

## POGLAVLJE V KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA ZA INFORMIRANJE HRVATSKE JAVNOSTI O PRIBLIŽAVANJU REPUBLIKE HRVATSKE EUROPSKIM INTEGRACIJAMA

### 5.1. UVOD

---

Strateški dokument kojim su definirani opseg, ciljevi i načini informiranja javnosti o procesu europskih integracija je **Komunikacijska strategija za informiranje hrvatske javnosti o približavanju Republike Hrvatske europskim integracijama**, izrađena u Ministarstvu za europske integracije i usvojena na sjednici Vlade 18. listopada 2001. godine.

**Komunikacijska strategija** izrađena je i usvojena temeljem opredjeljenja Vlade Republike Hrvatske, zacrtanog u Programu Vlade za razdoblje 2000.-2004. godinu, gdje se ističe da je "u procesu europskih integracija strateški cilj Republike Hrvatske (...) uspostavljanje ugovornih odnosa s Europskom unijom, a kroz Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju". Sklapanjem tog sporazuma Republika Hrvatska ostvarila je važan korak u procesu približavanja europskim integracijama. Budući da provedba ovakvog opredjeljenja podrazumijeva političke i ekonomske odluke koje će se značajno odraziti na sve aspekte života građana naše zemlje, te obzirom na složenost promjena, u proces donošenja tih odluka neophodno je uključiti domaću javnost. Stoga je u istom programskom dokumentu Vlade navedeno da će Vlada "usvojiti vlastitu komunikacijsku strategiju kojom će odmah započeti proces sustavnog informiranja javnosti o svim aspektima pristupa Republike Hrvatske Europskoj uniji i njegovim posljedicama za građane Republike Hrvatske, kako bi se pripremili za zadnji čin pristupa Republike Hrvatske Europskoj uniji koji će se morati provesti odlukom građana Republike Hrvatske putem referenduma".

Budući da su, u 2003. godini, učinjeni daljnji važni koraci u procesu približavanja Republike Hrvatske Europskoj Uniji, osobito podnošenjem Zahtjeva Republike Hrvatske za članstvo u Europskoj Uniji i daljnjim odvijanjem postupka razmatranja ovog Zahtjeva od strane nadležnih tijela Unije, informativne aktivnosti Ministarstva za europske integracije su u 2003. godini bile obilježene upravo ovim etapama procesa pridruživanja.

### 5.2. CILJEVI KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE I ORGANIZACIJA INFORMATIVNIH AKTIVNOSTI

---

Glavni ciljevi Komunikacijske strategije jesu:

I. **Pripremanje donositelja odluka** te onih koji sudjeluju u **kreiranju politika** za ulogu koju će odigrati u integracijskom procesu i unapređenju javne svijesti o njemu.

II. **Upoznavanje ciljnih skupina i pokretača javnog mnijenja** s europskim integracijama i njihovom ulogom u pripremama za prilagodbe u sklopu integracijskog procesa.

III. **Informiranje građana i jačanje svijesti javnosti** o potrebi uključenja u europske integracijske procese te poticanje zanimanja i potrebe građana za informacijama vezanim uz europske integracije.

Uz ove glavne ciljeve, cilj Komunikacijske strategije je i **suradnja s drugima**, osobito onima koji se bave pružanjem informacija o EU i europskim integracijama ili su na neki drugi način uključeni u proces. Takva suradnja ima dvojak učinak - pojačavanje efekta "**multipliciranja mišljenja**" s jedne strane i, s druge, **prenošenje poruka putem posrednika** kao što su tisak, poslovni ljudi, nevladine organizacije ili nastavnici. U tom kontekstu Ministarstvo za europske integracije osobito podupire rad **Županijskih savjeta za europske integracije** kao sudionika u realizaciji Komunikacijske strategije i partnera u informacijskim aktivnostima.

### 5.2.1. Organizacija informativnih aktivnosti

Informativne aktivnosti dijele se na:

- istraživanje potreba za informacijama i istraživanje kanala za njihovo prenošenje
- stvaranje i oblikovanje prikladnih radnih sredstava i postupaka
- širenje općih informacija i komunikaciju sa ciljnim skupinama
- praćenje i procjenjivanje napretka u postizanju ciljeva strategije.

#### 5.2.1.1. Istraživanje potreba za informacijama i istraživanje učinkovitosti kanala za njihovo prenošenje

**Istraživanje javnog mnijenja** prvi je korak u vrednovanju i radnoj prilagodbi komunikacijske strategije. Takva istraživanja provode se dva puta godišnje po ustaljenoj metodi i na reprezentativnom uzorku s dva osnovna cilja:

- a) utvrđivanje raspoloženja građana prema europskom integracijskom procesu
- b) utvrđivanje razine znanja građana o EU i procesu pristupanja.

U lipnju 2003. godine provedeno je sedmo istraživanje javnog mnijenja koje je, u usporedbi s prvim valom istraživanja provedenim 2000. godine, pokazalo stabilno visok postotak (79% 2000., 75% 2003.) ispitanika koji imaju pozitivan stav prema Europskoj uniji. Također visok je i gotovo nepromjenjiv udio onih koji su za uključivanje Republike Hrvatske u Europsku uniju: 74% 2003. godine naspram 78% 2000. godine. U porastu je udio onih ispitanika koji su protiv uključivanja RH u EU (od 8% 2000. godine do 13.5% 2003.), dok je broj neopredijeljenih u blagom smanjenju - od 14.5% 2000. do nešto ispod 13% 2003. Broj ispitanika koji smatraju da će

približavanje Hrvatske EU rezultirati većinom pozitivnim posljedicama kretao se od 75-80% u 2000. do 66-84% u 2003. Udio onih koji izražavaju bojazan od gubitka samostalnosti porastao je od nešto iznad 35% u 2000. do 55% u 2003. godini. Osmo ovakvo istraživanje predviđeno je za prosinac 2003. godine, a deveto i deseto za 2004. godinu.

#### **5.2.1.2. Stvaranje i oblikovanje prikladnih radnih sredstava i postupaka**

U okviru ove informativne aktivnosti MEI:

- a) stalno prikuplja informacije o EU, njezinoj organizaciji i djelovanju, institucijama i zajedničkim politikama kao i o razvoju odnosa između RH i EU;
- b) istražuje učinke prilagodbi u procesu integracija na hrvatske institucije, gospodarstvo, državni proračun i ciljne skupine u društvu.

Prikupljene informacije obrađuju se i/ili prevode te koriste za razvoj vlastitih informativnih sredstava kao što su:

- tiskane i elektroničke publikacije
- uporaba Interneta
- medijske aktivnosti
- razne manifestacije koje podižu osviještenost o EU i razvoju zbivanja vezanih za odnose RH i EU.

#### **5.2.1.3. Širenje općih informacija i komunikacija s ciljnim skupinama**

Redovito obavještavanje javnosti odnosi se na:

- sve aspekte pristupanja RH u EU
- aktivnosti Vlade RH vezanim za europske integracije u procesu priključenja kao što su planovi i konkretna postignuća u vezi sa:
  - usklađivanjem zakonodavstva i propisa s europskim pravnim standardima
  - gospodarske prilagodbe vezane uz europske integracije
- Europsku uniju, njezine institucije, njihovo funkcioniranje i proces donošenja odluka
- suradnju na području europskih integracija ostvarenu s državama kandidatkinjama za članstvo u EU
- povelje koje je RH potpisala i ratificirala.

#### **5.2.1.4. Praćenje i procjenjivanje napretka u postizanju ciljeva Komunikacijske strategije**

Rezultati procesa informiranja prate se putem redovitog polugodišnjeg istraživanja javnog mnijenja, praćenja tiska te putem upita na internetskim stranicama MEI i Glasovnom portalu MEI.

### **5.3. PROVEDBA KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE PREMA CILJNIM SKUPINAMA**

---

#### **5.3.1. Dijalog s ciljnim skupinama**

U vrijeme oblikovanja Komunikacijske strategije kao i danas, načelno opredjeljenje i praktična politika Vlade RH za približavanje zemlje europskim integracijama uživaju snažnu potporu javnosti. Međutim, trenutak pristupa Republike Hrvatske Europskoj uniji nije moguće predvidjeti budući da tek predstoji ispunjavanje dugačkog niza uvjeta i obveza, a specifični interesi različitih skupina, sudionica u tom procesu, još nisu do kraja definirani. Stoga će se tijekom samog procesa pristupanja dogoditi promjene koje će iziskivati ne samo iscrpno i pravodobno obavješćavanje ciljnih skupina, nego i njihovo uključivanje u provedbu kako samog procesa tako i ove komunikacijske strategije.

Radi operativnosti u provedbi komunikacijske strategije, **ciljne skupine** podijeljene su na:

- opću javnost s podskupinama ruralnog stanovništva i mladih
- tri temeljne kategorije nositelja i izravnih sudionika u procesu od kojih je svaka kategorija podijeljena na nekoliko ključnih ciljnih skupina:
  - donositelji odluka i tvorci politike:
    1. predsjednik RH i njegovi savjetnici
    2. Vladini dužnosnici
    3. saborski zastupnici
    4. vijećnici u županijskim, gradskim i općinskim vijećima
  - pokretači i oblikovatelji javnog mnijenja:
    1. novinari i urednici

sveučilišnim  
stručnim

2. uglednici iz javnog života
3. pripadnici akademske zajednice
4. političke stranke i političari
5. nastavnici i profesori u osnovnim i srednjim školama
6. zaposleni u Nacionalnoj i knjižnicama, te u matičnim i knjižnicama
7. poslovni ljudi i njihove udruge
8. sindikalna vodstva
9. predstavnici nevladinih organizacija
10. vjerske zajednice

- neposredno uključeni u usklađivanje nacionalnog zakonodavstva s pravnim sustavom EU:

1. državni službenici i javni djelatnici
2. poslodavci, poslovni ljudi, njihove interesne i strukovne udruge, te sindikati.

**Osnovni komunikacijski ciljevi**, definirani u Komunikacijskoj strategiji, jesu:

- upoznavanje s procesom europskih integracija
- upoznavanje s djelatnošću Vlade i tijela državne uprave na području europskih integracija
- podizanje razine svijesti o važnosti ideje i procesa europskih integracija.

**Ciljevi informativnog djelovanja** prema **ključnim ciljnim skupinama** su dvojaki: **opći ciljevi** informiranja o EU i procesu europskih integracija, koji su zajednički svim ključnim skupinama, i **specifični ciljevi** informiranja definirani prema karakteristikama i potrebama svake ključne ciljne skupine posebno.

Opći ciljevi informativnog djelovanja prema ključnim ciljnim skupinama jesu:

- upoznavanje s Europskom unijom, njezinim funkcioniranjem, metodama donošenja odluka, institucijama i politikama te mehanizmima stvaranja europskog zakonodavstva
- upoznavanje s izvorima informacija o EU i europskim integracijskim procesima (kao što su Internet, baze podataka, stručne publikacije)
- poticanje interesa za traženje informacija o EU, europskim integracijskim procesima i približavanju RH europskim integracijama
- priprema i obrazovanje za sudjelovanje u procesu europskih integracija
- upoznavanje s mogućnostima obavljanja stručne prakse u tijelima EU
- informiranje o i poticanje sudjelovanja u dostupnim programima EU
- poticanje suradnje s odgovarajućim strukovnim ili interesnim tijelima ili organizacijama u EU i zemljama kandidatkinjama.

Specifični ciljevi informativnog djelovanja prema ključnim skupinama određeni su karakterom određene skupine i prirodom njezine djelatnosti slijedom čega proizlazi da su važniji specifični ciljevi komunikacije sa:

- donositeljima odluka i tvorcima politike - posebna priprema i obrazovanje za sudjelovanje u procesu europskih integracija.
- novinarima i urednicima - povezivanje i suradnja s medijima na nacionalnoj i regionalnoj razini.
- uglednicima iz javnog života - informiranje o prednostima i troškovima integracija te o aktivnostima koje je potrebno poduzeti vezano uz prilagodbu sustavu EU.
- pripadnicima akademske zajednice - širenje i poticanje znanja i istraživanja o europskim integracijama u znanstvenoj sredini i studentskoj populaciji te poticanje uspostave i razvoja multidisciplinarnih europskih studija.
- političkim strankama i političarima - isticanje dobrobiti za građane i društvo u cjelini koje donosi članstvo u EU, ali i upozoravanje na određene troškove za pojedine sektore gospodarstva kako bi se oni na vrijeme mogli pripremiti za djelovanje u izmijenjenim uvjetima.
- nastavnicima i profesorima u osnovnim i srednjim školama - širenje i poticanje znanja učenika o procesu europskih integracija u Europi i u RH te poticanje uvođenja metodoloških jedinica o europskim integracijama u nastavne programe.
- zaposlenima u Nacionalnoj i sveučilišnim knjižnicama, te u matičnim i stručnim knjižnicama - širenje i poticanje znanja među građanstvom o europskim integracijama te poticanje osposobljavanja knjižničarskog osoblja za takvu djelatnost.
- poslovnim ljudima i njihovim udrugama - pripremanje poduzetnika i zaposlenih te njihovih strukovnih udruga za promjene koje će donijeti uključivanje RH u europske integracije i informiranje o poslovnim mogućnostima koje se time otvaraju.
- sindikalnim vodstvima - priprema za ulogu koju će odigrati u procesu približavanja RH Europskoj uniji.
- predstavnicima nevladinih organizacija - dijalog o pitanjima europskih integracija, prvenstveno s komplementarnim partnerima kao što su Europski pokret, Europski domovi i sl.
- vjerskim zajednicama - upoznavanje sa specifičnim vidovima procesa europskih integracija u RH.
- državnim službenicima i javnim djelatnicima - priprema za potrebne prilagodbe u integracijskom procesu, stručno usavršavanje, uklanjanje prepreka u komunikaciji kako bi se uspostavila cjelovita informacijska mreža te poticanje transparentnosti rada.

#### **5.3.1.1. Opća javnost**

Opća javnost obavještava se putem sredstava masovnog komuniciranja (publikacija, Interneta i medija) te putem manifestacija koje podižu osviještenost o EU i razvoju zbivanja vezanih za EU. U tu svrhu MEI u 2003. godini nastavlja već ranije započete

aktivnosti dopunjujući ih novim projektima, a njihov nastavak planiran je i u 2004. godini:

**a) Internet stranice Ministarstva za europske integracije**

Na ovim dvojezičnim, hrvatsko-engleskim stranicama nalaze se informacije i novosti o ustroju i radu MEI, o približavanju RH Europskoj uniji, o Europskoj uniji i njezinim politikama i programima te o Vijeću Europe. Na Internet stranicama MEI-a postavljene su i veze na stranice Europske unije, a omogućena je i interaktivna komunikacija s posjetiteljima putem elektronske pošte te narudžba publikacija. Od prosinca 2002. postavljena je nova, redizajnirana Internet stranica, još bolje prilagođena potrebama korisnika.

**b) Projekt Europa u Hrvatskoj - Euro info točke i info police**

Do sada je postavljeno 66 info točaka u RH, od toga pedeset i tri info točke s Internet kioscima u gradskim i fakultetskim knjižnicama svih županijskih i sveučilišnih središta Hrvatske, te u više regionalnih i otočkih centara. Na info kioscima, putem internetskih stranica projekta Europa u Hrvatskoj, građani se mogu informirati o temama vezanim za Europsku uniju i proces približavanja Hrvatske Uniji, dok mlađa populacija može naći specifične obavijesti o tome što EU nudi mladima, o udrugama mladih u Hrvatskoj, o tome što MEI radi za mlade te veze na druge internetske stranice namijenjene ovoj dobnoj skupini. Na info policama postavljaju se tiskovna izdanja MEI, a dosada je postavljeno ukupno šezdeset i pet takvih polica (pedeset i dvije uz info kioske na info točkama te još trinaest u zgradama Hrvatskog sabora i Vlade Republike Hrvatske te u manjim gradskim središtima). Krajem 2003. i u 2004. godini planirana je uspostava deset novih info točaka, te će se nastaviti redoviti kontakt s već postavljenim info točkama slanjem publikacija i organizacijom posebnih događanja poput predavanja i sl.

**c) Izdavanje publikacija**

MEI je u 2003. godini pokrenuo novi dvomjesečnik *Euroforum* u hrvatskom i engleskom izdanju koji, u odnosu na prijašnju publikaciju MEI ove vrste (*Bulletin*), donosi opsežnije, problemski prezentirane priloge o različitim aktualnim aspektima procesa europskih integracija i to na povećanom broju stranica s poboljšanom grafičkom opremom. Uz to, MEI je objavio i niz tiskanih te elektronskih publikacija vezanih za tematiku Europske unije i procesa približavanja Republike Hrvatske europskim integracijama bilo autorstvom vlastitih djelatnika bilo u suradnji s drugim relevantnim ustanovama ili tijelima državne uprave. Također objavljuju se i tekstovi programskih dokumenata kao i letci sa sažetim informacijama, te promotivni materijal poput prigodnih razglednica ili kalendara.

U 2003. izdane su publikacije: *Hrvatska na putu u Europsku uniju: od kandidature do članstva*, brošura izdana povodom predaje Zahtjeva Republike Hrvatske za članstvo u Europskoj uniji; *Nacionalni program Republike Hrvatske za pridruživanje Europskoj uniji - 2003. godina*, prva u nizu takvih publikacija, u hrvatskom i engleskom izdanju; dvojezično hrvatsko - englesko izdanje *Godišnjeg izvješća Ministarstva za europske integracije 2002.*; *Priručnik za prevođenje pravnih akata Europske unije*; *Državne potpore i europske integracije: iskustva za Hrvatsku*; *Horizontalna analiza učinaka usklađivanja zakonodavstva Hrvatske s propisima Europske unije* i CD izdanje *Interaktivnog plana provedbe Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju*.

Uz ove publikacije, tiskani su i informativni letci sa sažetim informacijama o programima tehničke pomoći Europske unije CARDS i Interreg III. Izdanjima promotivnih materijala, poput razglednica, čestitki, plakata i kalendara, popularizirane su manifestacije i projekti Ministarstva za europske integracije kao što su Europski tjedan ili Glasovni portal MEI, te građanima, na vizualno i tekstualno sažet način, približene različite teme iz područja europskih integracija. Predaja Zahtjeva za članstvo Republike Hrvatske u Europskoj uniji popraćena je, osim medijskom kampanjom, i posebnim izdanjem mini CD-a *RE:member CROATIA* na engleskom, francuskom i njemačkom jeziku te prigodnim plakatima.

U 2004. godini planiran je kontinuitet izdavačke djelatnosti objavljivanjem publikacija, među kojima četvrtog dopunjenog i ažuriranog izdanja *Malog leksikona europskih integracija* te publikacije o najnovijem proširenju Europske unije; redovitog dvomjesečnika *Euroforum*; prigodnih brošura, kao i programskih dokumenta slijedom njihovog nastajanja.

#### d) Glasovni portal MEI

U veljači 2003. godine pokrenut je Glasovni portal MEI koji omogućuje građanima da, pozivom na besplatni telefonski broj, dobiju informacije o različitim aspektima europskih integracija bilo slušanjem prethodno snimljenih poruka bilo izravnim razgovorom s operaterima. Tijekom prvih šest mjeseci rada glasovnog portala zabilježeno je preko 16 000 poziva građana, a nastavak ovog projekta planiran je i za 2004. godinu.

#### e) Medijske aktivnosti

U 2003. godini Ministarstvo za europske integracije pokrenulo je nekoliko medijskih kampanja kojima su promovirani, s jedne strane, izuzetno značajan događaj u razvoju odnosa između Republike Hrvatske i Europske unije - podnošenje Zahtjeva RH za članstvo u EU, a, s druge strane, projekti Ministarstva za europske integracije usmjereni k obavještavanju javnosti o svim aspektima procesa europskih integracija. Povodom podnošenja Zahtjeva Republike Hrvatske za članstvo u EU, pokrenuta je trodnevna medijska kampanja (od kraja veljače do sredine ožujka) s ciljem senzibiliziranja i informiranja javnosti o važnosti tog događaja. Tijekom ove kampanje emitirani su tematski televizijski i radijski spotovi, oglasi u dnevnim i tjednim novinama, te tiskani prigodni plakati. Ujedno, u okviru ove kampanje promoviran je i Glasovni portal Ministarstva za europske integracije. Glasovni portal oglašavan je i u zasebnoj medijskoj kampanji početkom veljače i početkom svibnja putem emitiranja posebnog televizijskog spota te oglasa u dnevnim novinama. Neposredno prije početka manifestacije Europski tjedan, ovaj je događaj najavljen slanjem publikacija i prigodnih promotivnih materijala s programom pripadnicima ciljnih skupina, dok je centralna proslava na Cvjetnom trgu u Zagrebu najavljena i na radiju.

Uz to, Ministarstvo je, sponzorstvom i suradnjom, podržalo inicijative medijskih kuća u objavljivanju priloga o temama iz područja europskih integracija kao što su dvotjedni ciklus emisija *Abeceda europskih integracija* na Radiju 101, pokretanje mjesečnog podliska *Europa* u *Novom listu* ili objavljivanje posebnog, dvojezičnog hrvatsko-englesko izdanja *Privrednog vjesnika - Hrvatska: korak prema pridruživanju EU*.

U 2004. godini planirane su posebne medijske kampanje koje bi pratile dinamiku razvoja odnosa između Republike Hrvatske i Europske unije, kao i nastavak radijske serije *Abeceda europskih integracija*, kontinuirano izlaženje podliska *Europa* te daljnja suradnja s medijskim kućama u pokretanju tematskih emisija, ili edicija, posvećenih procesu europskih integracija.

#### f) Europitalice

Projekt Europitalice bio je namijenjen korisnicima Interneta koji su, tijekom mjesec dana, od sredine travnja do sredine svibnja 2003. godine, sudjelovanjem u interaktivnom ciklusu pitalica o europskim integracijama mogli proširiti svoje znanje o ovoj temi. U 2004. godini planirana je daljnja suradnja s pružateljima internetskih usluga na širenju informacija o europskim integracijama putem postavljanja informativnih tekstova i interaktivnih programa za posjetioce internetskih stranica.

#### g) Manifestacija Europski tjedan

Ovom se manifestacijom svake godine obilježavaju važni datumi iz suvremene europske povijesti: 5. svibnja - Dan Vijeća Europe i 9. svibnja - Dan Europe, te se tijekom ovog tjedna posebno intenzivira informiranje o europskim integracijama putem različitih prigodnih programa. U 2003. godini, uz već tradicionalne programe - obilježavanje Europskog tjedna na Cvjetnom trgu u Zagrebu, Tjedan otvorenih vrata u MEI te obilježavanje Europskog tjedna u županijama, ostvareno je, u suradnji s mnogobrojnim sponzorima, udrugama i zakladama, još nekoliko značajnih projekata. Povodom Europske godine osoba s invaliditetom objavljene su tri publikacije Ministarstva za europske integracije (*100 pitanja o europskim integracijama*, *Dan Europe* i *Učimo o EU*) na Brailleovom pismu i audio kazetama. Održano je i drugo po redu natjecanje Login@Europe u izradi internetskih stranica za učenike osnovnih i srednjih škola, a za korisnike Interneta organiziran je *chat* s ministrom za europske integracije. Još jedno natjecanje, Euquiz, učenika srednjih škola u poznavanju Europske unije i integracijskog procesa, održano je na županijskoj, a zatim i na završnoj nacionalnoj razini, uz sudjelovanje čak stotinu natjecateljskih timova iz osamdeset i tri srednje škole iz gotovo svih hrvatskih županija. U Goethe Institutu u Zagrebu postavljena je izložba posvećena njemačkom državniku Konradu Adenaueru, jednom od začetnika ideje o ujedinjenoj Europi. Tijekom Europskog tjedna djelatnici MEI održali su, u županijskim središtima i u prostorijama MEI u Zagrebu, oko stotinu predavanja za građanstvo, kao i za specifične skupine poput mladih ili državnih službenika. Na centralnoj proslavi Europskog tjedna na Cvjetnom trgu u Zagrebu, uz zabavni program, organiziran je i kviz znanja o europskim integracijama za građane, te promocija izdanja centara za kulturu zemalja članica Europske unije koji djeluju u Zagrebu. U okviru svih ovih projekata građanima, sudionicima natjecanja te polaznicima predavanja podijeljeno je više od 20 000 primjeraka tematskih publikacija i raznih promotivnih materijala, dok su oni koji su postigli najbolje rezultate na natjecanjima primili i vrijedne nagrade. Izdano je posebno izdanje *Euroforuma* s priložima o svim događajima Europskog tjedna 2003. godine, a u 2004. također je planirano obilježavanje Europskog tjedna tradicionalnim manifestacijama, novim izdanjima natjecanja Login@Europe i Euquiz, publikacijama, kao i novim prigodnim projektima.

## **h) Izložba Europa 2020**

Izložba Europa 2020 prvotno je održana u Zagrebu, u okviru Europskog tjedna 2002. godine kao rezultat paneuropskog natjecanja dizajnera u izradi plakata na temu Europa 2020. U 2003. godini selekcija radova s ove izložbe prezentirana je inozemnoj publici u Kopenhagenu i Bruxellesu. Krajem 2003. i u 2004. godini predviđeno je predstavljanje ove izložbe u više inozemnih centara, među kojima su Berlin, Budimpešta, Sofija i Strasbourg.

### **5.3.1.1.1 Obavještavanje ruralnog stanovništva**

U Komunikacijskoj strategiji ruralno stanovništvo je prepoznato kao specifičan segment opće javnosti za koji se može očekivati da će imati određenih teškoća u prilagodbi kako to pokazuju iskustva država koje su postale članice Europske unije u posljednjim valovima proširenja, te iskustva budućih članica. Stoga će se, u skladu s dinamikom prilagodbe domaćeg zakonodavstva i drugih odredbi koje se odnose na poljoprivredu i ruralna pitanja, pokloniti posebna pažnja točnom i pravodobnom obavještavanju ruralnog stanovništva o promjeni i početku primjene zakonskih i drugih propisa, te tržišnih i kvalitativnih standarda koji će se prihvaćati u sklopu prilagodbe hrvatskog zakonodavstva pravnoj stečevini Unije.

### **5.3.1.1.2 Pokretanje i informiranje mladih**

Ciljevi obavještavanja mladih jesu:

- podizanje svijesti o ideji europskih integracija i upoznavanje s odvijanjem euro-integracijskih procesa u RH
- upoznavanje mladih s EU i mogućnostima koje ona pruža za njihov razvoj i stručno usavršavanje
- unapređivanje povezivanja mladih Hrvatske s vršnjacima i udrugama mladih u državama EU i državama kandidatima za članstvo
- poticanje stvaranja mreže udruga mladih koje se bave europskim integracijama u RH
- promicanje sudjelovanja mladih Hrvatske u EU programima

U 2003. godini obavještavanje mladih provodi se na dva načina: u sklopu informiranja opće javnosti putem Interneta, publikacija i događanja, te specifičnim projektima usmjerenim na ovu dobnu skupinu. Mladima su npr. namijenjene posebne stranice u okviru internetskih stranica Europa u Hrvatskoj na euro info kioscima, posebni projekti u sklopu Europskog tjedna kao što su posjete školskih grupa Ministarstvu za europske integracije tijekom dana otvorenih vrata i već spomenuti projekti natjecanja Login@Europe i Euquiz. Uz ovo, djelatnici Ministarstva za

europske integracije održavali su tematska predavanja za ravnatelje, nastavnike i učenike srednjih škola u županijskim središtima. Predavanjima za nastavnike nastoji se, putem njihovog edukativnog djelovanja kao multiplikatora, postići bolja obaviještenost srednjoškolske populacije o europskim integracijama. Nastavak ovih aktivnosti planiran je i u 2004. godini, kao i novi projekt poticanja studenata na izradu diplomskih radova iz područja europskih integracija.

### **5.3.1.2 Ključne ciljne skupine**

**Oblici komunikacije** s ključnim ciljnim skupinama, definirani u Komunikacijskoj strategiji, osim već spomenutih oblika komunikacije s općom javnošću, jesu:

- dostava biltena, publikacija i informativnih materijala
- odgovaranje na specifične upite vezane uz proces europskih integracija
- pružanje informacija o obrazovnim programima i stručnim seminarima u EU te kontakti s pripadnicima ili organizacijama ciljnih skupina zainteresiranim za učestvovanje u njima
- organiziranje i pozivanje članova ciljnih skupina na predavanja, tribine i seminare
- uspostava osobnih kontakata te dvosmjerni posjeti između MEI i ustanova ili organizacija ciljnih skupina
- suradnja sa strukovnim udrugama i drugim organizacijama unutar ciljnih skupina
- sudjelovanje djelatnika MEI na stručnim konferencijama ili seminarima
- specifični oblik komunikacije s donositeljima odluka i tvorcima politike sastoji se u redovitom kontaktu između MEI i drugih relevantnih tijela Vlade RH sa saborskim Odborom za europske integracije, Odborom za međunarodnu parlamentarnu suradnju i Odborom za vanjsku politiku, kojima ministar za europske integracije i drugi dužnosnici periodično podnose izvještaje o procesu približavanja Republike Hrvatske europskim integracijama.

Ove se komunikacijske aktivnosti kontinuirano provode u razdoblju 2003.-2004. godine. Uz to, paralelno se ažurira baza podataka o ciljnim skupinama, te se provodi postupak istraživanja potreba ciljnih skupina za specifičnim informacijama putem upitnika. Intenziviranje ciljanog obavješćavanja ključnih ciljnih skupina očekuje se u onoj fazi približavanja RH EU u kojoj će započeti sektorski pregovori a time se povećati i količina specifičnih informacija relevantnih za pojedine ciljne skupine.

### **5.3.2 Nastup prema građanima, udrugama i strankama koje ne prihvaćaju proces europskih integracija**

Nastup prema građanima, udrugama i strankama koje ne prihvaćaju proces europskih integracija jedna je od aktivnosti zacrtanih Komunikacijskom strategijom. Osnovni cilj informativnog djelovanja prema građanima i interesnim skupinama - protivnicima priključenja RH europskim integracijama jest pružanje pravodobnih i točnih informacija kako se njihova stajališta ne bi temeljila na nedostatku informacija ili na pogrešnim informacijama. U razdoblju 2003.-2004. godine nastoji se, u okviru

ukupnih navedenih informativnih djelatnosti MEI, pružati upravo takve informacije da bi obaviještena javnost mogla formirati svoje stavove. Ovisno o dinamici procesa približavanja RH EU očekuje se porast potrebe informativnog djelovanja prema udrugama i pojedincima kojima bi pristup Republike Hrvatske europskim integracijama mogao prouzročiti izravne ekonomske probleme i štete – što vrijedi za grane u onim sektorima čiji će dosadašnji način poslovanja biti ugrožen otvaranjem prema EU te će možda osjetiti najteže posljedice uključivanja RH u EU i stoga će morati poduzeti najveće i najteže prilagodbe. Pri obraćanju takvim ciljnim skupinama posebna će se pozornost posvetiti cjelovitom kritičkom informiranju tako da se mogući negativni aspekti pristupa RH Europskoj uniji iznose usporedo s izglednim pozitivnim aspektima.

#### **5.4. PROVJERA UČINAKA I PRILAGODBA**

---

Ministarstvo za europske integracije prati provedbu strategije i procjenjuje njezinu uspješnost na temelju istraživanja javnog mnijenja, praćenjem medija, te praćenjem upita na Internet stranicama MEI i Glasovnom portalu MEI. Pretpostavka je da će za provođenje prve faze Komunikacijske strategije – informiranje – trebati do tri godine. Nakon toga će se provesti detaljno istraživanje javnog mnijenja i, u svjetlu rezultata tog istraživanja, Strategija će se uskladiti s novim potrebama uzimajući u obzir već postignuto i naznačujući nove pravce djelovanja.