



Vijeće ministara
Bosne i Hercegovine

STRATEGIJA
KOMUNICIRANJA
INSTITUCIJA BiH
O PROCESU PRISTUPANJA
BOSNE I HERCEGOVINE
EVROPSKOJ UNIJI
OD KANDIDATSKOG
STATUSA DO ČLANSTVA

STRATEGIJA KOMUNICIRANJA
INSTITUCIJA BiH O PROCESU
PRISTUPANJA BOSNE I
HERCEGOVINE EVROPSKOJ UNIJI
OD KANDIDATSKOG STATUSA DO ČLANSTVA

Izdavač:

Direkcija za evropske integracije
Đoke Mazalića 5, 71000 Sarajevo
Telefon: 033/255-011
e-mail: info@dei.gov.ba
www.dei.gov.ba

Glavni i odgovorni urednik izdanja Direkcije:
Edin Dilberović

Lektorica za bosanski jezik: Lejla Nuhodžić
Prevod na engleski jezik: Sektor za prevođenje iz područja evropskih
integracija

Dizajn i DTP: Triptih d.o.o.

Štampa: O.R. Agencija Aligo

Tiraž: 100

Sarajevo, 2020.

Napomena:

Dokument je usvojen na 169. sjednici Vijeća ministara Bosne i
Hercegovine, 21.3.2019. godine i objavljen u "Službenom glasniku
BiH", broj 37/19.

Publikacija je objavljena uz finansijsku podršku Ambasade
Švedske u Bosni i Hercegovini.



SADRŽAJ

LISTA SKRAĆENICA	4
UVOD	5
SITUACIONA ANALIZA	7
VREMENSKI OKVIR	9
CILJEVI	10
JEZIK, KANALI I PORUKE	12
PROVODIOCI STRATEGIJE	13
CILJNE JAVNOSTI, KANALI I ALATI	14
1. Kreatori i pokretači javnog mnijenja.	14
2. Mladi	17
3. Grupe posebno osjetljive na promjene	18
VIZUELNI IDENTITET	20
BUDŽET/RESURSI	21
PRAĆENJE I MJERENJE.	21
ZAKLJUČAK	22
PRILOG 1 - MATRICA AKCIONOG PLANA	23

LISTA SKRAĆENICA

ACQUIS	pravna tečevina EU, skup prava i obaveza koji sve države članice obavezuju i povezuju unutar Evropske unije
DEU	Delegacija Evropske unije u BiH
DKP	diplomatsko-konzularno predstavništvo
EI	evropske intergacije/integracija u EU
EU	Evropska unija
EUSR	Specijalni predstavnik Evropske unije
IPA	Instrument pretpristupne pomoći EU
OCD	organizacije civilnog društva
SSP	Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju

UVOD

O pristupanju Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji kao vanjskopolitičkom prioritetu govori se, piše i komunicira već više od dvije decenije. Proces pristupanja je proizvod nepodijeljene volje svih političkih opcija u zemlji, ali i općeprihvaćeni cilj svih segmenata bosanskohercegovačkog društva. Podrazumijeva transformaciju zemlje i društva u cjelini jer obuhvata potpuno prilagođavanje politika, te institucionalnog, pravnog i ekonomskog sistema evropskim standardima.

Od donošenja *Odluke o pokretanju inicijative za pristupanje BiH EU* 1999. godine, pa sve do stupanja na snagu *Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju* (u daljnjem tekstu SSP) 2015. godine, pristupanje Bosne i Hercegovine Uniji imalo je kontinuiranu podršku šire javnosti i bilo priznato u cijeloj zemlji kao najbitniji preduslov ostvarivanja sigurnosti i napretka BiH.

U tom smislu i *Komunikacijskom strategijom za informiranje javnosti o pristupanju Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji* iz 2009. godine zacrtane su osnove informiranja i komuniciranja o procesu evropskih integracija u BiH, kako bi se u potpunosti osiguralo razumijevanje svih obaveza i izazova koje BiH ima na ovom putu. Direkcija za evropske integracije (u daljnjem tekstu Direkcija) prepoznata je kao nosilac ovog komunikacijskog procesa, uz neophodan angažman i drugih aktera i partnera (poput posebno bitnih multiplikatora mišljenja) koji su, osim institucija BiH, akteri u komuniciranju o procesu integriranja.

Napredak u procesu pristupanja BiH EU, nova dinamika procesa, te očekivani kandidatski status BiH, koji donosi nove obaveze, zahtijevaju promjenu pristupa komuniciranju sa specifičnim ciljnim grupama, kako bi se unaprijedila znanja javnosti i razumijevanje implikacija pristupanja na svakodnevni život i društvo u cjelini. Kvalitativna i kvantitativna istraživanja, te obavljene konsultacije s institucijama u BiH i drugim zainteresiranim javnostima pokazuju nezadovoljavajući stepen informiranosti o procesu, ali i porast euroskepticizma.

Naučene lekcije ukazale su na to da je potrebna drugačija podjela ciljnih javnosti u komunikaciji o procesu, da s njima treba komunicirati specifičnim porukama, prilagođenim interesima svake od ciljnih javnosti i da nosioci komunikacijskih aktivnosti trebaju biti sve institucije uprave na svim nivoima vlasti. U ovoj strategiji kao strategiji Vijeća ministara BiH pod nosiocima komunikacijskih aktivnosti podrazumijevaju se komunikatori u institucijama BiH¹, a institucije na ostalim nivoima kao partneri u komunikaciji.

Strategija komuniciranja institucija BiH o procesu pristupanju Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji – od kandidatskog statusa do članstva (u daljnjem tekstu Strategija), za razliku od prethodne, težište u komuniciranju premješta s **općeg pristupa** (svim ciljnim grupama uglavnom jednakim/općim porukama, u različitom obimu) na **različite pristupe svakoj ciljnoj grupi sa specifičnim temama** (koje nisu predmet interesa svih ciljnih grupa).

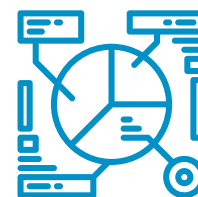
Prethodna strategija Direkciju je prepoznala kao glavnog komunikatora o procesu, uz djelimično učešće institucija, i to u ulozi multiplikatora mišljenja. **Novi pristup podrazumijeva učešće svih institucija Bosne i Hercegovine u ulozi nosilaca procesa komuniciranja iz njihovog djelokruga i nadležnosti, sa Direkcijom kao fokalnom tačkom.** Za uspješno komuniciranje o nastupajućim obavezama, procesima i implikacijama potrebno je komunicirati u sinergiji s ostalim komunikacijskim partnerima (institucijama na svim nivoima, nevladinim organizacijama, DEU, EUSR i DKP država članica EU).

U Strategiji se preciziraju: komunikacijski pristup, ciljne javnosti, glavne poruke, kanali i alati u skladu s izazovima procesa evropskih integracija radi boljeg razumijevanja procesa.

Godišnjim akcionim planovima detaljno će biti definirani: ciljevi, rokovi, potrebna finansijska sredstva, indikatori te nosioci za svaku konkretnu aktivnost, u skladu sa prioritetima za navedeni vremenski okvir.

1 Vijeće ministara BiH, agencije, direkcije i ostali organi uprave, odnosno institucije izvršne vlasti, nezavisno od izvora finansiranja

SITUACIONA ANALIZA



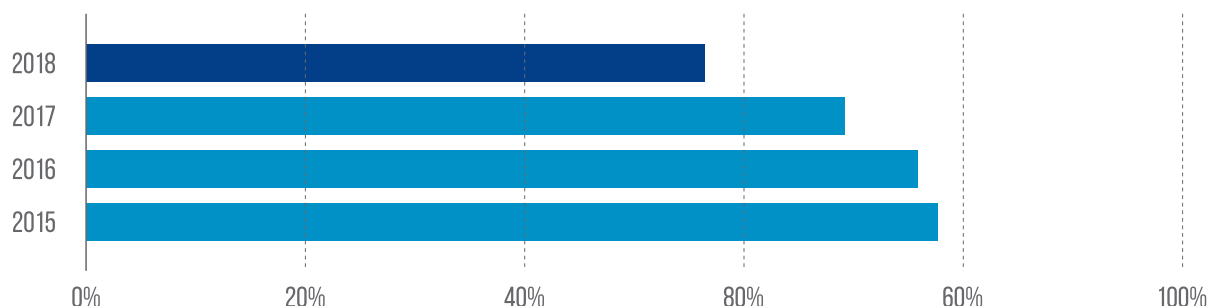
Za pripremu Strategije, kao polazna osnova, korištena je *Komunikacijska strategija za informiranje javnosti o pristupanju BiH EU* (2009).

Osim toga, za pripremu dublje situacione analiza korištene su analize mikro i makro okruženja, S.W.O.T.² analiza komuniciranja o procesu evropskih integracija i pozicije u vanjskom okruženju u BiH i P.E.S.T.³ analiza vanjskog okruženja, analiza pojedinačnih javnosti (državni službenici, akademska zajednica, mediji) koja je provedena putem kvantitavnog istraživanja i prikupljanja odgovora na online anketni upitnik, kao i analiza objava koju je provela Direkcija stalnim praćenjem medija (media monitoring). U analizi su korišteni i izvještaji o realizaciji prethodnih godišnjih akcionih planova za realizaciju Komunikacijske strategije za informiranje javnosti o pristupanju BiH EU.

Multipliciranje općih informacija o procesu evropskih integracija kroz informativno-promotivne aktivnosti, kao i distribuiranje prikladnih promotivnih i informativnih materijala, čini osnovu ovih planova čiji je stepen realizacije u proteklim godinama bio do 80%, te je kao takav bio uslovljen odsustvom međuinstitucionalne saradnje u realizaciji komunikacijskih aktivnosti (2009-2016.), kao i nedovoljnim materijalnim i ljudskim kapacitetima. Na ovakav postotak realizacije uticala je i neadekvatna komunikacija prema donosiocima i provodiocima odluka.

Godišnja istraživanja javnog mnijenja koja provodi Direkcija, angažirajući vanjske agencije, potvrđuju podršku pristupanju EU između 56% i 78 % (2015, 2016, 2017. i 2018), odnosno daju dodatnu potvrdu opredijeljenosti opće javnosti pristupanju EU.

Slika 1. Procent podrške javnosti u BiH 2015-2018



Rezultati provedenih istraživanja u posljednje četiri godine (slika 1.) ukazuju na značajan pad podrške javnosti sa 78% u 2015. na 56,5% u 2018. godini. Poređenje Rezultata višegodišnjih istraživanja pokazuje da građani smatraju da nemaju dovoljno informacija o procesu evropskih integracija. U vezi sa procesom evropskih integracija većina izjavljuje da ih u medijima najviše interesiraju teme o uticaju procesa evropskih integracija na svakodnevni život. Građani se najčešće o pitanjima evropskih integracija informiraju putem televizije i interneta. Mogućnost korištenja finansijske pomoći EU je prva na listi tema koje interesiraju građane, ali mali procenat ispitanika smatra da su o njoj dobro obaviješteni. Godišnja istraživanja javnog mnijenja dostupna su na http://www.dei.gov.ba/dei/media_servis/istrazivanje/default.aspx?id=1905&langTag=bs-BA&template_id=120&pageIndex=1

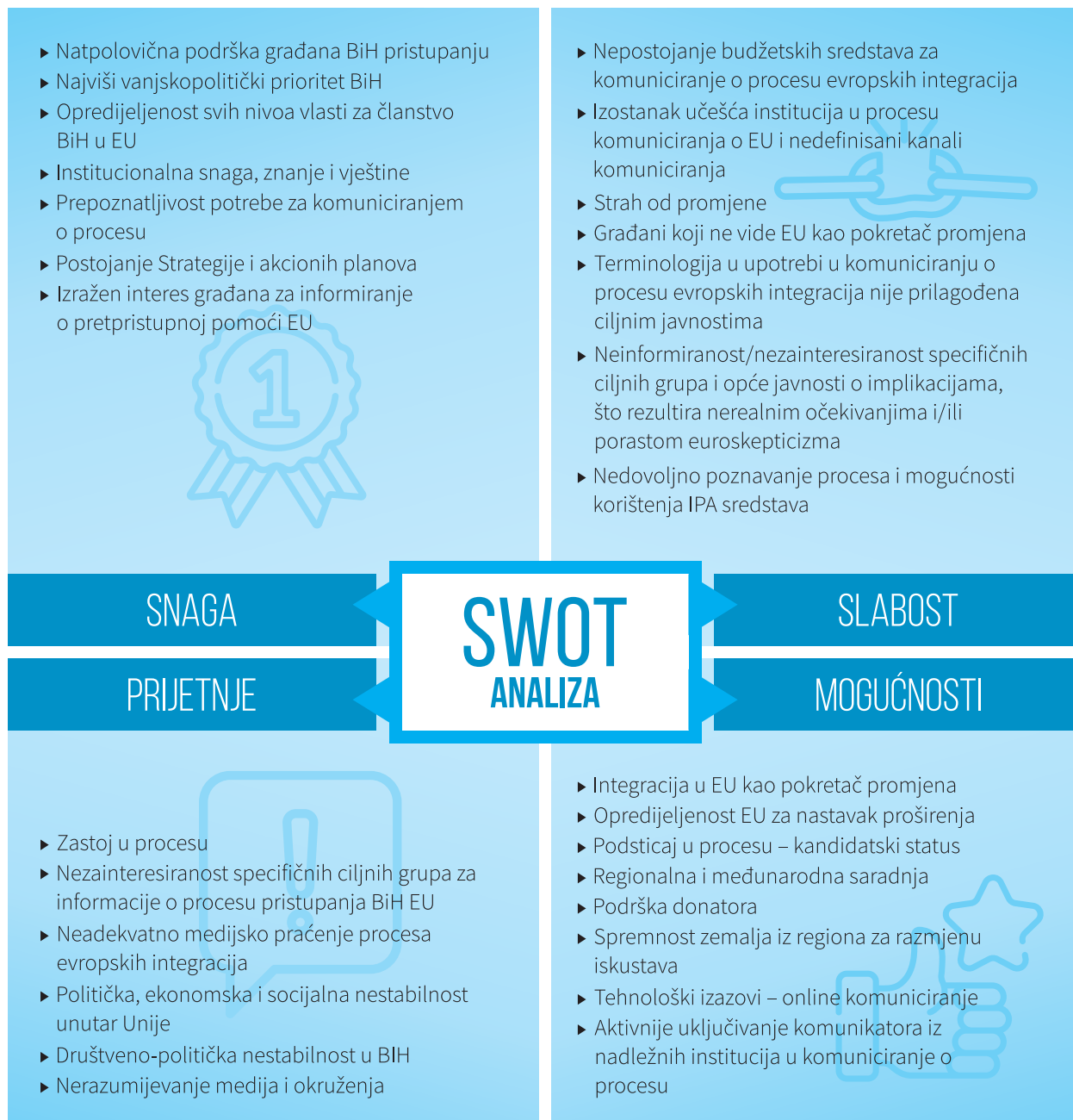
Stalno praćenje medija u Direkciji pokazuje da se o procesu evropskih integracija izvještava šturo, općenito i u kontekstu dnevno-političkih dešavanja, tako da se akcenat stavlja na izjave zvaničnika BiH i Unije. U printanim, online i elektronskim medijima nedostaje analitičkih tekstova i tematskih priloga u kojima bi novinari običnim građanima predstavili koliko

2 S.W.O.T. je akronim, tj. skraćena koju čine početna slova engleskih riječi – strengths (snaga), weaknesses (slabosti), opportunities (mogućnosti) i threats (prijetnje).

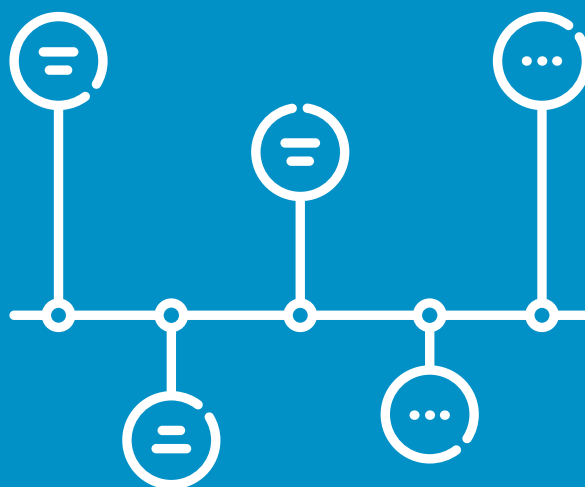
3 P.E.S.T. je akronim, tj. skraćena od početnih slova engleskih riječi – political (politički), economic (ekonomski), social (društveni) i technological (tehnološki).

će proces pridruživanja EU uticati na kvalitet života u BiH, koje se reforme moraju provesti i kakav će očekivani učinak one imati, te koje strukture i na koji način mogu koristiti finansijsku pomoć iz evropskih fondova. Izvještaji o procesu pridruživanja EU se, čak i u programima javnih servisa, ne emitiraju u udamnim terminima. Ovakav način medijskog izvještavanja zahtijeva promjenu pristupa i prema medijima. U tom smislu potrebno je organizirati radionice na kojima bi se novinari informirali i educirali o specifičnim temama, podržali u pisanju istraživačkih i analitičkih tekstova, te podstakli da prošire obim tema, s tim da se u fokusu zanimanja nađu teme koje interesiraju građane.

Tabela 1. SWOT analiza komuniciranja



Akadska zajednica, također, može dati značajan doprinos kontinuiranom i konstruktivnom kritičkom raspravom o integraciji u EU. S tim ciljem Direkcija za evropske integracije pokrenula je naučno-stručni časopis *Sui generis*, kako bi se osigurao prostor i kanal za analizu procesa i implikacija na različite segmente društva.



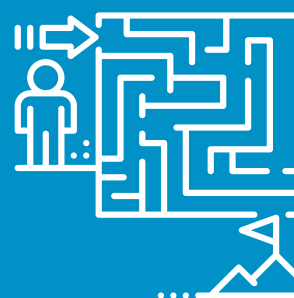
VREMENSKI OKVIR

Primjena Komunikacijske strategije počinje sticanjem kandidatskog statusa Bosne i Hercegovine, a novi strateški pristup važit će do članstva BiH u EU.

Komunikacijske aktivnosti bit će specificirane godišnjim akcionim planovima koje će usvajati Vijeće ministara BiH, na prijedlog Direkcije, a koji će biti izrađivani i provedeni u saradnji s institucijama BiH i ostalim partnerima u komuniciranju o procesu evropskih integracija u BiH. Godišnje akcione planove za realizaciju ove strategije izrađuje Direkcija za evropske integracije na osnovu priloga pristiglih od delegiranih državnih službenika iz institucija Bosne i Hercegovine nadležnih za njihovo provođenje.

Strategija će biti evaluirana i revidirana u skladu sa potrebama procesa pristupanja EU, a specifične teme, koje budu iziskivale detaljnije komuniciranje, bit će opisane u posebnim komunikacijskim i operativnim dokumentima, kompatibilnim s ovom strategijom.

CILJEVI



Osnovni cilj Strategije je osiguranje boljeg razumijevanja procesa evropskih integracija koje omogućava formiranje stavova javnosti o procesu pristupanja Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji, na osnovu provjerenih i pravovremenih informacija.

Cilj novog pristupa koji se predviđa ovom strategijom je postizanje⁴:

- otvorenosti i transparentnosti institucija/nosilaca komunikacijskih aktivnosti u procesu evropskih integracija i kontinuirane razmjene informacija među njima;
- sinhroniziranog komuniciranja aktera/partnera o procesu pristupanja BiH EU;
- uključenosti i zainteresiranosti ciljnih javnosti;
- razumijevanja procesa evropskih integracija;
- razumijevanja reformskih aktivnosti.

4 Odgovori zainteresiranih pojedinaca na online upitnik koji je imao cilj prikupljanje informacija o prioritetnim temama, kanalima komuniciranja, potrebama i prijedlozima u oblasti komunikacija o procesu evropskih integracija (EI) Bosne i Hercegovine ukazali su na potrebu nadopune ciljeva u komuniciranju.

Novi način komuniciranja, koji bi trebao započeti sticanjem kandidatskog statusa Bosne i Hercegovine, podrazumijeva aktivno učešće institucija BiH u **sinergiji sa partnerima i drugim akterima**, koji imaju značajnu ulogu u procesu evropskih integracija.

Da bi cilj novog pristupa bio postignut, potrebno je:

- unapređenje institucionalnih kapaciteta nosilaca komunikacijskih aktivnosti,⁵
- promjena u razumijevanju komuniciranja o procesu i pozicioniranju ovih aktivnosti unutar institucija koje učestvuju u procesu komuniciranja,
- podrška i učešće partnera i multiplikatora mišljenja u procesu komuniciranja.

5 Uočena je slabost institucija koje učestvuju u komuniciranju o procesu evropskih integracija, te u tom smislu postoji potreba imenovanja službenika za komunikacije/službenika za odnose s javnošću koji će prije svega biti posvećeni obavljanju ovih poslova.

Strategijom bi različitim javnostima u BiH trebalo omogućiti⁶:

- da aktivno učestvuju u procesu evropskih integracija;
- da razumiju proces evropskih integracija u oblastima od njihovog interesa;
- da se upoznaju sa prednostima i nedostacima procesa evropskih integracija;
- da se upoznaju s obavezama i izazovima koji se nalaze pred institucijama BiH u procesu evropskih integracija;
- komunikaciju o procedurama i mogućnostima korištenja IPA sredstava u BiH;
- dijalog i kritičku raspravu sa civilnim društvom, poslovnom i akademskom zajednicom.

Specifični ciljevi ove strategije bit će prilagođeni potrebama specifične ciljne grupe kao i kanalima i sredstvima komunikacije.

6 Za definiranje korišteni odgovori zainteresiranih pojedinaca na online Upitnik koji je imao cilj prikupljanje informacija o prioritetnim temama, kanalima komuniciranja, potrebama i prijedlozima u oblasti komunikacija o procesu evropskih integracija (EI) Bosne i Hercegovine.

JEZIK, KANALI I PORUKE



Jezik u komunikaciji o procesu treba da bude odmjeren, primjeren i razumljiv javnosti, uz dosljednu upotrebu ujednačene terminologije. Komunikaciju je potrebno potkrijepiti konkretnim primjerima, koji govore o uticaju evropskih integracija na svakodnevni život.

Glavna poruka u komuniciranju o procesu evropskih integracija je:

INTEGRACIJA BOSNE I HERCEGOVINE U EVROPSKU
UNIJU ŠANSA JE ZA UNAPREĐENJE KVALITETA
ŽIVOTA U BIH.

Ova poruka treba biti inkorporirana u svaku komunikacijsku aktivnost u procesu pristupanja, bez obzira na nosioca komunikacije.

Poruke namijenjene specifičnim ciljnim javnostima bit će prilagođene i precizirane godišnjim akcionim planovima, zavisno od faza procesa pristupanja i potreba komuniciranja tog procesa, te usmjerene na identificirane ključne grupe preko multiplikatora ili direktnim kanalima komuniciranja.

Potrebno je povesti računa o kanalima komuniciranja za osobe s invaliditetom, te komunikacijske kanale, alate i forme prilagoditi specifičnim potrebama.

PROVODIOCI STRATEGIJE



Dosadašnja primjena komunikacijskih aktivnosti ukazuje na nedovoljnu i neadekvatnu komunikaciju između komunikatora u institucijama BiH. Stoga je poboljšanje interne komunikacije unutar identificirane grupe, odnosno fokusiranje na državne službenike zadužene za komunikacije, odnose s javnošću i evropske integracije, preduslov za kvalitetno provođenje Strategije. Promjena strateškog pristupa u komuniciranju, sa fokusom na **umrežavanje i zajedničko komuniciranje imenovanih državnih službenika u institucijama BiH** (naročito zaduženih za komunikacije, odnose s javnošću i evropske integracije), omogućit će učešće i ostalih ciljnih javnosti u ulozi partnera.

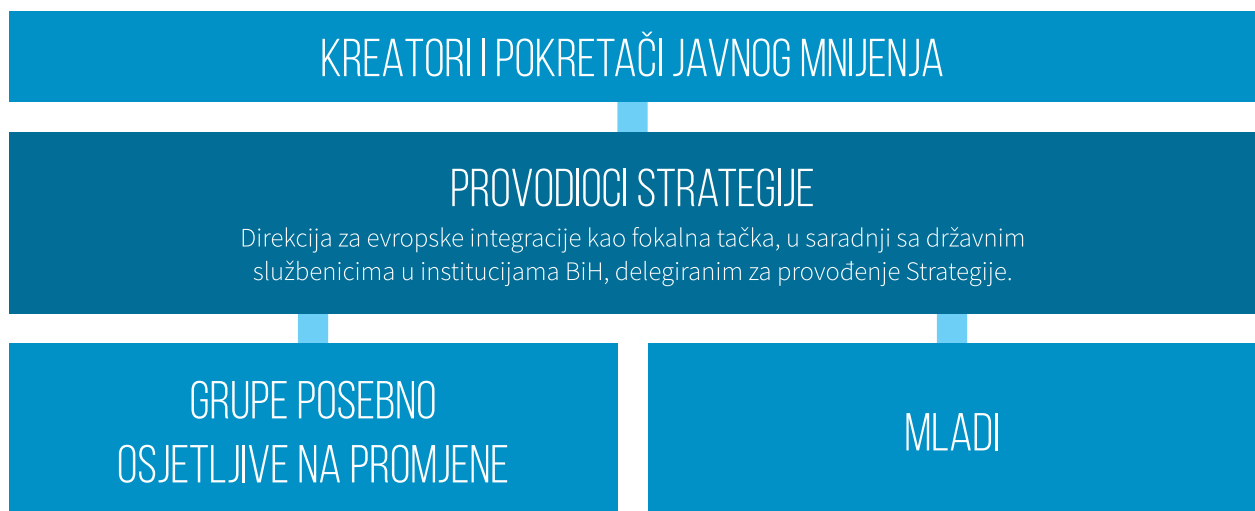
Strateško komuniciranje o procesu evropskih integracija onih koji su zaduženi za realizaciju zadataka (državni službenici) iz ovog procesa omogućava kvalitetniji pristup ciljnim javnostima, bolju realizaciju Strategije i participativni pristup procesu pristupanja, uz korištenje sljedećih posebnih poruka:

- Uspjeh integracije BiH u EU zavisi od svih segmenata društva i šansa je za bolji život građana BiH.
- Komuniciranje o pristupanju Evropskoj uniji nije jednostavan zadatak i bez saradnje među institucijama ne može biti uspješno.
- Institucije u BiH treba da urade svoj dio posla i ispune formalne zahtjeve koji proističu iz integracije u EU, radi daljnjeg napretka i podizanja kvaliteta života u BiH.

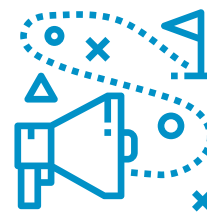
Za provođenje Strategije potrebno je:

- unaprijediti internu komunikaciju unutar institucija BiH,
- unaprijediti institucionalne kapacitete i kompetencije nosilaca komunikacijskih aktivnosti,
- koristiti usklađene poruke u komunikaciji s ciljnim javnostima.

Slika 2. PROVODIOCI STRATEGIJE I CILJNE JAVNOSTI



CILJNE JAVNOSTI, KANALI I ALATI



Strategijom se definiraju tri ključne javnosti:

1. Kreatori i pokretači javnog mnijenja:
 - a) mediji, organizacije civilnog društva, akademska zajednica, poslovna zajednica, EU info centri...
 - b) donosioci i provodioci odluka, DEU, EUSR, DKP...
2. Mladi (učenici osnovnih i srednjih škola, studenti)
3. Grupe posebno osjetljive na promjene (penzioneri, nezaposleni, poljoprivrednici, domaćice, osobe s invaliditetom, izbjeglice, ljudi koji nemaju izgrađen stav o procesu...)

Kreatori i pokretači javnog mnijenja imaju **partnersku ulogu** u komuniciranju o procesu - njihov uticaj na formiranje javnog mnijenja jednako je bitan ali se perspektiva, težište i prioriteti mogu razlikovati, pa se stoga u sinergiji komunikacijskih aktivnosti svih nabrojanih aktera mogu očekivati najbolji rezultati.

1. KREATORI I POKRETAČI JAVNOG MNIJENJA

Kreatori i pokretači javnog mnijenja su ciljna grupa čije djelovanje doprinosi unapređenju informiranosti i znanja zainteresiranih građana. Oni značajno utiču na to kako će komunikacijske poruke provodioca Strategije u javnosti biti percepirane i prihvaćene. Ova ciljna javnost sa građanima nerijetko komunicira bez posrednika. Snaga poruka u komunikaciji određenih pripadnika ove ključne javnosti je najveća, ali istovremeno i najpodložnija distorziji.

U ovu ciljnu javnost ubrajamo sljedeće grupe:

- a) **donosioci i provodioci odluka** (politički predstavnici i imenovani zvaničnici, rukovodioci institucija BiH, članovi Parlamentarne skupštine BiH, nosioci zakonodavne i izvršne vlasti, te državni službenici u entitetima, kantonima, općinama i Brčko Distriktu BiH, DEU, EUSR, diplomatska i predstavništva kulture članica EU u BiH)
- b) **multiplikatori** (mediji, OCD, akademska zajednica, poslovna zajednica, EU info centri...)

Funkcionalni dijalog sa predstavnicima civilnog društva i akademske zajednice kao i učešće građana u kreiranju i provođenju javnih politika važan je element evropskih integracija, doprinosi boljem razumijevanju neophodnih reformi u BiH, te je stoga izuzetno značajno da se, osim nadležnih institucija koje učestvuju u procesu izrade i provođenja Strategije, u ovaj važan zadatak uključe i ostale zainteresirane javnosti u BiH.

Prilikom organizacije javnih konsultacija, predstavnici organizacija civilnog društva i akademske zajednice u BiH naveli su zainteresiranost za teme iz sektorskih politika koje se odnose na: zdravstvo, socijalnu zaštitu, obrazovanje, ekologiju, ljudska prava, poljoprivredu i ruralni razvoj, mlade, uz napomenu da se fokus njihovog djelovanja vremenom mijenja, te tako i potrebe za specifičnim informacijama. Također je izražena potreba za dodatnim informacijama o sredstvima pretpristupne pomoći koja je dostupna Bosni i Hercegovini, na šta se ovi fondovi odnose i kako se tim sredstvima može pristupiti.

Predlaže se korištenje mreža organizacija civilnog društva u BiH kao provjerenog kanala komunikacije, kao i medija (elektronski, pisani i online), te internetskih stranica nadležnih institucija.

U smislu realizacije ove strategije, pod poslovnom zajednicom podrazumijevaju se privredni subjekti u privatnom i javnom vlasništvu, privredne komore, privredna udruženja – udruženja proizvođača, udruženja poslodavaca kao i sindikalne organizacije.

Imajući u vidu činjenicu da će ispunjavanjem kriterija za članstvo doći do velikih promjena u sferi poslovanja, ključne teme za komunikaciju podrazumijevaju: informacije o obavezama prilagođavanja poslovanja i proizvodnje evropskim standardima, te prednostima i mogućnostima koji se procesom približavanja EU otvaraju privrednim subjektima, a posebno o mogućnostima korištenja instrumenata pomoći koji uključuju direktnu pomoć poljoprivrednim proizvođačima. Dodatno, u odvojenim komunikacijskim procesima potrebno je ukazivati na potrebu stalnog unapređenja procesa dvosmjerne komunikacije između vlasti i poslovne zajednice, te potrebe olakšavanja “četiri slobode”- slobode kretanja robe, ljudi, kapitala i pružanja usluga.

Državni službenici trebaju prilagoditi poruke činjenicama koje se odnose na proces pristupanja EU i prava i obaveze koje iz njega proizlaze, dostupna sredstva kroz programe EU i ostalu finansijsku pomoć EU. Dodatno, posebnu pažnju potrebno je posvetiti otklanjanju predrasuda i mitova koji su karakteristični za ovaj proces.

Posebne poruke koje se odnose na kreatore i pokretače javnog mnijenja su⁷:

▶ INTEGRACIJA BOSNE I HERCEGOVINE U EVROPSKU UNIJU JE ŠANSA
ZA UNAPREĐENJE KVALITETA ŽIVOTA U BIH.

▶ VI STE KLJUČNI PARTNER U KOMUNICIRANJU O PROCESU EVROPSKIH INTEGRACIJA U BIH.

▶ SAMO TAČNE, OBJEKTIVNE I PRAVOVREMENE INFORMACIJE
O PROCESU PRISTUPANJA BIH SU KORISNE.

▶ KOMUNICIRAJMO O PREDNOSTIMA I NEDOSTACIMA PROCESA EVROPSKIH INTEGRACIJA
U BIH I OBAVEZAMA KOJE NAM SE NALAZE NA EVROPSKOM PUTU.

▶ PROCES EVROPSKIH INTEGRACIJA JE NAŠ ZAJEDNIČKI ZADATAK –
PREUZMITE I VI SVOJ DIO ODGOVORNOSTI.

⁷ Usaglašene sa prisutnim predstavnicima organizacija civilnog društva, akademske i poslovne zajednice na javnim konsultacijama održanim u Doboju, 12.12.2017.

▶ VAŠE KRITIČKO POSMATRANJE, ANALIZIRANJE I IZVJEŠTAVANJE O PROCESU KLJUČNO JE ZA PERCEPCIJU JAVNOSTI.

▶ EU JE NAJVEĆI DONATOR U BIH.

▶ BIH KAO POTENCIJALNA KANDIDATKINJA ZA ČLANSTVO U EU KORISTI IPA FONDOVE, DOK ĆE NAKON PRISTUPANJA EU IMATI NA RASPOLAGANJU STRUKTURNE FONDOVE.

▶ IPA SREDSTVA POMAŽU REFORME NEOPHODNE ZA ULAZAK U EU.

▶ POSLOVNA ZAJEDNICA TREBA JASNO ARTIKULIRATI SVOJE POTREBE KROZ PROCES PRISTUPANJA I PRILAGOĐAVANJA.

▶ (P)OSTANIMO KONKURENTNI NA TRŽIŠTU BIH I EU.

▶ POSLOVNI SUBJEKTI SU NOSIOCI EKONOMSKOG RAZVOJA KOJI JE ŠANSA ZA UNAPREĐENJE ŽIVOTA GRAĐANA BIH.

▶ OSNAŽIMO DOMAĆU PROIZVODNJU KAKO BISMO (P)OSTALI KONKURENTNI NA DOMAĆEM I STRANOM TRŽIŠTU.

▶ UČESTVUJMO U PROCESU EVROPSKIH INTEGRACIJA RADI DOBROBITI DRUŠTVA U CIJELOSTI.

2. MLADI

Ova ciljna javnost obuhvata učenike osnovnih i srednjih škola te studente. Kanali i alati komunikacije trebaju biti prilagođeni korisničkim navikama mladih, a poruke vrlo kratke i prilagodljive digitalnim formatima. Godišnja istraživanja javnog mnijenja pokazuju da mladi najveće koristi od integracije u EU vide u slobodi kretanja i mogućnostima školovanja u EU, te da kontinuirano podržavaju integraciju BiH u EU.

Specifične poruke namijenjene ovoj ciljnoj javnosti su:



INTEGRACIJA BOSNE I HERCEGOVINE U EVROPSKU UNIJU JE ŠANSA ZA UNAPREĐENJE KVALITETA ŽIVOTA U BIH.



PREUZIMANJE VRIJEDNOSTI VISOKOOBRAZOVNIH SISTEMA EU DA JE VEĆE MOGUĆNOSTI ZA OBRAZOVANJE I RAZVOJ U BIH.



OBRAZOVNE POLITIKE EU OSIGURAVAJU CJELOŽIVOTNO UČENJE I VEĆI KVALITET OBRAZOVANJA.



ČLANICE EU IZDVAJAJU ZNAČAJNE IZNOSE ZA NAUKU I ISTRAŽIVANJE.



MLADI IMAJU PRAVO NA REFORMU OBRAZOVNOG SISTEMA I PRILAGOĐAVANJE OBRAZOVNIH POLITIKA TRŽIŠTU RADA.

3. GRUPE POSEBNO OSJETLJIVE NA PROMJENE

U ovu ciljnu javnost spadaju penzioneri, nezaposleni, poljoprivrednici, domaćice, osobe s invaliditetom, izbjeglice, ljudi koji nemaju izgrađen stav o procesu. Ovoj ciljnoj javnosti treba posvetiti dodatnu pažnju posebno u odabiru komunikacijskih sredstava. Grupe unutar ove javnosti vide najmanju direktnu vezu sa procesom integriranja, te je stoga komunikaciju potrebno predstaviti u kontekstu konkretne koristi za njih i otklanjati predrasude i mitove u vezi s pristupanjem Evropskoj uniji.

Specifične poruke za grupe posebno osjetljive na promjene su:



INTEGRACIJA BOSNE I HERCEGOVINE U EVROPSKU UNIJU JE ŠANSA ZA UNAPREĐENJE KVALITETA ŽIVOTA U BIH.



ČLANSTVO U EU NE DOKIDA IDENTITET, OBIČAJE I KULTUROLOŠKE PRAKSE DRŽAVE KOJA PRISTUPA.



ČLANSTVO U EU PODRAZUMIJEVA DOSLJEDNO POŠTIVANJE PRAVA JEDNAKIH ZA SVE.



EU PODSTIČE KONKURENTNOST, KVALITET I AUTOHTONOST PROIZVODA.



PRISTUPANJE EU OTVARA PRILIKE ZA NOVA RADNA MJESTA.









PREUZIMANJEM ZAKONODAVSTVA EU DRŽAVA POSTAJE UREĐENIJA, STABILNIJA, A OKOLNOSTI IZVJESNIJE.



BOSNA I HERCEGOVINA IMA MOGUĆNOST KORIŠTENJA SREDSTAVA IZ PRETPRISTUPNIH FONDOVA KOJIMA SE POMAŽU REFORME NEOPHODNE ZA BOLJI ŽIVOT SVIH GRAĐANA.

Dosadašnja istraživanja javnog mnijenja upućuju na to da je televizija primarni kanal prijema informacija o procesu evropskih integracija u BiH te je u tom smislu korištenje medijskog prostora za plasiranje poruka putem TV stanica jedan od ključnih kanala komuniciranja. Uzimajući u obzir da je prema istraživanjima javnog mnijenja korištenje interneta kao kanala komunikacije u porastu, internetske stranice i nalozi na društvenim mrežama institucija BiH i *online* mediji bit će korišteni kao novi kanal komuniciranja koji sa napretkom u procesu pristupanja EU zauzima jednako mjesto kao i do sada tradicionalno korišteni kanali i alati.

Tabela 2. Najčešće korišteni kanali i alati komunikacije

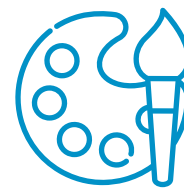
KANALI KOMUNICIRANJA	ALATI KOMUNICIRANJA
 <p>LIČNI KONTAKTI</p>	Sastanci, prezentacije, seminari, radne grupe, panel-diskusije, ciljne grupe, radionice, obuke, konsultacije
 <p>MEDIJI</p>	TV i radijski programi, novinski članci, saopćenja za javnost, intervjui, reportaže, lokalne priče, zakup TV i radijskog prostora
 <p>ONLINE</p>	Internetske stranice, nalozi na društvenim mrežama, portal o evropskim integracijama, online oglašavanje, e-konsultacije
 <p>IZDAVAŠTVO</p>	Monografske i serijske publikacije, plakati, brošure, leci, zakup bilborda (outdoors advertising), police EU info centara
 <p>JAVNI DOGAĐAJI</p>	Obilježavanja Dana Evrope, Evropskog dana jezika, sportske i manifestacije kulture, sadržaji za različite ciljne grupe, edukativne radionice, novinarski brančevi (brunch), prijemi, direktna komunikacija s građanima, informativne kampanje
 <p>ISTRAŽIVANJA</p>	Istraživanja javnog mnijenja, ciljne grupe, istraživanja zadovoljstva korisnika, online ankete

Alati i kanali komunikacije, prilagođeni ciljnim javnostima, bit će definirani u godišnjim akcionim planovima za realizaciju ove strategije, shodno aktivnostima.

Dinamične promjene u okruženju stvaraju potrebu za kreiranjem dodatnog kanala za komuniciranje o evropskim integracijama - **portala o evropskim integracijama**, koji bi služio kao interaktivna platforma za sve komunikatore u institucijama BiH, a bio bi inkorporiran u internetske stranice Direkcije za evropske integracije.

Portal o evropskim integracijama komunikatori bi pristupali u svako doba dana, plasirali sadržaje iz nadležnosti institucija u kojima rade. Portal bi zainteresiranim ciljnim javnostima omogućio da na jednom mjestu pronađu sve informacije o procesu evropskih integracija, te komuniciraju o procesu putem online formi. Portal o evropskim integracijama treba da sadrži i posebne podstranice namijenjene informacijama o IPA sredstvima sa kategoriranim sadržajem.

VIZUELNI IDENTITET



Direkcija za evropske integracije provela je konkursnu proceduru za izbor vizuelnog identiteta procesa evropskih integracija, s ciljem svojevrsnog brendiranja procesa, između ostalog, putem izbora jedinstvenog i prepoznatljivog vizuelnog identiteta koji će, uz odgovarajuće komunikacijske aktivnosti, svakog pojedinca asociirati na BiH i njenu težnju za članstvom u zajednici evropskih država.

Proces evropskih integracija je jedinstven, dinamičan, a jedna od njegovih glavnih poruka je “jedinstvo u različitosti”, te je stoga osnovna ideja bila izabrati vizuelni identitet koji će na adekvatan način prenijeti tu poruku.

Između 102 pristigla rada, stručna komisija koju čine priznati i ugledni stručnjaci, na osnovu kriterija (povezanosti s temom, estetičnosti, kreativnosti i unikatnosti, jednostavnosti, grafičkog kvaliteta i primjenjivosti) izabrala je logo i slogan procesa “Embrace Diversity” (prigrlimo različitosti).

Vizual u svojoj osnovi sadrži tipografsko rješenje, kreiran je formom i antiformom slova akronima BiH i EU. Slova “I”, “E” i “U” obojena su istom bojom, kako bi se vizual mogao čitati kao BiH i EU. Razlike između dobivenih formi simbolično predstavljaju različitosti stanovništva BiH i EU.

Institucije Bosne i Hercegovine su, s ciljem brendiranja procesa u svim komunikacijskim aktivnostima o procesu evropskih integracija, zaključcima Vijeća ministara BiH⁸ zadužene da koriste vizuelni identitet procesa evropskih integracija u traženom formatu, isključivo na promotivnim materijalima i dokumentima o temama iz domena evropskih integracija, a korištenje loga i slogana procesa bit će omogućeno i drugim zainteresiranim stranama koje komuniciraju o procesu evropskih integracija, uz obavezu namjenskog i pravilnog korištenja vizuelnog identiteta, isključivo u nekomercijalne svrhe.

Kriteriji za aplikaciju loga i slogana na dokumente, medije javnog oglašavanja, promotivni materijal, u printanom, digitalnom okruženju i prostoru, te primjeri dozvoljenog i nedozvoljenog apliciranja, boje i tipografija opisani su u Knjizi grafičkih standarda koja je, na zahtjev, dostupna zainteresiranim stranama u elektronskoj formi.



8 sa 140. sjednice održane 26. 4. 2018.

BUDŽET/RESURSI



Planirane aktivnosti finansiraju se iz budžeta institucija BiH (u skladu sa trogodišnjim dokumentima okvirnog budžeta), bilateralnih projekata, projekata pomoći EU u BiH, međunarodnih donacija i sredstava partnera u realizaciji Strategije.

Budžet i resursi (ljudski i materijalni) planiraju se kao sastavni dio godišnjih akcionih planova, koje na kraju kalendarske godine usvaja Vijeće ministara BiH uz prateće zaključke koji se odnose na način realizacije, zadužene institucije, kao i praćenje i izvještavanje.

PRAĆENJE I MJERENJE



Realizaciju godišnjih akcionih planova za provođenje ove strategije pratit će Direkcija za evropske integracije i godišnje izvještavati Vijeće ministara BiH.

Sljedeće metode i mjerljivi indikatori bit će korišteni prilikom praćenja i mjerenja realizacije godišnjih akcionih planova:

- provođenje godišnjeg istraživanja javnog mnijenja CATI o procesu evropskih integracija u BiH,
- organizacija ciljnih grupa kao metoda kvalitativnih istraživanja s ciljnim javnostima,
- kvantitativna i kvalitativna analiza medijskih objava o procesu evropskih integracija u BiH,
- statistika interakcije korisnika i aktivnosti na službenim internetskim stranicama institucija BiH,
- statistika interakcije korisnika i aktivnosti na službenim online stranicama i društvenim nalogima institucija BiH,
- analize zadovoljstva korisnika korištenjem usluga institucija BiH,
- broj štampanog i distribuiranog promotivnog materijala,
- broj osoba pretplaćenih na bilten institucija BiH i stepen pregleda,
- broj održanih komunikacijskih događaja – radionica, seminara, konferencija, broj učesnika i njihova zainteresiranost mjerljiva kroz interakciju ili popunjeni evaluacijski obrazac,
- analiza ključnih nalaza istraživanja, na osnovu koje će se revidirati i poboljšati planirane aktivnosti, ali i identificirati prioritetne ciljne grupe.

ZAKLJUČAK

Komunikacijska strategija o pristupanju Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji – od kandidatskog statusa do članstva daje okvir za provođenje zajedničkih komunikacijskih aktivnosti institucija u BiH, u saradnji s ostalim partnerima. Njena uspješna primjena, uz izgradnju svrsishodnog sistema komuniciranja, omogućit će bolje razumijevanje procesa evropskih integracija radi osiguranja podrške javnosti procesu pristupanju Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji. Samo zajedničkim i sinhroniziranim djelovanjem institucija BiH moguća je uspješna primjena ove strategije. Strategija će biti detaljnije razrađena i realizirana u godišnjim akcionim planovima, u skladu sa matricom koja je sastavni dio ovog dokumenta (Prilog 1), te periodično revidirana i usklađena s ostalim strateškim dokumentima Vijeća ministara BiH. Partneri u komunikaciji pozvani su da koriste poruke, te zajedničke formalne i neformalne kanale, u svrhu kvalitetnog i efektivnog komuniciranja o procesu. Tekst uspostavlja strateški pristup za navedeni vremenski okvir, ali će biti revidiran u skladu sa prioritetima u procesu. Specifične teme koje budu iziskivale detaljnije planiranje bit će opisane u posebnim komunikacijskim dokumentima, kompatibilnim s ovom strategijom.

Direkcija za evropske integracije zahvaljuje institucijama BiH, organizacijama civilnog društva koje su učestvovala u terenskim i online konsultacijama (Vanjskopolitička inicijativa, Udruženje demobiliziranih boraca Bužim, Centar za odgovornu demokratiju (COD) Luna, Udruženje roditelja u borbi protiv zloupotrebe droga – Ruka ruci, Udruženje osoba s tjelesnim nedostatkom-amputacijom “Amputirci” Bužim, Udruženje oboljelih od šećerne bolesti Bužim, Udruženje ALEA, Udruženje oboljelih od PSPT-a VOX, Europlus Doboj, Omladinski centar Vermont), Univerzitetu u Banjoj Luci i Privrednoj komori RS, Delegaciji EU u BiH i njemačkom GlZ-u u pripremi ovog dokumenta.

PRILOG 1

MATRICA AKCIONOG PLANA

CILJ	AKTIVNOST	CILJNA JAVNOST	VREMENSKI OKVIR	PREDLOŽENI KANAL KOMUNICIRANJA	NOSILAC PROJEKTA AKTIVNOSTI	BUDŽET (KM)	IZVOR SREDSTAVA	INDIKATORI USPJEHA

CIP
CIP
CIP
CIP
CIP
CIP
CIP
CIP
CIP
CIP
CIP
CIP CIP CIP CIP CIP CIP
