



Влада на Република Македонија
СЕКРЕТАРИЈАТ ЗА ЕВРОПСКИ ПРАШАЊА

**Стратегија за информирање и комуникација со јавноста во процесот
на пристапување на РМ во ЕУ 2007-2010**

Скопје, август 2007 година



Европска кампања за Македонија

Стратегија за информирање и комуникација со јавноста во процесот на пристапување на Република Македонија во Европската унија 2007-2010

РЕЗИМЕ:

1. Вовед и основи на новата Стратегија

- Владата на Република Македонија својата политика во Процесот за пристапување во Европската унија ја гради на принципот на континуитет така што Стратегијата за информирање и комуникација со јавноста во процесот на пристапување на Република Македонија во ЕУ 2007-2010 е продолжение и надоградба на претходната Стратегија за информирање и комуникација со јавноста од март 2003 година.
- Новата Стратегија ќе биде континуирана програма на активности во која ќе се вклучат сите министерства на Владата и другите релевантни организации, а ќе ги координира Секретаријатот за европски прашања
- Стратегијата ќе се изгради на основите на:
 - **Подобрување на капацитетот** – персонал, опрема, материјали - во министерствата и соодветна промена на административната култура за значењето на комуникацијата за процесот на пристапување генерално во владините структури
 - **Јасна дефиниција на улогите** меѓу Секретаријатот за европски прашања (СЕП) и нагласување на важноста секое министерство да комуницира со својата целна група
 - **Силна координација** меѓу министерствата и СЕП за да има усогласено планирање за домашно и меѓународно презентирање на политиките.

- Испитувања на јавното мислење за **разбирање** на јавните ставови и оценување на ефикасноста на кампањата

2. Цели 2007-2010

- Главна цел на Стратегијата и понатаму ќе биде да се **задржи јавната поддршка** за политиката на Владата за зачленување во ЕУ
- Пошироки цели ќе бидат подобрување на **свеста во јавноста за процесот**, посебно меѓу локалните заедници, да се изгради доверба во капацитетите на инволвираните **македонски и европски институции**, да се осигури дека **специфичните сектори** целосно разбираат што се очекува од нив, и да се придобие поддршката од **земјите членки на ЕУ**
- Стратегијата ќе се заснова на –
 - Програма на тековни активности, главно од СЕП, кој ќе обезбедува проток на општи информации до сите целни групи
 - Интер-ресорска соработка меѓу СЕП и министерствата
 - Специфични активности на министерствата поврзани со потребите на нивните соработници и целни групи

3. Постигнување на целите

3.1. Градење основа

- Формирање на постојана и професионална **Служба за комуникација** за министерствата, со јасно дефинирани улоги и задачи
- Поддршка на Службата со **програма за обука** за новиот и постојниот кадар за развој на вештини и знаење
- Прецизирање на **улогите** на СЕП и министерствата и целосна поддршка за министерствата за развој на нивните стратегии за комуникација со јавноста
- Формирање на **ЕУ комуникациска и координациска група** составена од претставници од сите министерства и други организации вклучени во процесот на пристапување. На **меѓународно ниво** ќе се направат напори да се формираат и одржуваат комуникациски мрежи
- Формирање на **Подгрупа за промоција на Република Македонија во ЕУ** составена од претставници од Секретаријатот за европски прашања и Министерството за надворешни работи и по потреба

претставници од другите министерства. Оваа подгрупа ќе има улога да ги координира активностите за промоција на Република Македонија во ЕУ.

- **Потребите за испитувањата на јавното мислење** ќе се предефинираат за да се усогласат со целите на новата стратегија.

3.2. Непосредни задачи

- Прво, одржување на сегашната програма на активностите на СЕП, главно насочена кон јавноста и кон вработените вклучени во процесот на пристапување
- Второ, поширока употреба на брендот „И сонцето е ѕвезда“ за да се добие поголема препознатливост и да се нагласи кохезивната димензија на стратегијата.
- Трето

А. изработка на кратки пораки како листа, во кои на едно место ќе се соберат клучните точки за политиката на пристапување, фактите и сите релевантни информации. Ќе се достави до сите вклучени во проблематиката на ЕУ.

Б. сумирање на кратки клучни пораки за значењето на ЕУ за граѓаните на Република Македонија во форма на “картичка на заложби“. Картичката на заложби треба да биде едноставна, со големина, формат и материјал слични на кредитна картичка или пластифицирана лична карта. Картичката би се дистрибуирала до голем број граѓани. Содржината на картичката ќе ги содржи клучните пораки и заложби на Владата по однос на пристапувањето во ЕУ.

- Четврто, воспоставување мрежа од „ЕУ шампиони“ – луѓе добро познати во јавноста, кои ќе ја промовираат политиката на пристапување во ЕУ
- Петто, воспоставување база на визуелни материјали поврзани со ЕУ, главно за потребите на медиумите
- Шесто, воспоставување на мрежа на лица за информирање на локално ниво кои ќе помогнат во комуникацијата со локалната јавност
- Седмо, СЕП, Министерство за надворешни работи и Министерството за култура – воспоставување на „Центар за европски култури“ за интеркултурно и интердисциплинарно промовирање на вредностите на европската култура во Република Македонија и на македонската култура во Европа.
- Осмо, „Учиме за ЕУ“ - СЕП и Министерство за образование – проект за редовни едукативни презентации во основни, средни и високо образовни установи

- Деветто – „ЕУ и бизнисот“ – СЕП и Министерство за економија – под координација на Претседателот на Владата и ЗПВРМ за економски прашања – проект за промотивни и дебатни активности за економски стандарди, предизвици и очекувани резултати
- Десетто – „ЕУ, аграр и РМ“ – СЕП и Министерство за земјоделство шумарство и водостопанство) – проект за кампања за приближување на стандарди до земјоделци, едукативен и промотивен концепт
- Единаесето – „Социјалната вклученост (инклузија) во Македонија и потребите за нејзино синхронизирање со Отворениот метод на координација на социјалната инклузија на Европската Унија“ – СЕП и Министерство за труд и социјална политика - проект кој ќе придонесе за усогласување на владина политика за синхронизирање на напорите на сите релевантни фактори во земјата во социјалната сфера.
- Дванаесето – „ЕУ прес центар“ – СЕП, и министерствата - создавање на еден систем на јавно информирање, кој би ги задоволил потребите на граѓаните и институциите за јавно информирање, кој навремено и целосно би ги дистрибуирал релевантните информации и знаење за тековите и напредокот во процесот за пристапување во Европската Унија;
- Тринаесето – „Македонија и европскиот универзитет денес“ – СЕП, Министерство за образование и институции од областа на високото образование - реализација на серија летни школи за млад универзитетски кадар од Македонија, проект кој ќе придонесе за европско интегрирање на македонското високо образование и научната дејност од суштински аспект
- Четиринаесето – „Одиме локално“ – СЕП, МЛСП, ЗЕЛС - проект кој ќе придонесе за зајакнување на свеста кај клучните субјекти на локално ниво – градоначалниците и советниците, дека работејќи локално придонесуваат за напредокот на национално ниво, но истовремено да се мобилизира и зајакне учеството на граѓаните, граѓанскиот и бизнис сектор во креирањето на одлуките поврзани со европската иднина на Македонија на локално ниво
- Петнаесетто – ЕУ инфо центар – СЕП - информативен простор во центарот на главниот град каде што сите граѓани ќе можат да добијат информации за ЕУ, брошури, литература, итн.
- Шеснаесетто – „Владеење на правото во РМ“ – СЕП, МП и МВР – проект кампања за промотивни и дебатни активности на тема владеење на правото, ЕУ стандарди, предизвици и очекувани резултати
- Седумнаесетто – „Стандарди за ЕУ здравство“ – СЕП, МЗ – проект кампања за едукативни, промотивни и дебатни активности на локално и централно ниво со акцент на процес на менаџирање

- Осумнаесетто - „ЕКО Македонија“ – СЕП, МЖСП, во соработка со НВО – проект кампања за промотивни и дебатни активности на тема екологија, ЕУ стандарди, предизвици и очекувани резултати

3.3. Преку насочување кон специфични целни групи

- Поединечните министерства ќе имаат поддршка во подготовката на сопствените стратегии за комуникација наменети за нивните целни групи и соработници

Сектори на кои им е потребна добро испланирана стратегија за комуникација

- Бизнис и трговија
 - Земјоделство и политика за храна
 - Правда
 - Внатрешни работи
 - Надворешни работи
 - Финансии
 - Економија
 - Образование и наука
 - Транспорт
 - Енергија
 - Социјална политика и вработување
 - Животна средина
 - Локална самоуправа
 - Култура
 - Човекови права
 - Здравствена заштита
- СЕП, во соработка со министерствата, ќе ги зајакне постојните комуникациски содржини и техники и ќе подготви нови за:
 - вработените во администрацијата
 - носителите на одлуки во земјите-членки на ЕУ како и пошироката јавност во ЕУ,
 - политичарите/владините функционери одговорни за стратешки одлуки во процесот на одлучување
 - скептиците во однос на процесот на европска пристапување
 - младите луѓе во основните и средните училишта, како и на универзитетите
 - медиумите

- јавноста
- регионална активност
- локалните власти и локалната администрација

4. Евалуација

- Следењето на напредокот во однос на градењето свест за процесот на пристапување во ЕУ, подобро разбирањето на елементите на кампањата и промените во ставовите на јавноста ќе се врши преку редовно испитување на јавното мислење, следење на покриеноста во медиумите како и преку следење на обемот и динамиката на спроведените активности .

5. Очекувани резултати и цели на Стратегијата

- Дека лицата од општествените сфери кои се одговорни за донесување одлуки и за спроведување на промените како дел од процесот на пристапување ќе бидат добро информирани
- Дека сите граѓани на Република Македонија ќе ги разбираат прашањата поврзани со пристапувањето во ЕУ и на тој начин ќе бидат подготвени да го остварат своето право на глас на некој иден референдум за пристапување
- Дека земјите членки на ЕУ ќе добијат јасна слика за Република Македонија и нејзините вредности и ќе го поддржат нејзиниот прием во ЕУ
- Дека на Република Македонија ќе се гледа како на интегрален дел од европскиот проект



Влада на Република Македонија
Секретаријат за европски прашања

Европска кампања за Македонија
Стратегија за информирање и комуникација
со јавноста во процесот на пристапување на Република Македонија во
Европската унија

2007-2010

1. Вовед

1.1. Владата на Република Македонија својата политика во Процесот за пристапување во Европската унија ја гради на принципот на континуитет така што Стратегијата 2007-2010 на Секретаријатот за европски прашања (СЕП)¹ е продолжение и надоградба на претходната Стратегија за информирање и комуникација со јавноста од март 2003 година.

1.2. Стратегијата од 2003 година се засноваше на четири главни принципи:

Прво, обезбедување на редовен проток на точни и навремени информации за процесот на пристапување до генералната јавност и со истакнување на обврските како и придобивките кои произлегуваат од членството. Стратегијата се засноваше на отвореност и транспарентност и кога е можно вклучување и ангажирање на релевантните групи од општеството.

Второ, основниот тон на Стратегијата беше тон на реален оптимизам – Република Македонија ги сфаќа и препознава можностите и придобивките за граѓаните, но истовремено е свесна за сложеноста на процесот на приближување и важноста на усогласување на националното законодавство и усвојувањето на правото на ЕУ.

Трето, ги вклучи оние органи и институции кои имаа клучна улога во процесот на пристапување во ЕУ. Тука спаѓаат главните сектори на јавната администрација, Делегацијата на ЕК во Република Македонија, невладиниот и бизнис секторот и медиумите. Целта беше да се осигури целосно вклучување на овие институции и целосно да се искористи нивното знаење.

Четврто, се засноваше на разбирање на ставовите на јавноста по однос на пристапувањето и потребите на јавноста од информации. Тоа се постигна преку редовно истражување на јавното мислење, контакт со клучните учесници во процесот и следење на медиумите.

¹ До декември 2005, Сектор за европска интеграција

1.3. Главни цели беа:

- да се зголеми свеста за значењето на ЕУ за Република Македонија, како и причините поради кои Владата води политика за целосна пристапување;
- да се задржи јавната поддршка преку истакнување на реалноста и важноста на процесот на пристапување преку отворени и транспарентни дебати за потешкотиите и придобивките; и
- да се влијае врз земјите членки на ЕУ да ја поддржат кандидатурата на Република Македонија.

1.4. Првата фаза на стратегијата имаше за цел да обезбеди општ проток на информации до вработените, носителите на одлуки, креаторите на јавното мислење, евроскептиците, медиумите и вработените во дипломатско-конзуларните претставништва во земјите-членки на ЕУ, како и до целокупната јавност. Оваа фаза требаше да ги постави основите на свеста за ЕУ и за процесот на пристапување во период од две до три години.

На крајот, Стратегијата имаше за цел да оствари напредок и да креира нова фаза како резултат на промената на потребите. Новата фаза треба да продолжи со обезбедување на општ проток на информации за процесот на пристапување; да обезбеди поконкретни информации за специфичните сектори како што се бизнис, трговскиот, образовниот, земјоделскиот и невладиниот сектор, како и за најзасегнатите локални заедници; и да ги спроведува тие активности до конечното пристапување.

2. Напредок

2.1. Стратегијата ја спроведува Одделението за информирање на СЕП во делот на комуникација со јавноста во земјата и делови од комуникацијата кои се однесуваат за земјите членки на Европската унија. Главните задачи и одговорности на Одделението за информирање е да ги координира и насочува комуникациските активности преку директна врска со релевантните институции и заинтересираните организации, да собира и доставува материјали и да организира настани, да го следи напредокот и да подготвува редовни извештаи за напредокот.

2.2. Направен е голем напредок. Се создаде впечатлив² бренд³ за процесот за пристапување во ЕУ, развиена е динамична и информативна веб страна и подготвен е голем спектар на брендиран материјали, како и видео, аудио и печатени материјали. Одделението за информирање соработуваше со медиумите и организираше серија на регионални и локални информативни настани на кои учествуваа луѓе од специфичните сектори и на кои се дискутираше за прашања од локален интерес.

² Во испитувањето од февруари 2007, 9,9% од испитаниците го знаат мотото, а 85,5% од нив би го препознале логото

³ Мотото „И сонцето е ѕвезда“ и логото беа избрани на конкурс

Се започна со издавање на Билтен Европа кој е наменат за лицата вклучени во процесот на пристапување и кој има за цел да ги информира за најновите настани. Билтенот се печати месечно, во тираж од 1.000 - 2.000 примероци и се дистрибуира до вработените во државната и јавната администрација, државните службеници и локалните власти. Електронската верзија на Билтенот на македонски и англиски јазик се дистрибуира на неколку илјади адреси на членови на институциите и телата на ЕУ, институции на земјите членки, медиуми и истражувачки центри (тинк-тенкови).

Веб страната – www.sep.gov.mk – е специјализирана за ЕУ прашања и се ажурира на дневна основа. Страната имаше преку 100.000 посетители во првите 8 месеци и преку 500 посети на ден.

Иста така се прави и прес клипинг со вести за ЕУ прашања од домашните и странските медиуми и истражувачки центри (тинк-тенкови). Издадена е брошура на шест јазици (македонски, албански, српски, турски, ромски и англиски). Брошурата беше испечатена во тираж од 20.000 примероци и сите се дистрибуираа. Верзијата на македонски јазик доживеа трето издание. СЕП го поддржа и печатењето на шест книги. Двапати годишно се спроведуваа испитувања на јавното мислење за ЕУ.

2.3. Поддршката на јавноста за процесот на пристапување се зголеми од околу 70 проценти во 2002 година на 87.8 проценти на почетокот на 2007 година. Еднакво е значаен и фактот дека скоро половина од граѓаните на Република Македонија сметаат дека членството во ЕУ е од најголема важност за нив.

Јавноста има генерално позитивен став за пристапување со мала доза на негативизам – само еден од 20 испитаници имал негативна реакција за некое од клучните прашања.

Сепак, овие ставови не се резултат на посуштинско разбирање на прашањата поврзани со ЕУ и некои од очекувањата можеби се нереални или песимистички. Ова покажува колку е важно да и се помогне на јавноста да ја разбере сложеноста на процесот на пристапување, реформите кои се потребни, можните потешкотии, како и значајните придобивки кои следуваат на крајот на процесот.

3. Основа на новата Стратегија

3.1. Следната фаза за комуникацијата која ефикасно ќе продолжи до полноправното членство, ќе биде одржлива програма на активности во која ќе бидат вклучени сите владини структури - сите министерства и други релевантни организации – координирани од Секретаријатот за европски прашања.

Стратегијата ќе се изгради на следниве темели:

- **Зголемување на капацитетот за спроведување на стратегијата.** Во моментот во голем дел од министерствата немаат темелна организациона поставеност за извршување на потребите за комуникација со јавноста, ниту за специфичните потреби на

процесот на пристапување. Владата ги прифати и се согласи со предлозите за формирање на посебни единици (одделенија или сектори) за информирање во рамките на министерствата, координирани од центарот на Владата, како и предлозите за обука и развој. **Спроведувањето на Стратегијата зависи од овој капацитет – обезбедување на лица, материјали и опрема.**

- **Промена на административната култура – комуникацијата** да се смета за **составен дел во процесот на креирање политики**. Ова значи дека комуникацијата ќе се зема предвид во секоја фаза од процесот на креирање политики, со цел плановите да се развијат навремено и да се идентификуваат и разберат потребите на јавноста за која се наменети овие политики.
- **Јасна дефиниција на соодветните улоги и надлежности**. Во моментот поголемиот дел од комуникацијата поврзана со пристапувањето се иницира и спроведува од СЕП. Со развојот на процесот тоа повеќе нема да биде одржливо – СЕП нема да биде во можност да делува сам – и затоа треба да им се помогне на министерства да преземат дел од комуникацијата со јавноста во врска со ЕУ поврзани со нивните надлежности. Со тоа се утврдува кој и за што е надлежен. **Стратегијата важи за сите министерства при што и Министерството за надворешни работи, Министерството за финансии, Министерството за култура и Министерството за економија треба да дадат полн придонес за нејзиното спроведување.**
- **Министерството за надворешни работи ќе подготви посебна стратегија која ќе се однесува на промоција на Република Македонија во земјите членки на ЕУ. Подготовката и имплементацијата ќе биде во координација со СЕП и останатите министерства.**
- **Целосна координација** – Да се обезбеди дека различните елементи на стратегијата се усогласени, да се обезбеди конзистентност на пораките, да се воспостави јасна временска рамка за активности и сите вклучени да имаат чувство на сопственост за Стратегијата и да разберат каде припаѓаат. Формирана е ЕУ комуникациска и координативна работна група, составена од лица задолжени за комуникација со јавноста во министерствата, која ќе одржува редовни средби за развој на стратегијата, нејзино спроведување и размена на информации
- **Координација и соработка на меѓународно ниво**. Ова значи блиска соработка со соседните земји и со новите земји членки за размена на искуство и знаење, учење и примена на наученото како и остварување на генерална дебата и решавање на проблемите
- **Непосредно следење на ставовите на јавноста**, стравувањата, грижите, нивните надежи и тежнења и оценка дали ги разбираат пораките кои ги добиваат. Ова е неопходно за да се утврди дали стратегијата е успешна, а доколку не е, како да се приспособи.

Потемелна анализа ќе се спроведе во секторите и заедниците кои најверојатно ќе бидат позасегнати и кои се чувствуваат ранливи.

Постојаното следење ја дава основата на Стратегијата, ги утврдува целните групи на кои најмногу им се потребни информации, ги обликува пораките и помага во справувањето со проблемите пред нивното појавување

4. Цели 2007-2010

4.1. Главна цел на стратегијата ќе биде одржување на поддршката на јавноста за политиката на пристапување

Општи цели – ќе бидат

- Да се продолжи со процесот на приближување на граѓаните на Република Македонија до секојдневните димензии на функционирањето на ЕУ преку зголемување на свеста и разбирање на политиката и процесот на пристапување, причините што стојат зад тоа, програмата за реформи, која понекогаш може да биде болна, но е неопходна за постигнување на пристапувањето;
- Да се зголеми свеста кај локалните заедници;
- Да се изгради доверба и увереност во капацитетите на македонските институции вклучени во процесот на европска пристапување;
- Да се изгради верба во институциите на ЕУ;
- Да се осигури дека специфичните сектори како што се бизнис, земјоделскиот или правосудниот сектор го разбираат процесот и целосно се вклучени и подготвени;
- Да се осигури дека земјите членки на ЕУ се свесни за подготвеноста на Република Македонија за пристапување и да се добие нивната поддршка.

Остварувањето на овие цели ќе значи

- а) дека граѓаните ќе ги разберат прашањата поврзани со пристапувањето и ќе бидат подготвени да го остварат своето право на глас на некој иден референдум за пристапување
- б) земјите-членки на ЕУ ќе имаат разбирање за Република Македонија и нејзините вредности и ќе го поддржуваат нејзиниот прием во ЕУ

4.2. Стратегија ќе се темели на три главни елементи:

- Програма за континуирано работење, главно на СЕП, обезбедување проток на редовно ажурирани општи информации, особено за процесот на пристапување и неговото значење за поединците
- Интер-ресорска соработка меѓу СЕП и министерствата
- Посебни активности на министерствата кои се однесуваат на потребите на нивните соработници и целни групи.

5. Остварување на целите: 1. Градење основа

5.1. Стратегијата за комуникација ќе се изгради на следниве основи:

- Зајакнување на **професионална и постојана служба за информирање**⁴ на Владата на Република Македонија, способна да понуди темелна комуникациска поддршка на сите министерства и на Владата и да ја спроведе Стратегијата за комуникација со јавноста за процесот на пристапување во ЕУ.
- Службата, раководена од центарот во Владата (Генералниот секретаријат), јасно ќе ги дефинира улогите и надлежностите на професионалната служба за информирање.

- Начинот на дефинирање на процедурите и структурата на оваа постојана и професионална служба за информирање не е предмет на елаборација на оваа Стратегија туку таа е суштински елемент од градењето на основа.

Секое министерство треба да има оперативна стратегија за својата политика во целина од која ќе бидат извлечени елементите за пристапување во ЕУ и за комуникација со јавноста. Координацијата на стратегиите за комуникација за генералните политики меѓу владините структури ќе биде во надлежност на Генералниот секретаријат додека координацијата на Стратегијата за информирање и комуникација со јавноста во процесот на пристапување на Република Македонија во Европската унија ќе биде надлежност на Одделението за информирање во Секретаријатот за европски прашања.

- Поддршка на активностите - креирање на програма за **обука и развој** на постојниот и новиот кадар, вклучувајќи и воведни курсеви, како и програми за поддршка на развој на вештини и знаење. Ова ќе се заснова врз проценка на сегашните и идните потреби.
- Јасно дефинирање на улогите и надлежностите за да се обезбеди дека СЕП и министерствата во целост ги разбираат **своите улоги**:

⁴ Професионална служба значи дека во службата ќе бидат ангажирани лица со статус и од редот на државните службеници

Улога на СЕП:

- Да ја спроведува Стратегијата во рамките на Секретаријатот за европски прашања
- Да ги координира и насочува комуникациските активности меѓу министерствата и други заинтересирани организации преку формирање на ЕУ координативна и комуникациска група
- Да креира и одржува електронски збирен календар на претстојните ЕУ настани и развој на политиките како дел од координативниот процес. Календарот со настани ќе биде пополнуван од сите министерства
 - ќе биде усогласен, поврзан и во иста насока со приоритетите и политиките на Владата наведени во Програмата на Владата на Република Македонија
 - ќе ги има предвид политиките на ЕК (на пример, проширување, помош, и комуникација)
- Да се осигури дека сите кои се вклучени во информирањето за Стратегијата се во целост информирани и запознаени со клучните пораки
- Да им помогне на министерствата во развојот на нивниот капацитет за спроведување на нивниот дел од Програмата за комуникација
- Да ја подигне свеста за значењето на комуникацијата за процесот на пристапување
- Да работи со министерствата при изработката на нивните стратегии за комуникација со ЕУ
- Да обезбеди и одржува централни услуги, како што се централна веб страна за процесот на пристапување, редовни билтени за вработените, да организира брифинзи и настани за јавноста и медиумите
- Да подготвува редовни извештаи за ставовите на јавноста и медиумите преку испитување на јавното мислење и редовен мониторинг

Улоги на министерствата -

- Да ги развијат капацитетите за комуникација за поддршка на политиката за пристапување на Владата; да назначат

квалификуван персонал и да организираат обука и усовршување за истиот

- Да ги идентификуваат потребите на заинтересираните лица и целните групи и да развијат стратегии за комуникација и материјали (како брошури, билтени, веб страни) за да се овозможи нивно вклучување и информирање во целост
 - Да направат календари на претстојните настани, како дел од нивното планирање на комуникацијата
 - Да соработуваат со медиумите за тие да бидат целосно информирани за настаните
 - Да соработуваат со СЕП и ЕУ комуникациската и координативна работна група за да се обезбеди развој и одржување на севкупната стратегија и конзистентност на презентацијата и усогласеност на сите делови од стратегијата
 - Да направат редицајн на веб-страниците при што ќе водат сметка за стандардизиран изглед и содржини поврзани со информации за пристапувањето во ЕУ
- **Формирана е ЕУ комуникациска и координативна работна група.** Ја сочинуваат претставници од сите министерства и други заинтересирани страни задолжени за комуникација со јавноста и се вклучени во процесот на пристапување. Групата ќе се состанува еднаш месечно, заеднички ќе ја развива стратегијата за комуникација и ќе се грижи сите елементи да бидат усогласени, ќе се поддржуваат меѓусебно во развојот на индивидуалните планови за комуникација и ќе се развиваат вештините и знаењето.
Трите клучни задачи ќе бидат:
 - а) одржување на **календар за претстојните најави, настани и активности**
 - б) **редовно следење на ставовите на медиумите и јавноста**
 - в) подготовка на **годишен извештај** (информација до Владата на РМ) во кој ќе се наведе напредокот во остварувањето на стратегијата, вклучувајќи ги промените на јавното мислење, активностите спроведени од СЕП и министерствата и други промени во однос на Стратегијата
 - **Формирање на Подгрупа за промоција на Република Македонија во ЕУ** составена од претставници од Секретаријатот за европски прашања и Министерството за надворешни работи и по потреба претставници од другите министерства. Оваа подгрупа ќе има улога

да ги координира активностите за промоција на Република Македонија во ЕУ.

- Воспоставување и одржување контакти со лица задолжени за комуникација со јавноста на земјите членки на ЕУ, на земјите кандидати и потенцијалните земји кандидати преку делување во и стимулирање на мрежи за размена на знаење и искуство
- Редифинирање на **потребите за истражување**
 - да се добие темелно разбирање за ставовите, стравувањата и интересите на јавноста, како и за прашањата кои се сметаат за позитивни
 - да се помогне во обликувањето на пораките
 - да се идентификува природата на потребните информации и најсоодветниот облик за нивно пренесување
 - да се оцени ефикасноста на кампањата за комуникација, - на пример, да се измери препознатливоста на логото за ЕУ, промените во перцепцијата и разбирањето

6. Остварување на целите: 2. Непосредни задачи

6.1. Ќе биде потребно време за сите елементи да се вкомпонираат. За да се одржи досегашната динамика ќе се воспостави програма за работа (оперативни годишни планови) заснована на постојниот капацитет која ќе ја предводи Секретаријатот за европски прашања.

Прво, одржување на **тековната програма на активностите на СЕП** за обезбедување на проток на општи информации за процесот на пристапување и одговарање на генералните прашања

- Клучни целни групи
 - јавноста, особено на регионално/локално ниво
 - лицата кои имаат влијание врз мислењето
 - политичарите
 - вработените во администрацијата кои се вклучени во процесот на пристапување и тоа и на национално и локално ниво
 - НВО и донатори
- Средства за комуникација
 - веб страна
 - литература и општи промотивни материјали
 - билтен за вработените
 - рекламирање
 - директни (face to face) средби со јавноста, презентации, трибини и дебати на локално ниво

- прес-конференции, брифинзи, изјави, интервјуа

Активност на СЕП

Второ, проширување на воочливоста на стратегијата и истакнување на нејзиното значење и кохезивност преку зајакнување на брендот. Ќе се постигне преку примена на логото „И сонцето е ѕвезда“ и негово промовирање во сите комуникациски активности од страна на сите организации на доследен начин.

Исто така, и со примена на одредена динамика нарекувајќи ја Стратегијата за комуникација во процесот на пристапување како **Европска кампања за Македонија**

- Клучни целни групи
 - сите министерства и организации вклучени во информирање за Стратегијата за пристапување
 - сите кои примаат информациите за европската пристапување
- Средства за комуникација
 - подготовка и издавање на проектирани насоки и модели за сите вклучени организации
 - сите материјали

Активност на СЕП

Трето,

а) преку составување на едноставен за подготовка и лесен за читање

Список на брифинг/пораки кој ќе ги содржи сите клучни пораки за пристапувањето, најновите настани, основата на политиката – зошто пристапувањето е значајна; придобивките; случајот на Република Македонија и аргументите за членство, временската рамка, како и одговорите на прашањата кои ги поставуваат јавноста и медиумите. Списокот ќе се ажурира тековно.

Главни цели: усогласеност на пораките; секој што е вклучен да добие исти информации; сите да бидат целосно свесни за најновата позиција.

б) преку изработка на **картичка на „заложби“**, составена од четири симболи – суштината – на она што значи ЕУ и

четирите клучни политички „зложби“ за кои се залага Владата како дел од процесот на пристапување

- Клучни целни групи (за двете)
 - министри, заменици министри, виши службеници, портпароли на министерствата,
 - локални власти ,
 - сите претставништва во странство,
 - НВО, донатори
 - Целокупната јавност
- Средства за комуникација
 - едноставна листа со факти во А4 формат во електронска и печатена форма
 - пластифицирана картичка со големина на кредитна картичка

Активност на СЕП и министерствата

Четврто,

а) да се развие одреден број на „шампиони“ – луѓе кои се добро познати на јавноста или специфични сектори и во кои имаат доверба – за поддршка на министрите во промоцијата на пораките на ЕУ. Тие треба да бидат избрани од сферата на забавата и спортот, деловни лидери, академици.

б) Да се создаде неформален конзорциум – „Македонска про – европска лоби група“ – под координација на Претседателот на Владата на Република Македонија, МНР и СЕП. Членови на конзорциумот би биле видни личности од земјите членки на ЕУ кои би се ангажирале во спроведување на јавна кампања по примерот на она што се нарекува „public diplomacy“

Активност на СЕП и министерствата

Петто, формирање на електронска библиотека/база на визуелни (фотографии и видео/ДВД) и аудио материјали поврзани со прашања за ЕУ и други клучни документи. Ќе ги користат медиумите.

Активности на СЕП, Министерствата

Шесто, воспоставување на мрежа на лица за информирање на локално ниво кои ќе помогнат во комуникацијата со локалната јавност

Седмо, СЕП, Министерство за надворешни работи и Министерството за култура – воспоставување на „Центар за европски култури“ за интеркултурно и интердисциплинарно

промовирање на вредностите на европската култура во Република Македонија и на македонската култура во Европа.

Осмо, „Учиме за ЕУ“ - СЕП и Министерство за образование – проект за редовни едукативни презентации во основни, средни и високо образовни установи

Девето – „ЕУ и бизнисот“ - СЕП и Министерство за економија – под координација на Претседателот на Владата и ЗПВРМ за економски прашања – проект за промотивни и дебатни активности за економски стандарди, предизвици и очекувани резултати

Десетто - „ЕУ, аграр и РМ“ – СЕП и Министерство за земјоделство шумарство и водостопанство) – проект за кампања за приближување на стандарди до земјоделци, едукативен и промотивен концепт

Единаесетто - „Социјалната вклученост (инклузија) во Македонија и потребите за нејзино синхронизирање со Отворениот метод на координација на социјалната инклузија на Европската Унија“ – СЕП и Министерство за труд и социјална политика - проект кој ќе придонесе за усогласување на владина политика за синхронизирање на напорите на сите релевантни фактори во земјата во социјалната сфера.

Дванаесето - „ЕУ прес центар“ – СЕП, и министерствата - создавање на еден систем на јавно информирање, кој би ги задоволил потребите на граѓаните и институциите за јавно информирање, кој навремено и целосно би ги дистрибуирал релевантните информации и знаење за тековите и напредокот во процесот за пристапување во Европската Унија;

Тринаесето - „Македонија и европскиот универзитет денес“ – СЕП, Министерство за образование и институции од областа на високото образование - реализација на серија летни школи за млад универзитетски кадар од Македонија, проект кој ќе придонесе за европско интегрирање на македонското високо образование и научната дејност од суштински аспект

Четиринаесетто - „Одиме локално“ – СЕП, МЛСП, ЗЕЛС - проект кој ќе придонесе за зајакнување на свеста кај клучните субјекти на локално ниво – градоначалниците и советниците, дека работејќи локално придонесуваат за напредокот на национално ниво, но истовремено да се мобилизира и зајакне учеството на граѓаните, граѓанскиот и бизнис сектор во креирањето на одлуките поврзани со европската иднина на Македонија на локално ниво

Петнаесетто– ЕУ инфо центар – СЕП - информативен простор во центарот на главниот град каде што сите граѓани ќе можат да добијат информации за ЕУ, брошури. литература, итн.

Шеснаесетто – „Владеење на правото во РМ“ – СЕП, МП и МВР – проект кампања за промотивни и дебатни активности на тема владеење на правото, ЕУ стандарди, предизвици и очекувани резултати

Седумнаесетто – „Стандарди за ЕУ здравство“ – СЕП, МЗ – проект кампања за едукативни, промотивни и дебатни активности на локално и централно ниво со акцент на процес на менаџирање

Осумнаесетто – „ЕКО Македонија“ – СЕП, МЖСП, во соработка со НВО – проект кампања за промотивни и дебатни активности на тема екологија, ЕУ стандарди, предизвици и очекувани резултати

7. Остварување на целите: 3. Утврдување на специфични целни групи

7.1. Секое министерство ќе ги идентификува потребите за комуникација поврзана со нивните политики за ЕУ. Тоа подразбира идентификација на главните целни групи врз кои влијае политиката на министерствата, формално истражување за ставовите на јавноста, осмислување на пораките кои треба да се испратат до целните групи и како тие да се анимираат и информираат. Специфичните сектори ќе се утврдат од поединечните министерства. Целокупниот процес ќе го координира Секретаријатот за европски прашања во соработка преку ЕУ координативната и комуникациска работна група. Главните сектори кои имаат најмногу потреба од комуникација се следниве:

- Бизнис и трговија
- Земјоделство и политика за храна
- Правда
- Внатрешни работи
- Надворешни работи
- Финансии
- Економија
- Образование и наука
- Транспорт
- Енергија
- Социјална политика и вработување
- Животна средина
- Локална самоуправа
- Култура
- Човекови права
- Здравствена заштита

Се планира министерствата да се зајакнат со дополнителни кадри, опрема, и да добијат поддршка за обуки и усовршување за да се спроведат стратегиите.

7.2. СЕП ќе соработува со министерствата на зајакнување на постојните програми или развивање нови стратегии за комуникација за следниве целни групи:

7.2.1. Целна група: Вработените во државната администрација

- Активност на СЕП и министерствата

Вработените во државната администрација на сите нивоа, кои се вклучени во процесот на пристапување, како и оние кои работат на реформите на националните програми

Цели

Вработените во целост да го разберат процесот на пристапување, вклучените институции и програмата за потребните реформи

Да бидат постојано во тек со најновите настани

Средства за комуникација

Постојни: Билтен
Веб страна

Нови: Список на брифинг/пораки
Координативни средби за лицата одговорни за комуникација со ЕУ (за владините портпароли)
Координативни средби со портпаролите во општините
Презентации и семинари за новите настани
Серија состаноци со вработените во локалните органи

7.2.2. Целна Група: Јавноста во ЕУ – носителите на одлуки и влијателни личности во земјите-членки на ЕУ

- Активност на Министерството за надворешни работи, Секторот за туризам, Министерството за финансии, СЕП, Министерство за култура

Цели

Да се осигури дека лицата во земјите-членки на ЕУ кои можат да влијаат на приемот на Република Македонија во ЕУ, ќе бидат запознаени со вредностите и напредокот на земјата и како резултат на тоа ќе дадат целосна поддршка

Да се создаде клима на прифаќање кај оние лица кои имаат влијание врз другите (политички аналитичари и советници, академици, медиуми)

Да им се помогне со совети и материјали на вработените во Министерството за надворешни работи и во дипломатско-конзуларните претставништва, посебно амбасадите во земјите-членки на ЕУ и институциите на ЕУ да ги пренесат клучните пораки.

Средства за комуникација

Постојни: Билтен
Веб страна

Нови: Список на брифинг/пораки (за сите министерства/персонал на работа во странство кој е вклучен во активностите поврзани со ЕУ)
Координативни средби за лицата одговорни за комуникација за ЕУ (со задолжително вклучување на претставници од Министерството за надворешни работи)
Изработка на упатства за публицитет и обука за тоа како да се привлече публицитет
Печатени материјали – литература, постери, презентација (power point),
Видео материјали за прикажување на медиумите во земјите-членки на ЕУ
Аудио материјали за прикажување на медиумите во земјите-членки на ЕУ
Да се организира постојана кампања која ќе создаде јасна слика за Република Македонија

Продукција на неколку телевизиски реклами кои би се емитувале како постојана кампања на меѓународни ТВ канали

Редовни брифинзи за меѓународните медиуми во Скопје

Употреба на силен бренд, написи во туристички публикации, летоци во авионски магазини/постери во хотели

7.2.3. Целна група: Политичари/службени лица одговорни за донесување стратешки одлуки во процесот на креирање политики

Тука спаѓаат:

Претседателот на Владата на Република Македонија, неговите советници и членовите на Кабинетот на Претседателот

Претседателот на Република Македонија, неговите советници и членовите на Кабинетот на Претседателот

Претседателот на Собранието

Министрите во Владата, нивните заменици и државните секретари во министерствата

Пратениците во Собранието

Градоначалниците и советниците во општините и Градот Скопје

- Активност на СЕП, со поддршка од сите министерства

Цели

Оваа група постојано да биде информирана за најновите настани

Да се постигне недвосмислено разбирање на процесот на ЕУ и на програмата за промени направени за постигнување пристапување

Да се запознаат со клучните пораки и основниот (бекграунд) брифинг, за да бидат подготвени за јавните и медиумските настани

Средства за комуникација

Постојни: Веб страна
Билтен

Нови: Список на брифинг/пораки
Презентации за новите настани

7.2.4. Целна група: Лицата кои се скептични за процесот на пристапување во ЕУ

- Активност на СЕП

Цели

Да се идентификуваат оние кои се спротивставуваат на процесот и да се разбере нивниот став

Да се обезбеди редовно доставување на материјали за напредокот, и корисните промени кои се резултат на процесот на

пристапување како и придобивките кои ги добиле помалите земји-членки од ЕУ

Средства за комуникација

Постојни; Веб страна
Медиумско претставување

Нови; директна комуникација

7.2.5. Целна група: Инвестирање во иднината – млади луѓе

- Ученици во основните и средните училишта
- Студенти на универзитетите и факултетите
- Здруженија на студенти
- Младите од македонската дијаспора

- Активност на Министерство за образование, Агенција за млади и спорт, СЕП

Цели

Да се обезбеди недвосмислено разбирање на важноста на пристапувањето во ЕУ, нејзиното значење за Република Македонија, како и начелата, како што се слобода на образование во други земји-членки, слобода за вработување и патување

Да се изгради нивната доверба во институциите на ЕУ и во процесот на пристапување

Да им се овозможи да разберат што значи пристапувањето во ЕУ за нив и за можностите за идно вработување во јавната администрација во Република Македонија или во институциите на ЕУ

Да се стимулира нивниот интерес да работат на пристапувањето во ЕУ како определба за кариера

Средства за комуникација

Постојни; Веб страна
Презентации, дискусии

Нови; Ресурсни материјали – засновани на историја, економија, политика; летоци, мапи
материјали за читање

Натпревар во пишување есеи на тема: зошто Република

Македонија треба да биде дел од ЕУ

Квизови за ЕУ

Презентации на универзитетите

Групи за дискусии – на пример користење на интернетот како двигател на дискусиите

Покани за студентски групи на разговори и дискусии во Секретаријатот за европски прашања

7.2.6. Целна група: Медиуми

- Активност на сите министерства и СЕП

Сите медиуми, особено радиото и телевизијата, со посебен осврт на локалните медиуми и дописништвата на странскиот печат во Скопје и Југоисточна Европа

Цели

Максимално да се соработува со медиумите како еден од главните начини за комуникација со јавноста

Да се овозможи целосно информирање на новинарите, уредниците и колумнистите за прашањата поврзани со ЕУ и разбирање на политиката на пристапување и програмата за промени неопходна за постигнување на пристапувањето

Да се обезбеди точност на објавените информации и дека нема да доведат до забуна; а во спротивно информациите веднаш да се демантираат на соодветен начин

Да се овозможи медиумите да го разберат значењето на пристапувањето како деловна и можност за комуникација на која тие имаат право

Средства за комуникација

Постојни; Редовни брифинзи
Прес - конференции
Изјави
Брифинзи
Соопштенија за медиумите
Веб страни

Нови; **Работилница** за новата Стратегијата за комуникација со цел да се постигне јасно разбирање и прифаќање
Редовни средби со локалните и регионалните медиуми

7.2.7. Целна Група: Општа јавност

- Активност на СЕП, Канцеларијата на Мисијата на ЕУ и сите министерства

Цели

Да се подигне свеста и разбирањето за процесот на пристапување

Да се изгради доверба во институциите на ЕУ

Да се разберат и посвети внимание на интересите и стравовите кои се од најголема важност за нив, и да се задржи нивната поддршка

Средства за комуникација

Постојни; Преку медиумите
Веб страна
Јавни средби
Публикации

Нови; Нов круг локални средби; рекламни пораки, политичарите – да го користат Списокот на брифинг/пораки
„Картичка на заложби“
Летоци/брошури – „20 работи што не сте ги знаеле за Европската унија“
„Европската унија – прашања кои ги поставуваат ВИЕ “

7.2.8. Целна Група: Локални активности

- Активност на СЕП, МЛС, ЗЕЛС, ЕЛС

Цели

Да се комуницира со лицата за односи со јавноста во општините

Да се обезбеди целосно информирање и свесност за програмата за пристапување кај влијателните личности во локалните заедници, избраните општински функционери и водачите на локалните заедници

Да се создаде мрежа на лица за односи со јавноста во општините, кои ќе ја поддржуваат кампањата

Средства за комуникација

Постојни; Билтен
Веб страна

Нови; Список на брифинг/пораки
Координативни средби (лицата за односи со јавноста во општините)
Презентации и семинари за најновите настани
Активности за поддршка на работата на министерствата во регионите – рекламирање, литература, јавни средби

8. Оценување

8.1. Кампањата целосно ќе се набљудува преку

- а) редовно формално испитување на ставовите, свеста и разбирањето;
- б) повратни информации од сите засегнати страни кои ќе бидат консултирани за политиките; ова ќе биде одговорност на министерствата, но податоците ќе ги собира Секретаријатот за европски прашања;
- в) процена на покриеноста во медиумите
- г) преку следење на обемот и динамиката на спроведените активности

9. Очекувани резултати и цели на Стратегијата

- ❖ Секој граѓанин на Република Македонија да ги разбере прашањата и да биде целосно подготвен да го оствари правото на глас на некој иден референдум за пристапување;
- ❖ Земјите-членки на ЕУ да добијат јасна слика за Република Македонија, нејзините вредности и да го поддржат нејзиниот прием во ЕУ;
- ❖ На Република Македонија да се гледа како на составен дел од европскиот проект.