука из годишњег извештаја Европске комисије за Републику Србију за 2010. годину да би се отклонили уочени недостаци и убрзао процес стицања статуса кандидата.

Правилима и процедуром ЕУ предвиђено је да Европска комисија изради нацрт мишљења (односно „Ави”, од француског „Avis”, што значи мишљење). Тим мишљењем Европска комисија предлаже Савету да се заинтересованој држави додели статус кандидата за чланство у ЕУ и (у складу са степеном припремљености те државе) предлаже започињање преговора с том државом о њеном приступању ЕУ. После закључења преговора, потписује се Споразум о приступању ЕУ. Пошто се потврди Споразум о приступању, нова држава постаје чланица, тј. прима се у чланство ЕУ.

Јасна оријентација, посвећеност и способност Владе, државне управе и Народне скупштине за испуњавање обавеза из НПИ и успешно спровођење неопходних реформи омогућава Републици Србији да достигне стандарде неопходне за чланство у ЕУ, а то је могуће само уз подршку и разумевање грађана Републике Србије. Влада утврђује као један од приоритетних задатака укључивање свих сегмената друштва у процес промена на путу ка чланству у ЕУ, а с тим циљем и подизање квалитета информација у јавној дискусији о приступању Републике Србије ЕУ.

Влада је до сада, као оквир за своје комуникацијске активности, користила Стратегију комуникације Владе Србије о процесу стабилизације и придруживања државне заједнице Србија и Црна Гора Европској унији, коју је донела 16. децембра 2004. године.

Нова динамика приближавања Републике Србије ЕУ наметнула је потребу за новом комуникацијском стратегијом информисања домаће јавности. Пошто је започета процедура добијања статуса кандидата за пријем у ЕУ, Влада планира значајне промене у периоду до потписивања Споразума о приступању у свим областима политичког, привредног и друштвеног живота, а које ће се директно одразити на свакодневни живот грађана Републике Србије, њихова права и обавезе. Новом стратегијом комуникације о приступању ЕУ, Влада поставља стратешке оквире информисања јавности о приступању Републике Србије ЕУ и комуникацијских активности у процесу приступања Републике Србије ЕУ.

У изради ове стратегије коришћени су резултати истраживања јавног мњења које, ради што бољег разумевања кључних комуникацијских проблема и дубинске анализе ставова и расположења јавности, као и њихових интересовања за комуникације о процесу приступања Републике Србије ЕУ, спроводи и објављује два пута годишње Канцеларија за европске интеграције. Осим тога, коришћени су резултати четири објављена истраживања спроведена методом фокус-група са по осам учесника<sup>1</sup>, као и резултати анализа медијског

---

<sup>1</sup> Истраживање спроведено методом фокус-група за Канцеларију за европске интеграције спровео је Ипсос стратедик маркетинг у оквиру пројекта „Информисање о европским вредностима”, који су подржали Амбасада Велике Британије у Републици Србији и Програм Уједињених нација за развој. Истраживањима су били обухваћени грађани који начелно

представљања тема везаних за приступање Републике Србије ЕУ и начина њихове обраде.

Ова стратегија се доноси на период до завршетка преговора о приступању и референдума на којем ће се грађани изјаснити о чланству Републике Србије у ЕУ, а спроводи се у складу с детаљним годишњим акционим планом, за чију припрему је задужена Канцеларија за европске интеграције у сарадњи са релевантним државним органима.

---

подржавају приступање Републике Србије ЕУ, али који имају дилеме око процеса приступања, у коме поред позитивних уочавају и многе негативне аспекте.

## II. ПОСТОЈЕЋИ ПРОБЛЕМИ

Комуникацијске активности Канцеларије за европске интеграције, које су произашле из Стратегије комуникације Владе Србије о процесу стабилизације и придруживања државне заједнице Србија и Црна Гора Европској унији, позитивно су утицале на подршку грађана Републике Србије приступању ЕУ. У кампањи „Европа куца на твоја врата”, представници државе, европских институција и амбасада земаља чланица су, у сусретима с грађанима у градовима и општинама широм Републике Србије и путем медија, информисали грађане о начину функционисања ЕУ и о томе због чега је важно да Република Србија убрзаним путем настави процес приступања Републике Србије ЕУ. За многе грађане су јавне трибине у тој кампањи биле прва прилика да се упознају са радом институција ЕУ, са процесом приступања Републике Србије ЕУ и са предностима које тај процес може донети Републици Србији.

Канцеларија за европске интеграције је од израде прве стратегије успоставила добре односе са медијима, као и са другим партнерима, попут организација цивилног друштва које се баве европским интеграцијама, са којима је 2005. године иницирала и потписала Меморандум о сарадњи у процесу европских интеграција. За информисање новинара и представника организација цивилног друштва о процесу приступања Републике Србије ЕУ веома су важни бројни едукативни програми које Канцеларија спроводи широм Републике Србије.

Политичка нестабилност и бројни проблеми са којима се Република Србија суочавала на унутрашњополитичком и спољнополитичком плану од 2004. године одразили су се на политичку и медијску агенду. Последице те нестабилности и проблема, поред осталих, јесу и неуједначена динамика и интензитет успостављања односа Републике Србије и ЕУ. Такав друштвенополитички контекст утицао је, не само на ставове грађана о приступању Републике Србије ЕУ, већ и на објективну и темељнију информисаност грађана о свим аспектима приступања Републике Србије ЕУ.

Резултати истраживања јавног мњења показују да грађанима Републике Србије још нису довољно познати кључни аспекти процеса приступања Републике Србије ЕУ и да су зато што не познају довољно чињеница склони подвојеним ставовима, због којих опада проценат грађана који би сигурно подржали чланство Републике Србије у ЕУ. Додатно, грађани желе да буду информисани о предностима које ће им чланство Републике Србије у ЕУ донети у свакодневним животним ситуацијама.

Коришћење појма „европске интеграције” и информисање јавности о процесу приступања Републике Србије ЕУ од стране политичке и стручне елите у медијима, према истраживањима спроведеним методом фокус-група, окарактерисано је као политичка, а не животна тема. Они који саопштавају информације о приступању Републике Србије ЕУ најчешће су из сфере политике, а грађани у такве исказе највише сумњају. Испитаници у фокус-групама међу осталом замере то што су информације о приступању Републике Србије ЕУ најчешће у форми вести у информативно-политичким емисијама и што су представљене неразумљивим језиком. Синтагме попут „европски стандард”,

„европске интеграције”, по мишљењу испитаника, за њих нису испуњене разумљивим значењем.

Истраживање о покривености тема из области приступања Републике Србије ЕУ у домаћим медијима потврђује и резултате истраживања спроведеног методом фокус-група, тј. да није проблем у количини, већ у квалитету информација. Трећина информација о ЕУ даје се међу прва три прилога у ударним информативним емисијама на телевизијским и радио станицама са националном покривеношћу, односно на једној од прве три стране у дневним штампаним медијима. То истраживање приказује и главна обележја информативног садржаја о приступању Републике Србије ЕУ: утисак испитаника је да слуша исте садржаје изнова, да су садржаји окренути само политичким аспектима приступања Републике Србије ЕУ и да недостају примери на основу којих ће схватити какве су последице тог процеса на њихов живот.

Такође, резултати истраживања о проценама личне користи испитаника од учлањења у ЕУ су све лошији. Док је у периоду формирања Владе у јулу 2008. године више од половине испитаника веровало да ће од приступања Републике Србије ЕУ имати личну корист, а само једна четвртина је сматрала да ће имати штету, у време израде ове стратегије (2011. година) проценат грађана који оцењују да ће имати личну штету премашио је број испитаника који очекује корист. Грађани, међутим, и даље виде општу корист за државу и друштво од учлањења у ЕУ.

У истраживањима јавног мњења примећује се и благи пад подршке приступању Републике Србије ЕУ. Тај пад не треба тумачити као промену тренда подршке приступању Републике Србије ЕУ у српској јавности. Резултати истраживања спроведених методом фокус-група показују замор испитаника од начина на који политичари и стручњаци представљају „европске интеграције” у медијима, а који, по оценама испитаника, обележава недостатак додирних тачака са стварним, свакодневним животом. На пад подршке јавности приступању Републике Србије ЕУ утичу и све учесталије информације у медијима о проблемима унутар ЕУ.

Већина грађана Републике Србије такође није довољно информисана о конкретној помоћи коју Републици Србији пружа ЕУ из својих фондова. Није широко позната чињеница да је ЕУ од 2000. године до времена израде ове стратегије пружила Републици Србији бесповратну помоћ у износу од 2,2 милијарде евра и обезбедила некомерцијалне кредите у износу од 5,8 милијарди евра.<sup>2</sup>

Два аспекта у ставовима јавности исказана у резултатима истраживања јавног мњења могу позитивно утицати на будући оквир комуникацијских активности у вези са приступањем Републике Србије ЕУ.

Први позитиван аспект у ставовима јавности према приступању Републике Србије ЕУ јесте да грађани разумеју неопходност реформских процеса. Већина испитаника тврди да би реформе неопходне за приступање Републике Србије ЕУ требало спроводити чак и да оне нису услов за улазак Републике Србије у ЕУ „због стварања боље Србије ради нас самих”<sup>3</sup>. То је и

---

<sup>2</sup>Делегација Европске уније у Републици Србији: *ЕУ и Србија од 2000. – Кључне чињенице*

<sup>3</sup>Редовно истраживање јавног мњења које спроводи Канцеларија за европске интеграције, децембар 2010.

результат добро планираних и спроведених комуникацијских активности Канцеларије за европске интеграције. Други аспект је све реалнија процена грађана о факторима који у највећој мери успоравају, односно отежавају улазак Републике Србије у ЕУ. У истраживањима је као највећа препрека оцењивана политика сталног условљавања коју ЕУ примењује према Републици Србији, али испитаници све чешће помињу и друге факторе.

У прилог потреби за новом платформом информисања о приступању Републике Србије ЕУ говоре ставови грађана према одговорности за недовољну информисаност о процесу приступања Републике Србије ЕУ. Скоро две трећине грађана сматра да су они сами одговорни јер не прате у довољној мери информације из те области. Такви одговори показују да досадашњи оквир у коме су се одвијале комуникацијске активности о приступању Републике Србије ЕУ не одговара брзини и сложености процеса приступања Републике Србије ЕУ, али ни примаоцу тих информација.

Из анализе података из првог и другог поглавља ове стратегије закључује се да постоје проблеми у информисању јавности о процесу приступања Републике Србије ЕУ за чија решења ова стратегија треба да постави оквире:

1. Висок ниво интензитета и динамике успостављања односа између Републике Србије и ЕУ од 2008. године (потписивање и примена ССП-а, доношење НПИ, потврђивање ССП-а у земљама чланицама ЕУ, захтев за пријем у чланство ЕУ, прослеђивање одговора на Упитник Европске комисије, практично започињање процеса добијања статуса кандидата, доношење бројних закона у Народној скупштини) - које је и Европска комисија истакла у два последња извештаја о напретку Републике Србије у процесу приступања ЕУ<sup>4</sup> - не одликује се у позитивним ставовима грађана у испитивањима јавног мњења, као ни у истраживању спроведеном методом фокус-група о процесу приступања Републике Србије ЕУ. Иако о приступању Републике Србије ЕУ постоји велики број информација у ударним информативним радио и ТВ емисијама и на страницама штампаних медија, грађани нису заинтересовани за информације представљене на такав начин, нити су довољно упознати с тим како процес приступања Републике Србије ЕУ утиче на њихов свакодневни живот.

2. Ефикасност капацитета државне управе у испуњавању обавеза у процесу приступања Републике Србије ЕУ и добра координација у раду тела која учествују у том процесу (Савет за европске интеграције, Координационо тело за процес приступања ЕУ са својом Стручном групом и подгрупама, као и њихова сарадња са Народном скупштином и Одбором за европске интеграције) нису у потпуности праћени резултатима на пољу комуникацијских активности о процесу приступања Републике Србије ЕУ. Не постоје целисходније дефинисане и усклађене поруке у наступима државних званичника, координација у комуникацијским активностима, јединствена платформа за комуникацију/информисање јавности о процесу приступања Републике Србије ЕУ, што умањује значај наведене објективно позитивне слике/оцене о капацитетима државне управе за процес приступања Републике Србије ЕУ.

---

<sup>4</sup>Извештај Европске комисије о напретку Републике Србије за 2009. годину; Извештај Европске комисије о напретку за 2010. годину



Капацитети постоје, али њихов рад треба ускладити у процесу планирања и управљања спровођењем комуникацијских активности.

### III. ЦИЉЕВИ КОМУНИКАЦИЈЕ О ПРИСТУПАЊУ РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ ЕУ И ПРИСТУП ИНФОРМАЦИЈАМА

Главни циљеви ове стратегије су да обезбеди разумевање грађана и њихову најширу могућу подршку за све аспекте процеса приступања Републике Србије ЕУ. Стога је неопходно да се циљним групама омогуће лако доступне, правремене и разумљиве информације о процесу приступања ЕУ. То у пракси значи:

1. Подизање нивоа свести грађана о томе да је процес приступања Републике Србије ЕУ од суштинског интереса појединца, друштва и државе. То подразумева упознавање јавности са неопходним реформама које је потребно спровести у процесу приступања Републике Србије ЕУ - како са предностима које тај процес и чланство Републике Србије у ЕУ имају на живот грађана, тако и са обавезама које то чланство доноси.

2. Подизање нивоа припремљености и мотивације циљних група за учествовање у процесу приступања Републике Србије ЕУ, посебно припремањем доносилаца одлука и оних који учествују у стварању политика за улогу коју имају у процесу приступања Републике Србије ЕУ и у јачању свести грађана о том процесу.

Да би се ти циљеви остварили, потребно је унапредити међуминистарску координацију информисања јавности о процесу приступања Републике Србије ЕУ и створити нови оквир за општи приступ тој комуникацији:

1. Општеприхваћена неопходност за спровођење реформи зарад сопственог добра, исказана у истраживањима јавног мњења, као и резултати истраживања спроведених методом фокус-група о потребама грађана за другачијим типом информација о приступању Републике Србије ЕУ, отварају могућности за стварање новог приступа комуникацијама. Када је тематика процеса приступања Републике Србије ЕУ измештена из контекста у коме је на уобичајен начин користи политичка елита и стручна јавност, грађани другачије реагују. Процес приступања Републике Србије ЕУ постаје процес неопходних промена. Сама природа процеса, тј. његово усложњавање, захтева прецизније информисање о одређеним секторским темама/политикама.

2. Доминантну синтагму „чланство у ЕУ као кључни стратешки циљ Републике Србије” треба у новом приступу комуникацијама о приступању Републике Србије ЕУ сместити у нови контекст у коме је чланство Републике Србије у ЕУ пре свега кључни унутрашњополитички и економски циљ Републике Србије. С тим у вези, и промене правних и институционалних оквира и стандарда у комуникацијским активностима треба да буду преточене из контекста високополитичких тема у теме које се тичу конкретних интереса грађана и група (пољопривредници, студенти, предузетници, послодавци, радници, потрошачи).

3. Нов приступ комуникацијама о приступању Републике Србије ЕУ подразумева изричито објашњење грађанима да унутрашњополитички процес промена у Републици Србији на њеном путу ка ЕУ (смањење корупције, покретање здраве економије, одговорна социјална политика, сузбијање криминала, стварање нових радних места, правна сигурност, заштита потрошача, боље здравство, покретање сопственог бизниса, заштита животне средине, боље

образовање, могућност преквалификације итд.) постаје њихов главни ослонац у борби за остварење њихових интереса, као и њихов лични бољитак.

Промена општег приступа комуникацијама о процесу приступања Републике Србије ЕУ захтева да се утврде циљне групе, комуникацијски канали, стварање порука и њихово прилагођавање циљним групама, као и да се утврде средства за спровођење комуникацијских активности и координација њиховог спровођења, чему су посвећена наредна поглавља ове стратегије.

#### IV. САДРЖАЈ И ЈЕЗИК ПОРУКЕ

У складу са наведеним циљевима, садржај поруке о процесу приступања Републике Србије ЕУ треба да одражава реалистичан оптимизам. Поруке које се комуникацијским активностима упућују циљним групама треба да буду у служби информисања грађана на начин који процес приступања Републике Србије ЕУ представља као њихов лични и породични интерес.

Кључна порука у комуникацији у процесу приступања Републике Србије ЕУ је:

**ПРОМЕНЕ НА ПУТУ КА ЕВРОПСКОЈ УНИЈИ, УЗ СВЕ ТЕШКЕ ОДЛУКЕ КОЈЕ ОНЕ СА СОБОМ НОСЕ, ЈЕДИНСТВЕНА СУ ШАНСА ДА СВАКО ОД НАС У УРЕЂЕНОЈ ЗЕМЉИ И ПРАВЕДНИЈЕМ ДРУШТВУ ПОБОЉША СВОЈ ЖИВОТ И ЖИВОТ СВОЈЕ ПОРОДИЦЕ.**

Кључна порука треба да проистиче из сваке комуникацијске активности, тј. да је буде једна и усаглашена и да је следе сви учесници у процесу приступања Републике Србије ЕУ. Кључна порука представља основу за планирање комуникацијских активности према потребама циљних група и у складу са њиховим обележјима и специфичним интересима. Специфичне поруке, које се буду дефинисале у комуникацијским активностима и радним плановима, треба да буду усаглашене са кључном поруком, али и прилагођене како брзини самог процеса приступања, тако и секторским и локалним потребама.

Језик који се користи у комуникацијским активностима треба да буде примерен кључној поруци и разумљив свима којима су намењене информације о процесу приступања Републике Србије ЕУ, а информације треба да буду једноставне, уверљиве и да у примаоцу створе осећај да су за њега значајне.

Да би процес приступања Републике Србије ЕУ био препознатљивији и ближи свим циљним групама, Канцеларија за европске интеграције је израдила идејно решење знака и слогана процеса приступања Републике Србије ЕУ, који се налазе у Прилогу 1, а који је саставни део овог документа.

## V. ДИЈАЛОШКЕ ГРУПЕ

За разлику од раније оријентације комуникацијских активности према циљним групама, стратешке комуникације данас пре свега се остварују у дијалошким групама. Мишљења, ставови и преференције интересних група формирају се унутар дијалошких група или дијалошких поља, а припадници таквих група деле слична уверења и моделе понашања који омогућавају заједничко деловање.<sup>5</sup> Дијалошкој групи могу припадати особе са различитим социодемографским и бихевиористичким обележјима (жене и мушкарци, богатији и сиромашнији слојеви становништва, самци или породице) који као једину заједничку карактеристику имају интерес и представу о одређеној теми.

Свака дијалошка група има и своју комуникацијску мрежу, начин на који долази до информација, гради мишљење и користи свој специфичан језик. Утврђивање елемената дијалошких мрежа од пресудног је значаја за утврђивање комуникацијских активности. Један од примера таквих група јесу они који се противе процесу приступања Републике Србије ЕУ, којима могу припадати особе са најразличитијим социодемографским и бихевиористичким карактеристикама, а којима се у комуникацијским активностима мора посветити посебна пажња.

Као најефикаснији начин информисања шире јавности и различитих интересних група ова стратегија види комуникацију са особама које утичу на јавно мњење (у даљем тексту: мултипликатори/покретачи јавног мњења) и самим тим носе велики потенцијал за стварање ставова различитих друштвених група и утицаја на њих.

Узимајући у обзир циљеве утврђене у поглављу 3, ова стратегија је усредсређена на четири главне групе дијалошких група.

### **1. Доносиоци одлука и мултипликатори/покретачи јавног мњења**

Доносиоци одлука и мултипликатори/покретачи јавног мњења имају одлучујућу улогу (делом и као учесници или као партнери) у примени ове стратегије, као и у планирању и спровођењу комуникацијских активности. Њихова основна улога је да подстичу размену информација и у својој специфичној сфери утицаја покрећу процесе стварања и промене ставова у складу са комуникацијским циљевима Стратегије, приступом и кључном поруком.

Подгрупе:

- 1) државни функционери;
- 2) државни службеници;
- 3) народни посланици;

---

<sup>5</sup> Jan J. Lies, 2003

- 4) представници политичких странака;
- 5) медији (уредници и новинари);
- 6) привредни сектор/привредна удружења;
- 7) синдикалне организације;
- 8) организације цивилног друштва;
- 9) функционери локалне самоуправе и одборници у локалним скупштинама;
- 10) стручњаци, универзитетски професори, наставници и учитељи;
- 11) верске заједнице и носиоци верских звања;
- 12) дипломатски представници држава чланица ЕУ;
- 13) Делегација Европске уније у Републици Србији;
- 14) познате личности из јавног живота (глумци, спортисти, уметници).

## **2. Млади**

За дијалошку групу коју чине млади процес приступања Републике Србије ЕУ је од посебне важности и они ће дугорочно гледано имати највише користи од приступања Републике Србије ЕУ. Према резултатима истраживања јавног мњења, млади (од 18 до 29 година) највише су заинтересовани да Република Србија постане чланица ЕУ, у којој виде своју будућност и шансе. Та дијалошка група је важна и у улози будућих гласача на референдуму о приступању Републике Србије ЕУ. Посебно треба имати у виду потенцијал младих да за теме о процесу приступања ЕУ заинтересују чланове својих породица и да директно утичу на њихове ставове према предностима чланства Републике Србије у ЕУ.

Подгрупе:

- 1) ученици основних школа;
- 2) средњошколци;
- 3) студенти;
- 4) запослена омладина;
- 5) незапослена омладина.

## **3. Групе осетљиве на промене**

Комуникацији са дијалошком групом чији су чланови осетљиви на промене треба посветити посебну пажњу спровођењем одговарајућих активности и одабиром комуникацијских средстава. Посебно тежиште мора бити стављено на пружање објективних информација о директном утицају процеса приступања Републике Србије ЕУ на њихове животе и животе њихових породица. У том смислу треба посветити пажњу информисању те дијалошке групе о реалним позитивним променама које су осетили припадници сличних сегмената становништва у земљама новим чланицама ЕУ (нпр. пољопривредници у Пољској су до уласка у ЕУ били главни противници процеса приступања њихове државе ЕУ, док су сада најгласније присталице чланства у ЕУ).

Подгрупе:

- 1) незапослени;
- 2) домаћице;
- 3) пензионери;
- 4) пољопривредници;
- 5) особе са инвалидитетом.

#### 4. Противници приступања Републике Србије ЕУ

Дијалошку групу коју чине противници приступања Републике Србије ЕУ најтеже је социодемографски и бихевиористички уоквирити, јер њени чланови долазе из најразличитијих сегмената друштва и имају различите мотиве за свој негативан став према приступања Републике Србије ЕУ. Део те популације једноставно није довољно информисан о процесу приступања Републике Србије ЕУ, а други део је против приступања Републике Србије ЕУ зато што осећа да је изгубио на личном плану у досадашњем процесу промена (у транзицији), док за негативан став трећег дела одлучујућу улогу имају стереотипи и страхови од процеса приступања Републике Србије ЕУ услед погрешних тумачења националних интереса, верских убеђења (губитак националног суверенитета, идентитета и културе).

Предности ове стратегије и новог комуникацијског приступа када је у питању комуникација са групом противника приступања Републике Србије ЕУ јесу у уочавању контрадикције досадашње поделе на тзв. „европристалице” и „евроскептике”. Наиме, према истраживању јавног мњења, петина испитаника тврди да би, уопштено говорећи, чланство Републике Србије у ЕУ била лоша ствар, док је потенцијал за повећање те дијалошке групе и у чињеници да више од трећине испитаника има подвојен став према приступању Републике Србије ЕУ, сматрајући да чланство не би било ни добро ни лоше по државу. Са друге стране, већина испитаника (самим тим и део противника приступања) сматра да реформе неопходне за приступање ЕУ треба спровести зарад стварања „боље Србије” (више од две трећине). Померање контекста у коме се одвија комуникација о приступању Републике Србије ЕУ, а које предлаже ова стратегија, омогућава да се утиче на ту дијалошку групу.

#### VI. УЧЕСНИЦИ И ПАРТНЕРИ У КОМУНИКАЦИЈИ

Приступање Републике Србије ЕУ утиче на све аспекте живота. Свеобухватност промена у држави и друштву које прате тај процес захтева преузимање одговорности свих државних органа како би се подигла свест у јавности о значају процеса приступања Републике Србије ЕУ, али и придобила најшира подршка за спровођење неопходних реформи. Посебну одговорност у том процесу имају Влада, Народна скупштина и остали органи државне управе и локалне самоуправе.

Посебна пажња у примени ове стратегије мора бити посвећена унапређењу међуресорне сарадње у оквиру постојећих радних тела (Координационо тело за приступање ЕУ, Стручна група и њене подгрупе), као и побољшању координације служби задужених за односе са јавношћу у органима државне управе, ради бољег планирања и координације активности на достизању циљева ове стратегије. Од велике важности за успешно спровођење стратегије јесте и унапређење система комуникације са Народном скупштином и њеним Одбором за европске интеграције, као и са локалном самоуправом (кроз сарадњу

са Сталном конференцијом градова и општина, као и директно с представницима локалних самоуправа). Главну подршку за побољшање комуникације и јачање дијалога треба да пружа Канцеларија за европске интеграције (конкретни механизми за унапређење представљени су у 7. поглављу: Правци активности и средства комуникације).

Један од кључних учесника у информисању јавности о процесу приступања Републике Србије ЕУ, поред Владе, јесте Делегација Европске уније у Републици Србији, са којом је потребно заједнички радити на усклађивању планова комуникацијских активности, као и на њиховој реализацији.

С обзиром на утицај медија на формирање јавног мњења, кључни партнери Владе у спровођењу комуникацијских активности и преношењу информација о ЕУ и процесу приступања Републике Србије ЕУ јесу електронски и штампани медији (национални, регионални и локални медији). Као вид даљег унапређења односа Канцеларије за европске интеграције с медијима, посебна пажња мора бити усмерена на даљу изградњу поверења међу партнерима унапређењем редовног дијалога са главним и одговорним уредницима и директорима медијских кућа. За постизање циљева ове стратегије посебно је важно подстаћи медије на секторски приступ обавештавању о питањима из појединачних области важних за приступање Републике Србије ЕУ, као и на реализацију програма, прилога и репортажа који ће грађанима приближити свакодневни живот грађана у ЕУ, са посебним тежиштем на успешним примерима новијих чланица (пољопривредници у Пољској, мали и средњи предузетници у Словачкој, студенти и млади у Чешкој и Словенији итд.).

Влада ће у комуникацији с јавношћу посебну пажњу посветити привредном сектору као партнеру, сарадњом са привредним коморама, Унијом послодаваца, као и са синдикатима и привредницима креирањем медијских садржаја, организацијом јавних трибина и конференција, изградњом публикација и коришћењем других радних средстава.

Од организација цивилног друштва (у даљем тексту: ОЦД), као важног партнера у спровођењу Стратегије, очекује се повратна информација о ефектима реформских корака (јавна контрола) Владе, конструктивна критика, као и њихова усредсређеност на праћење секторских политика ЕУ. ОЦД треба и да активно учествују у јавним расправама током доношења прописа и у комуникацијским активностима, посебно на локалном нивоу, као и да сарађују са локалним медијима. Ефекти унапређења партнерског односа Владе и ОЦД јесу боље образовање и виши ниво информисаности грађана о секторским политикама, са посебним тежиштем на уклањању предрасуда које имају чланови дијалошких група.

Академска заједница, наставници и учитељи, такође су важан партнер Владе у комуникацијама о приступању Републике Србије ЕУ, пре свега због свог утицаја на стварање вредносних ставова младих.

С обзиром на то да велики део популације чине верници и припадници верских заједница, изградња партнерског односа са традиционалним верским заједницама веома је значајна у комуникацији са грађанима.

Најважнији партнери Владе у комуникацији с грађанима су:

- 1) медији;
- 2) ОЦД;
- 3) привредни сектор;



- 4) академска заједница, наставници и учитељи;
- 5) локална самоуправа;
- 6) верске заједнице;
- 7) Делегација ЕУ у Републици Србији;
- 8) амбасаде држава чланица ЕУ.

## VII. ПРАВЦИ АКТИВНОСТИ И СРЕДСТВА КОМУНИКАЦИЈА

На основу увида у организацију надлежних државних органа и организација, закључено је да кључни проблеми, утврђени у поглављу 2 ове стратегије нису проузроковани недостатком институција и механизма и да их је могуће отклонити сталним унапређивањем планирања и координације комуникацијских активности у раду надлежних државних органа и организација. Стога је први правац деловања да се у редовне активности надлежних државних органа и организација уведе и предлагање и планирање комуникацијских активности које произлазе из њиховог појединачног делокруга.

1. Ова активност подразумева да чланови Координационог тела за процес приступања Републике Србије ЕУ и Стручне групе и њених подгрупа у сарадњи са службама за односе са јавношћу у министарствима, а у складу са циљевима, приступом, утврђеном кључном поруком и језиком дају и информативни контекст и садржај уз тематику коју обрађују (Какав конкретан утицај на свакодневни живот има доношење одређених прописа или формирање институција? Које се специфичне поруке прилагођене кључној поруци могу дефинисати у комуникацијским активностима? Да ли постоје евентуални трошкови и на који начин ће се они образложити?).
2. У координацији са Канцеларијом за европске интеграције треба потом одредити средства и канале комуникације који су релевантни за одређене дијалогске групе.

Потребно је израдити интерне комуникацијске мапе „Аргументи за Европу у Србији” које преносе задатке и обавезе преузете из процеса приступања Републике Србије ЕУ у предложени комуникацијски оквир, а у складу са утврђеним циљевима и кључном поруком. Циљ мапа је пре свега да олакшају утврђивање комуникацијских активности и да пренесу користи од промена и усклађивања са стандардима ЕУ на поље свакодневног живота. Током процеса приступања Републике Србије ЕУ и сталним допуњавањем мапа, практично се стара база података која обавезе из процеса приступања Републике Србије ЕУ представља нови приступ комуникацијама који је задат Стратегијом (нпр. које су личне користи релевантних дијалогских група од: спровођења Закона о безбедности хране, увођења европских стандарда у ветеринарску контролу, примене Закона о заштити потрошача итд.).

Као други важан правац активности јесу редовне консултације:

- 1) између Канцеларије за европске интеграције, Канцеларије Владе за односе са медијима, шефова служби за односе са јавношћу и чланова Координационог тела за процес приступања Републике Србије ЕУ како би се

унапредиле вештине планирања и управљања комуникацијама о приступању Републике Србије ЕУ;

2) између Канцеларије за европске интеграције и Делегације Европске уније у Републици Србији са циљем планирања заједничких комуникацијских активности и стварања синергије у односима са јавношћу (у представљању конкретних резултата пројеката финансираних из фондова ЕУ, важности примене закона за свакодневни живот грађана, уклањању предрасуда и страхова од процеса приступања Републике Србије ЕУ, обавештавању о позитивним примерима из новијих земаља чланица итд.);

3) између Канцеларије за европске интеграције и Одбора за европске интеграције Народне скупштине ради боље усклађености комуникацијских активности.

Трећи правац активности у области бољег управљања комуникацијама јесте формирање мреже стручњака (мултипликатора/преносилаца порука) из свих секторских политика, који би пружали стручне и уверљиве одговоре на бројна и разноврсна питања, било да те одговоре дају представници медија, било у директној комуникацији на јавним трибинама, конференцијама, округлим столовима. За утврђивање те мреже и координацију с њом треба да буду задужени представници подгрупа стручних група, уз подршку Сектора за комуникације и обуку Канцеларије за европске интеграције.

## АКТИВНОСТИ НА УНАПРЕЂЕЊУ КОМУНИКАЦИЈА

Потребно је наставити са постојећим комуникацијским средствима и активностима које Канцеларија за европске интеграције спроводи, као што су: истраживања јавног мњења (и по потреби истраживања која се спровode методом фокус-групе), издаваштво (књиге и периодичне специјализоване публикације, билтени), интернет страница [www.seio.gov.rs](http://www.seio.gov.rs), посебни пројекти (Дан Европе, Отворена врата у Канцеларији за европске интеграције итд.), конференције, округли столови, семинари, предавања, радионице, квизови, огласи, посебни додаци у дневним и недељним новинама, трибине и посете градовима, конференције за новинаре.

### **Правци активности за унапређење постојећих средстава комуникација:**

#### **1. Обуке и студијска путовања за новинаре**

На овом пољу потребно је померити тежиште образовања са информација о процесу приступања Републике Србије ЕУ на утицај на свакодневни живот који тај процес доноси (нпр. како препознати конкретну, животну ситуација из примене Закона о заштити потрошача или Закона о управљању отпадом). Са друге стране, новинаре треба упознавати са позитивним примерима из земаља чланица - како је процес промена утицао на појединце и поједине друштвене групе.

Тематско тежиште студијских путовања делом треба изместити из оквира упознавања са институцијама ЕУ или са упознавања са државним институцијама и учесницима таквих путовања понудити програме који приказују конкретне

результате промена (посете представницима малих и средњих предузећа, школама, факултетима, болницама, пољопривредним газдинствима).

## 2. Редовна комуникација са медијима

И у редовној комуникацији са медијима треба настојати се да новинари добијају информације о конкретним примерима из процеса приступања Републике Србије ЕУ и о животним аспектима тематике за коју се поједини новинари интересују. Поменута мрежа стручњака треба да олакша избор и прошири број могућих стручних саговорника.

Ради унапређења односа са медијима треба једном у три месеца (непосредно уочи објављивања извештаја о спровођењу Националног плана за интеграцију Републике Србије у ЕУ) организовати консултације директора Канцеларије за европске интеграције са новинарима, главним и одговорним уредницима и директорима медија. Циљ консултација је, пре свега, правовремена размена информација, сагласно утврђеним циљевима и новим комуникацијским приступом.

Као надоградња редовним односима са медијима, потребно је утврдити и систематизовати специјализоване медијске формате и садржаје у корелацији са дијалогским групама („Знање на поклон”, „Домаћин”, „Експлозив”, „Ексклузив”, „Око”, [www.b92.rs/BIZ](http://www.b92.rs/BIZ), [www.infostud.com](http://www.infostud.com)). Таква база података треба да олакша и стварање предлога за могуће кокреирање садржаја (сарадња у продукцији ТВ прилога и репортажа, прилога у новинама и на интернет страницама).

## 3. Изложбе

Организовање изложби „Моја Европа” са фотографијама и порукама типичних представника одређених дијалогских група о утицају приступања Републике Србије ЕУ на свакодневни живот. Такве наменске изложбе могу се лако поставити широм Републике Србије, а отварање се може искористити као повод за јавне трибине у којима учествују и познате личности (спортисти, глумци, разни уметници).

## **Проширивање комуникацијских активности**

1. Јачање сарадње с јединицама локалних заједница (неопходно је да локалне самоуправе у оквиру својих капацитета оформе тзв. ЕУ тимове, који треба да у сарадњи са Канцеларијом за европске интеграције израђују план комуникацијских активности у својим општинама/градовима).
2. Креирање већих и мањих кампања и медијских догађаја везаних за посебне датуме који су у вези са дијалогским групама (нпр. 21. фебруар, Дан матерњег језика; 15. март, Дан потрошача; 24. мај, Дан ћириличног писма; 12. август, Међународни дан младих; 8. септембар, Дан описмењавања; 26. септембар, Европски дан језика; 14. новембар, Дан борбе против дијабетеса; 3. децембар, Међународни дан особа са инвалидитетом; 5. децембар, Међународни дан волонтера).
3. Укључивање личности из јавног живота као преносилаца порука спровођењем кампања, на јавним трибинама и медијским догађајима.
4. Јачање сарадње са националним и локалним медијима (сталне консултације са главним и одговорним уредницима, израда заједничких садржаја, посебних додатака, репортажа).

5. Сарадња са верским заједницама (учешће традиционалних верских заједница у медијским догађајима, израда медијских садржаја).
6. Подстицање различитих активности посвећених младима (студијска путовања за студенте и средњошколце, школска партнерства).
7. Студијска путовања и програми сарадње за релевантне интересне групе (пољопривредници, предузетници, индустрија).
8. Информативне кампање за одређене дијаложке групе.
9. Годишњи конкурс за пројекте цивилног сектора у вези са ЕУ.

### **Нова средства комуникација**

1. Интернет-портал о ЕУ (уз активно коришћење друштвених медија, како од стране саме Канцеларије као институције, тако и директора Канцеларије за европске интеграције и потпредседника Владе задуженог за европске интеграције – *twitter/facebook*).
2. Посебно припремљени „online content” прилози за интернет-портале других субјеката (*online* специјали у сарадњи са релевантним медијима).
3. ЕУ инфо тачке широм Републике Србије.
4. Бесплатан ЕУ инфо телефон.

## VIII. НАЧИН И СРЕДСТВА КОМУНИКАЦИЈА И ДИЈАЛОШКЕ ГРУПЕ

### ТАБЕЛАРНИ ПРИКАЗ

	Дијаложке групе	Начин и средства комуникација
МУЛТИПЛИКАТОРИ	Државни функционери	Унапређена методологија рада у Координационом телу за процес приступања Републике Србије ЕУ (комуникацијске активности) и координација са Канцеларијом за европске интеграције; координација израде и сталног ажурирања мапа „Аргументи за Европу у Србији”; семинари, конференције, јавне трибине, округли столови, медијски садржаји, публикације, интернет-портал, <i>online</i> друштвене мреже
	Државни службеници	Семинари, радионице, односи са медијима, обуке, публикације, мапирање мреже стручњака, израда и ажурирање мапа „Аргументи за Европу”, публикације, јавне трибине, округли столови, интернет-портал, унапређивање методологије рада у радним телима за преговоре увођењем комуникацијских активности као редовне теме дневног реда

	Народни посланици	Семинари, конференције, јавне трибине, публикације, медијски садржаји, округли столови, наменске кампање, интернет-портал, <i>online</i> друштвене мреже
	Представници политичких странака	Семинари, медијски садржаји, округли столови, јавне трибине, публикације, информативне кампање
	Медији (уредници и новинари)	Редовни односи са медијима, предлагање тема и саговорника, заједничка израда садржаја ( <i>online</i> специјала, додатака, репортажа...), семинари, студијска путовања, јавне трибине, редовне консултације, интернет-портал, <i>online</i> друштвени медији, обуке, резултати истраживања јавног мњења и истраживања спроведених методом фокус-група, посете градовима (обилазак конкретних пројеката)
	Привредни сектор	Публикације, семинари, тематски медијски садржаји, јавне трибине, инфо-телефон, студијска путовања, интернет-портал, предавања
	Синдикалне организације	Наменски медијски садржаји, публикације, семинари, јавне трибине, инфо-телефон, интернет-портал, округли столови, предавања

	Организације цивилног друштва	Финансирање пројеката ОЦД, јавне трибине, кампање, тематски медијски садржаји, медијски догађаји, публикације, округли столови, координација заједничких акција
	Функционери и службеници локалне самоуправе и одборници у локалним скупштинама	Сарадња са „ЕУ службеницима/тимовима”, семинари, публикације, округли столови, медијски садржаји, инфо-телефон, ЕУ инфо-тачке, сарадња на организацији заједничких медијских догађаја (изложби, уличних акција итд.)

	Стручњаци, универзитетски професори, наставници и учитељи	Конференције, семинари, радионице, наменски медијски садржаји, ЕУ инфо-тачке, интернет-портал, студијска путовања, публикације, обуке, сарадња у оквиру „мреже стручњака”, <i>online</i> друштвене мреже, подстицање школских партнерстава
	Верске заједнице и носиоци верских звања	Конференције, јавне трибине, предавања, публикације, наменски медијски садржаји, интернет-портал, сарадња на јавним догађањима, информативне кампање
	Представници држава чланица (дипломате)	Конференције, јавне трибине, медијски садржаји, координација заједничких активности, интернет-портал, публикације

Делегација Европске уније у Републици Србији	Редовне консултације и координација активности, посете пројектима финансираним из фондова ЕУ, медијски садржаји, јавне трибине, конференције, округли столови, заједничке инфо-кампање
Познате личности из јавног живота	Семинари, подстицање на заједничке активности, јавне трибине, изложбе, квизови и такмичења, интернет-портал, <i>online</i> друштвене мреже

МЛАДИ	Ученици основних школа	Такмичења, квизови, ЕУ инфо-тачке, медијски садржаји, јавне трибине, предавања, семинари, инфо-телефон, интернет-портал, <i>online</i> друштвене мреже, изложбе, подстицање школских партнерстава
	Средњошколци	Публикације, медијски садржаји, јавне расправе, семинари, радионице, квизови, инфо-телефон, ЕУ инфо-тачке, јавне трибине, студијска путовања, интернет-портал, <i>online</i> друштвене мреже, изложбе, информативне кампање, подстицање на учешће у програмима размене, подстицање на учешће у програмима за младе на европском нивоу
	Студенти	Публикације, медијски садржаји, предавања, конференције, јавне трибине, медијски догађаји, ЕУ инфо-центри, инфо-телефон, изложбе, информативне кампање, студијска путовања и подстицање на учешће у програмима размене студената,



		подстицање на учешћа у програмима за младе на европском нивоу, обука за писање пројеката
	Запослена омладина	Публикације, медијски садржаји, јавне трибине, семинари, интернет-портал, инфо-телефон, ЕУ инфо-центри, студијска путовања, <i>online</i> друштвене мреже
	Незапослена омладина	Медијски садржаји, публикације, предавања, јавне трибине, информативне кампање, интернет-портал, ЕУ инфо-центри, инфо-телефон, <i>online</i> друштвене мреже, стручне праксе

ГРУПЕ ОСЕЋЉИВЕ НА ПРОМЕНЕ	Незапослени	Медијски садржаји, инфо-телефон, публикације, јавне трибине, медијски догађаји, семинари, информативне кампање, акције са ОЦД, подстицање на учешће у програму „Млади у акцији” (са посебним акцентом на ЕВС - европски волонтерски сервис)
	Домаћице	Медијски садржаји, семинари, изложбе, инфо-телефон, јавне трибине, интернет-портал, информативне кампање, медијски догађаји са јавним личностима

	Пензионери	Медијски садржаји, јавне трибине, публикације, ЕУ инфо-центри, информативне кампање, медијски догађаји са јавним личностима
	Особе са инвалидитетом	Публикације, медијски садржаји, акције са ОЦД, интернет-портал, ЕУ инфо-тачке, семинари
	Пољопривредници	Медијски садржаји, јавне трибине, посете општинама, унапређење сарадње са локалним медијима, унапређење сарадње са локалним самоуправама, изложбе, инфо-телефон, ЕУ инфо-тачке, предавања, медијски догађаји са јавним личностима

ПРОТИВНИЦИ ПРИСТУПАЊА ЕУ		Медијски садржаји, јавне трибине, семинари, обуке, предавања, публикације, инфо-телефон, ЕУ инфо-тачке, информативне кампање, медијски догађаји са јавним личностима, заједничке активности са ОЦД
-----------------------------	--	--

## IX. КОМУНИКАЦИЈА СА МЕЂУНАРОДНИМ ЧИНИОЦИМА

Велики је значај комуникације са међународним чиниоцима, попут институција ЕУ, влада и парламената земаља чланица ЕУ, иностраних медија, института и релевантне стручне јавности у међународној заједници, међународним финансијским институцијама и другим важним међународним чиниоцима. Комуникација с њима је од пресудне важности за даљи процес приступања Републике Србије ЕУ.

Због специфичности комуникацијских проблема, другачије дефиниције комуникацијских циљева, приступа, садржаја и порука, као и другачијег карактера дијалогских група, потребно је израдити посебну стратегију за комуникацију са међународним чиниоцима, као и акциони план за њено спровођење.

## X. ПРАЋЕЊЕ И ОЦЕНА

Приступајући системски примени смерница утврђених у Стратегији, Канцеларија за европске интеграције треба да, уз консултације са осталим министарствима, израђује годишње планове комуникацијских активности у којима су јасно утврђене активности, рокови и финансијска средства неопходна за њихово спровођење. Годишње планове комуникацијских активности доноси Влада. Резултати спровођења ове стратегије и испуњеност циљева који су у њој утврђени оцењују се на основу резултата редовних истраживања јавног мњења, истраживања која се спроводе методом фокус-група, као и кроз редовне консултације са организацијама цивилног друштва.

Како је управљање комуникацијама у својој структури циклично, Канцеларија за европске интеграције треба да, уз оцене испуњености комуникацијских циљева, али и сталним праћењем спровођења Стратегије и оквира у којима се спроводи, прилагођава Стратегију евентуално промењеним циљевима, новонасталим ситуацијама, проблемима и ресурсима.

## XI. АКЦИОНИ ПЛАН

Влада ће донети први годишњи акциони план за спровођење Стратегије комуникације о приступању Републике Србије Европској унији у року од шест месеци од стицања статуса кандидата за чланство Републике Србије у ЕУ.

## XII. ЗАВРШНА ОДРЕДБА

Ову стратегију објавити у „Службеном гласнику Републике Србије”.