KOMENTARI NA DOKUMENT VIJEĆA MINISTARA

STRATEGIJA KOMUNICIRANJA O PRISTUPANJU BOSNE HERCEGOVINE EVROPSKOJ UNIJI – OD KANDIDATSKOG STATUSA DO ČLANSTVA

Autorica: Lejla Ramić Mesihović u ime Incijative za monitoring evropskih integracija BiH

Februar, 2018

Uvod

Vijeće ministara je u oktobru 2017. uputilo na javnu raspravu Strategiju komuniciranja o procesu pristupanja Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji – od kandidatskog statusa do članstva u formi nacrta[1] (u daljem tekstu: Strategija). Budući da se odnosi na fazu procesa evropskih integracija koju očituje prelazak sa opštih na sve konkretnije i specifičnije teme, javila se potreba za novim strateškim pristupom komuniciranju u odnosu na onaj kojim se vodila Komunikacijska strategija iz 2009. godine. Imajući u vidu činjenicu da proces evropskih integracija postaje sve mjerljiviji, zahtjevniji i kompleksniji, očekujemo da će nova strategija nadići solidan strateški dokument iz 2009, te da će se iz implementacije prethodnog dokumenta izvući korisne naučene lekcije i inkorporirati u novi dokument. Ipak, ostaje u ovoj fazi razrade Strategije ocjena da je tekst upućen preuranjeno na opšte konsultacije zbog toga što ne uključuje rezultate predviđenih dodatnih konsultacija s organizacijama civilnog društva i akademskom zajednicom.

Formiranju komentara na Strategiju prethodile su konsultacije s kolegama iz Delegacije Evropske unije u BiH i Direkcije za evropske integracije na tehničkom nivou. Konsultovani su i sljedeći dokumenti: Strategija informisanja javnosti o pristupanju Crne Gore EU 2014–2018[2], Strategija komunikacije o pristupanju Republike Srbije Evropskoj uniji[3], Komunikacijska strategija za informiranje javnosti o procesu pristupanja Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji[4] iz 2009. godine, te Revidirana strategija komunikacija Vijeća ministara Bosne i Hercegovine (2016-2018)[5].

Komentari predstavljeni ovim dokumentom predviđaju proširenje vremenskog okvira Strategije, tako da on ne počinje od sticanja kandidatskog statusa, već od predaje odgovora na Upitnik Evropske komisije. Slijedom činjenice da se radi o periodu koji će obuhvatati različite kontekste i stadije u procesu evropskih integracija, sugerišu se redovne evaluacije učinkovitosti, strana zainteresovanih za proces, te kontrole primjenjivosti i efikasnosti metodologije predviđene za praćenje i mjerenje.

Cilj ovih komentara je da pomognu unaprjeđenje teksta Strategije, te da eventualno pomognu njenu što efikasniju sprovedbu. Imajući u vidu značaj pravilnog komuniciranja poruka vezanih za proces evropskih integracija široj javnosti, komentari su također

---

[1] Dokument dostupan na: http://www.dei.gov.ba/dei/media_servis/vijesti/default.aspx?id=19112&langTag=bs-BA

[2] Dokument dostupan na: www.mep.gov.me

[3] Dokument dostupan na: http://www.mei.gov.rs/srl/dokumenta/nacionalna-dokumenta/strategija-komunikacije-o-pristupanju-rs-eu/

[4] Dokument dostupan na: http://www.ads.gov.ba/v2/attachments/2295_HRV_Komunikacijska%20strategija.pdf

[5] Dokument dostupan na: http://www.vijeceministara.gov.ba/akti/prijedlozi_zakona/default.aspx?id=21283&langTag=hr-HR

usmjereni i ka što jasnijem definisanju relevantnih učesnika u procesu, njihovom koordinisanom pristupu komuniciranju vezanom za proces evropskih integracija u Bosni i Hercegovini. Također, želja nam je da ovaj strateški dokument u svom konačnom obliku bude inspirativan, usmjeravajući i mobilizirajući kako za stručnu, tako i širu javnost, te medije. Dokument će biti dostavljen Vijeću ministara BiH.

Redni broj	Izvodi iz teksta Nacrta Strategije (iz oktobra 2017.) na koje se odnose komentari, klasifikovani po broju stranice	Komentar i preporuka	Obrazloženje
1.	1. stranica - naslov Vijeće ministara BiH "Strategija komuniciranja o pristupanje Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji – od kandidatskog statusa do članstva" oktobar 2017	1.Strategija treba obuhvatiti period od predaje odgovora na Upitnik Evropske komisije. Shodno tome, naziv dokumenta bi bio: „Strategija komuniciranja o pristupanju Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji – od odgovora na Upitnik do članstva".	1.Bosni i Hercegovini predstoji vrlo intenzivan period komunikacije sa Evropskom unijom i prije odluke o kandidatskom statusu za BiH. Naredni period obilježit će predaja odgovora na Upitnik Evropske komisije, provođenje nove strategije Evropske unije za zapadni Balkan, suočavanje sa sadržajem aprilskog izvještaja Evropske komisije, zaključaka majskog samita u Sofiji pod bugarskim predsjedavanjem, te avis. Svaka od ovih stavki vrvjet će porukama koje će se morati adekvatno prenijeti javnosti i iskomunicirati sa Briselom.
2.	3. i 4. stranica – Uvod O pristupanju Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji kao vanjskopolitičkom prioritetu se govori, piše i komunicira već više od dvije decenije. Proces pristupanja je proizvod nepodijeljene volje svih političkih opcija u zemlji ali i opšteprihvaćeni cilj svih segmenata bosanskohercegovačkog društva. Podrazumijeva transformaciju zemlje i društva u cjelini jer obuhvaća sveobuhvatno prilagođavanje politika, te institucionalnog, pravnog i ekonomskog sistema evropskim standardima. Stoga je i evropski integracioni put Bosne i Hercegovine kao i put ostalih zemalja zapadnog Balkana uslovljen poduzimanjem	2.a) U Uvodu, na stranici 3, iza riječi „multiplikatora", dodati i riječi „tj. pokretača javnog mnijenja". 2.b)Uključiti obavezu pravovremenog usklađivanja sa strateškim komunikacijskim dokumentima, posebno onim Vijeća ministara BiH.	2.a)Budući da će Strategiju koristiti i osobe koje ne moraju imati komunikološku profesionalnu ili/i akademsku kompetenciju, dobro je pojasniti semantički opseg ovog pojma za koji se koristi riječ stranog porijekla koja nije ušla u svakodnevnu upotrebu. 2.b)Trenutno, Vijeće ministara BiH ima Revidiranu strategiju komuniciranja koja važi za period 2016.-2018. Sve relevantne važeće strategije, kao i sve buduće koje se budu usvajale u periodu do članstva BiH u EU moraju se periodično usklađivati.

	odgovarajućih i neophodnih političkih i ekonomskih reformi. Od donošenja Odluke o pokretanju inicijative za pristupanje BiH EU 1999. godine pa sve do stupanja na snagu Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju (u daljem tekstu: SSP) 2015. godine, pristupanje Bosne i Hercegovine Uniji je imalo kontinuiranu podršku šire javnosti i bilo priznato u cijeloj zemlji kao naj bitniji preduslov ostvarivanja sigurnosti i napretka BiH. U tom smislu i Komunikacijska strategija iz 2009. godine je zacrtala osnove informiranja i komuni ciranja o procesu evropskih integracija u BiH, kako bi se u potpunosti osiguralo razumijevanje svih obaveza koje BiH ima na ovom putu. Direkcija za evropske integracije (u daljem tekstu: Direkcija) je prepoznata kao nosilac ovog komunikacijskog procesa, uz neophodan angažman i drugih, poput posebno bitnih multiplikatora koji su, osim institucija BiH, akteri u procesu integrisanja, samim tim i komuniciranja o procesu. Napredak u procesu pristupanja BiH EU, te očekivani status kandidata BiH kao i obavljen e konsultacije sa institucijama u BiH i drugim zainteresovanim javnostima upućuju na upotrebu drugačijeg komunikacijskog pristupa, kao temelja za pripremu Strategije. Strategija	2.c)U uvodni dio uključiti reference na lekcije naučene iz perioda sprovedbe strateškog dokumenta iz 2009. koje su uslovile promjene strateškog pristupa. 2.d) Uvodni dio mora detaljnije i jasnije kontekstualizovati potrebu za donošenjem ovakvog dokumenta za predviđeni period (kako se ovim komentarima sugeriše od predaje odgovora na Upitnik EK), te sugerisati njegovo pozicioniranje u odnosu na druge strateške dokumente relevantne za ovu oblast koji važe i koji će se tek formirati u Bosni i Hercegovini.	2.c)Obrazlaganje pristupa pri kreiranju Strategije bi dobilo na težini i kredibilitetu uključivanjem lekcija naučenih iz provedbe strateškog dokumenta iz 2009. godine, te pozivanje na rezultate analize njenih efekata. Princip primjene naučenih lekcija omogućio bi kreiranje repozitorija dobrih praksi, tj. unaprijedio već postojeći. 2.d) vidjeti pod: Obrazloženje 1

	komuniciranja o procesu pristupanju Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji -od kandidatskog statusa do članstva (u daljem tekstu Strategija), za razliku od prethodne, težište u komuniciranju premješta sa opšteg pristupa (svim ciljnim grupama uglavnom jednakim/opštim porukama, u različitom opsegu) na različite pristupe svakoj ciljnoj grupi sa specifičnim temama (koje nisu predmet interesovanja svih ciljnih grupa). Ovakav vid komunikacije zahtijeva da se o prilikama i izazovima komunicira strateški, uz učešće svih nadležnih institucija u procesu, koje će biti nosioci procesa komuniciranja specifičnim porukama. I prethodna strategija Direkciju je prepoznala kao Glavnog komunikatora o procesu, uz djelimično učešće institucija, i to u ulozi multiplikatora mišljenja. Nova strategija podrazumijeva da se Strategija Komuniciranja provodi komuniciranjem svih institucija u ulozi nosilaca procesa komuniciranja iz djelokruga rada i nadležnosti institucija, sa Direkcijom kao fokalnom tačkom. Ovakvo komuniciranje evropskog puta BiH otvara dodatnu perspektivu kako institucijama tako i specifičnim ciljnim grupama, te građanima Bosne i Hercegovine, s ciljem boljeg razumijevanja nastalih promjena i		

	izazova koji slijede. Cilj Strategije je da precizira sve komunikacijske programske aktivnosti koji će obuhvatiti prioritete i izazove procesa evropskih integracija kroz godišnje Akcijske planove kao i da uspostavi sveobuhvatan pristup komuniciranju institucija Bosne i Hercegovine[6] radi boljeg razumijevanja procesa.		
3.	Stranica 7 Ni druge ciljne javnosti, poput akademske npr. ne pokazuju dovoljno interesa za teme iz procesa evropskih integracija što se, između ostaloga, reflektira i na slab odziv i prijave malog broja radova na redovne javne pozive za objavu u naučno-stručnom časopis u Sui generis koji izdaje Direkcija. U akademskim krugovima, takođe, izostaje stalna kritička rasprava o integraciji u EU i konstruktivni doprinos akademske zajednice ovom procesu.	3.a) Izuzeti pozivanje na odziv pozivima za objave u naučno-stručnom časopisu „Sui Generis“. 3.b) Brisati kritiku upućenu na račun angažmana akademske zajednice i koristiti afirmativan i inkluzivan jezik i pristup, koji treba proširiti i na druge činitelje civilnog društva u širem smislu.	3.a) Budući da Strategija treba biti referentna i relevantna jedan duži vremenski period, treba izuzeti referiranje na poziv za doprinos naučno-stručnom časopisu, budući da je posljednji poziv za doprinose ugledao svjetlo dana na jesen 2015. 3.b) Poželjno bi bilo da jedan od suštinskih efekata Strategije bude i opšta prihvaćenost glavne i pomoćnih poruka, te pristupa koji ovaj dokument sugeriše. To će se prije postići integrirajućim rječnikom i afirmativnim porukama u potrebama za saradnjom koja treba prožimati cijeli dokument. Time će dodatno na težini i kredibilitetu dobiti i ideja po kojoj je predviđeno da Direkcija za evropske integracije bude fokalna tačka.

[6] Vijeće ministara BiH, agencije, direkcije i ostali organ i uprave, odnosno institucije izvršne vlasti, neovisno o izvoru finansiranja

4.	9 stranica Nova faza komuniciranja koja bi trebala započeti sticanjem statusa kandidata Bosne i Hercegovine podrazumijeva aktivno učešće institucija BiH u sinergiji sa drugim akterima, koji imaju značajnu ulogu u proces u evropskih integracija, odnosno poslovnom zajednicom, organizacijama civilnog društva u BiH, medijima kao multiplikatorima. Unapređujući prethodno zadati okvir kroz aktuelnu Strategiju i njen strateški pristup fokus će biti na sljedećim elementima: * Unaprjeđenju institucionalnih kapaciteta nosilaca komunikacijskih aktivnosti[7] * Promjeni u razumijevanju komuniciranja o procesu i pozicioniranju ovih aktivnosti unutar institucija koje učestvuju u procesu komuniciranja * Podršci i učešću „treće strane“ u procesu komuniciranja – organizacije civilnog društva, mediji, akademska zajednica, poslovna zajednica, mladi, opšta javnost. Konzistentnom i dosljednom primjenom i daljnjim razvojem principa modernog komunikacijskog operativnog modela	4.a) sugeriše se jasnija i potpunija klasifikacija multiplikatora, tj. pokretača javnog mnijenja. Proširena lista u odnosu na Nacrt Strategije može uključivati: medije (uredništvo i novinare); Parlamentarnu Skupštinu BiH, Komisiju za evropske integracije, te komisije relevantne za određene teme, kao i parlamentarni forum za evropske integracije (BiH i entiteti), političke partije, privredna i strukovna udruženja, sindikati, udruženja poslodavaca, akademske ustanove/zajednice, naučno-istraživačke ustanove/instituti, privredni subjekti, koji se bave istraživanjem i razvojem; obrazovne ustanove i nastavni kadar; nevladine organizacije; vjerske zajednice, državne institucije (javni funkcioneri, državni službenici i namještenici); lokalna samouprava/lokalna udruženja, EU info centri itd. 4.b) Dodati i obavezne horizontalne i vertikalne polugodišnje ili, po potrebi i češće, obuke i brifinge DEI za relevatne aktere svih nivoa vlasti – od tehničkog	4.a) Jasnije klasifikacija, koju je možda najpreglednije taksativno navesti, omogućit će lakše prepoznavanje i periodično izmjenu/dopunu subjekata koji se smatraju multiplikatorima. Također, izostavljeni su akteri bitni za socijalni dijalog koji je jako važan za formulisanje i plasman poruka bitnih za sistemska rješenja i šire građanstvo. 4.b) Period procesa evropskih integracija pred nama zahtijevat će maksimiziranje informisanosti i kompetentnosti svih aktera u procesu. Svima će biti u interesu postizanje

[7] 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.

	(prijevod od MCOM – Modern Communications Operating Model[8] komunikatori u institucijama BiH će biti u stanju da efikasno komuniciraju o procesu evropskih integracija u BiH i budu u stanju da izvještavaju o mjerljivim komunikacijskim efektima na godišnjem nivou.	do političkog.	što boljeg razumijevanja u procesu koji je po svojoj prirodi sve konkretniji i intenzivniji.
5.	10. stranica Vremenski okvir Primjena Komunikacijske strategije počinje sticanjem kandidatskog statusa Bosne i Hercegovine. Biće detaljno razrađena godišnjim Akcionim planovima koje će usvajati Vijeće ministara BiH, a na prijedlog Direkcije, u saradnji sa institucijama BiH i ostalim akterima u procesu evropskih integracija u BiH (organizacije civilnog društva, akademska i poslovna zajednica, Delegacija Evropske unije u BiH, ostali bilateralni partneri). Strategija može biti evaluirana i revidirana u skladu sa potrebama procesa pristupanja EU.	5.a) Uskladiti Vremenski okvir na stranici 10 u skladu s preporukom o njenom trajanju od predaje odgovora na Upitnik EK, u skladu s Komentarom 1. 5.b) Umjesto “Strategija može biti evaluirana i revidirana” napisati “Strategija će biti evaluirana i revidirana jednom godišnje”	5.a) Vidjeti Obrazloženje 1. 5.b) Komentari I preporuke uključuju uvođenje godišnje evaluacije I revizije aktuelnosti I adekvatnosti dokumenta, kao njenu provodivost. Također, ovi komentari uključuju I preporuku za godišnju evaluaciju multiplikatora, te adekvatnost I provodivost predviđene metodologije za praćenje I mjerenje.

[8] Principi koje koriste komunikatori u službi za komunikacije Vlade Velike Britanije u sprovođenju svojih komunikacijskih aktivnosti: razvoj vještina strateškog komunikacijskog planiranja, u potreba klasičnih i online medija, provođenje kampanja i interna komunikacija - Government Communications Plan 2017/2018.

6.	12. stranica Jezik I poruke Komuniciranje o procesu evropskih integracija Bosne I Hercegovine se zasniva na realnom I odmjerenom nastupu. Obaveze I izazovi pred kojima se nalazi BiH kao I prava I koristi koje država može imati napretkom u procesu pristupanja će biti prezentirani jezikom koji je primjeren I razumljiv javnosti kojoj se obraća uz upotrebu ujednačene terminologije. Glavna poruka u komuniciranju o procesu evropskih integracija je: PRISTUPANJE BOSNE I HERCEGOVINE EVROPSKOJ UNIJI JE ŠANSA JE ZA UNAPREĐENJE KVALITETA ŽIVOTA SVIH GRAĐANA U BIH. Ova poruka će biti inkorporirana u svaku komunikacijsku aktivnost u procesu pristupanja te prihvaćena I korištena od svih nosilaca aktivnosti, ali I partnera u provođenju ove Strategije. Poruke namijenjene specifičnim ciljnim javnostima će biti prilagođene I precizirane godišnjim akcionim planovima, ovisno o fazama procesa pristupanja I potrebama komuniciranja tog procesa.	6.a) Sugeriše se da se uz glavnu poruku definišu i pomoćne/stubne poruke.	6.a) Budući da je osnovni smjer dokumenta i njegova dodata vrijednost u odnosu na Strategiju iz 2009. Premještanje „s opšteg pristupa na različite pristupe svakoj ciljnoj grupi sa specifični temama“ bilo bi dobro definisati nekoliko pomoćnih/stubnih poruka koje bi podržale plasiranje i relevantnost glavne poruke, po uzoru na najnoviji strateški dokument donesen u Crnoj Gori[9].

[9] Strategija informisanja javnosti o pristupanju Crne Gore EU 2014–2018, stranica 21 - http://www.mep.gov.me/ministarstvo

7.	13. stranica Ciljne javnosti Pridruživanje i članstvo u Evropskoj uniji zahtijeva aktivno učešće i podršku svih segmenata društva, počevši od civilnog društva, akademske i poslovne zajednice, medija, mladih i dr. Komunikacijska strategija iz 2009. Godine precizira ključne ciljne javnosti (grupe) za komuniciranje i informisanje o pitanjima pristupanja EU kao što slijedi: donosioci i provodioci odluka multiplikatori mišljenja i cjelokupno društvo. S druge strane, ova Komunikacijska strategija, s obzirom na promjenu težišta i pristupa, definira sljedeće ciljne javnosti: državni službenici u institucijama BiH, naročito oni zaduženi za komunikacije, odnose s javnošću i evropske integracije multiplikatori mišljenja: • donosioci odluka[10] • državni službenici na ostalim nivoima vlasti u BiH[11], naročito oni zaduženi za komunikacije, odnose s javnošću i evropske	7.a) Lista multiplikatora treba uključiti nevladine organizacije koje se bave procesom evropskih integracija.	7.a) Nevladine organizacije koje se bave evropskim integracijama su vrlo jak multiplikator i ciljna javnost koja se ne smiije zanemariti.

[10] Primarno rukovodioci institucija BiH

[11] Sa aspekta provedbe ove Strategije, ova ciljna javnost se posmatra kao multiplikator mišljenja, s tim da će poruke adresirane ovoj javnosti biti iste su kao i za državne službenike u institucijama BiH.

	integracie • mediji • poslovna zajednica • akademska zajednica • mladi opšta javnost[12]		
8.	16 stranica Poslovna zajednica U smislu realizacije ove Strategije, pod poslovnom zajednicom podrazumijevaju se privredni subjekti u privatnom i javnom vlasništvu, privredne komore, privredna udruženja – udruženja proizvođača kao i udruženja poslodavaca. Imajući u vidu činjenicu da će ispunjavanjem kriterija za članstvo doći do velikih promjena u sferi poslovanja, ključne komunikacijske teme 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.	8.a) Istaknuti dio koji ukazuje na to da je dokument u formi nacrta dat na konsultacije bez inkorporiranja dijela koji se odnosi na organizacije civilnog društva i akademske zajednice, ukazuje na preuranjeno slanje ove verzije Strategije u proces opštih konsultacija.	8.a) I organizacije civilnog društva i akademske zajednice su iznimno bitni multiplikatori, te je jako važno kako će taj dio teksta Strategije izgledati. Cijeneći želju za dodatnim direktnim konsultacijama s gore navedenim grupama subjekata, ipak smatramo preuranjenim upućivanje dokumenta bez ovih jako važnih komponenti na komentarisanje.

[12] Ova ciljna javnost će biti direktni recipijent svih komunikacijskih aktivnosti institucija u BiH, ali i indirektni recipijent poruka koje će prenijeti multiplikatori mišljenja u svom svalk svakodnevnom djelovanju a u kontekstu
svakodnevnom djelovanju a u kontekstu integrisanja u EU.

	Dodatno, u odvojenim komunikacijskim procesima potrebno je ukazivati na potrebu stalnog unapređenja procesa dvosmjerne komunikacije između vlasti i poslovne zajednice, te potrebe olakšavanja „4 slobode“, posebno u domenima slobode kretanja roba, usluga i poslovnog nasta njivanja. Predlaže se set ključnih poruka: - Poslovna zajednica treba jasno artikulisati svoje potrebe kroz proces pristupanja i prilagodbi. - (P)ostanimo konkurentni na tržištu EU - Poslovni subjekti su nositelji ekonomskog razvoja koji je šansa za unaprjeđenje života građana BiH - Osnažimo domaću proizvodnju kako bi (p)ostali konkurentni na domaćem tržištu (Dio koji se odnosi na organizacije civilnog društva i predstavnike akademske zajednice će biti naknadno elaboriran nakon održanih javnih konsultacija sa ovim javnostima.) Za sve ostale ciljne grupe posebne poruke će biti definirane u skladu sa potrebama procesa u okviru godišnjih akcionih planova.		

9.	21 stranica Praćenje i mjerenje Najnoviji trendovi u oblasti praćenja i Mjerenja komunikacijskih aktivnosti se zasnivaju na Barcelona principima 2.0 koji prije svega podrazumijevaju[13]: ✓ postavljanje jasno definiranih, mjerljivih i transparetnih ciljeva radi mjerenja koje je temelj komunikacije i odnosa s javnošću; ✓ mjerenje komunikacijskih učinaka (outcomes), a ne samo rezultata (output); ✓ napuštanje AVE (Advertising Value Equivalency) vrednovanja komunikacije; ✓ inkorporiranje mjerenja izvedbe aktivnosti na društvenim mrežama i online nalozima i ✓ kvalitativne i kvantitavne metode mjerenja. Dakle, praćenje i mjerenje učinkovitosti u provođenju komunikacijskih aktivnosti je itekako bitno i to je proces koji podrazumijeva korištenje raznih metoda i pokazatelja mjerenja poput terenskih istraživanja, istraživanja javnog mnijenja, fokus grupe, metode posmatranja, praćenja medijskih objava i sl., a sve radi	9.a) Za razliku od strateškog dokumenta iz 2009. godine[15], Nacrt Strategije u posebnom poglavlju predviđa primjenu novih trendova koji se zasnivaju na Barselona principima. Iako raduju ova rješenja kao i sistemsko praćenje I mjerenje koje je predviđeno ovim dokumentom, sugeriše se njegova evaluacija i revizija minimalno svake dvije godine. 9.b) Uz godišnje CATI istraživanje javnog mnijenja, treba predvidjeti i nuđenje i jasne i sveobuhvatne analize ključnih nalaza, uz kontekstualizaciju koja se sada ne praktikuje.	9.a) Pri metodološkoj razradi mogu se predvidjeti mjerenja koja može biti teško ili nemoguće provesti u praksi na adekvatan i sporednim faktorima nekontaminiran način. Treba stoga dozvoliti primjenu ovog strateškog dokumenta da ima periodičnu evaluaciju metodlogija za praćenje i mjerenje, kako bi rezultati što vjernije prikazivali stvarno stanje i nivo učinkovitosti. 9.b) CATI je telefonski posredovano istraživanje koje se obično provodi u jednoj sedmici na otprilike 1.200 stanovnika. Odgovori mogu biti uslovljeni akutnim iritacijama zbilje koja se odvija u tom vremenski zgusnutom periodu u kojem se anketa obavlja. Stoga, ne bi bilo loše obezbijediti analizu ključnih nalaza koji obično stoje na početku CATI istraživanja i ponuditi adekvatnu kontekstualizaciju.

[13] https ://amecorg.com/

[15] Dokument dostupan na: http://www.ads.gov.ba/v2/index.php?option=com_content&view=article&id=2295%3Akomunikacijska-strategija-za-informiranje-javnosti-o-procesu-pristupanja-bosne-i-hercegovine-evropskoj-uniji&catid=56%3Aosnove-evropskih-integracija&Itemid=179&lang=en

	dobivanja vrijednih podataka koji se mogu iskoristiti prilikom budućih kampanja, istraživanja, planiranja i evaluacija. U tom smislu praćenje i mjerenje realizacije Strategije, odnosno godišnjih AP će se vršiti sistemski uz primjenu navedenih principa, a ovaj proces će koordinirati Direkcija putem unutrašnje organizacione jedinice, zadužene za komunikaciju, u saradnji sa institucijama BiH involviranim u realizaciju komunikacijskih aktivnosti prilikom izrade godišnjih akcionih planova[14]. Slijedeće metode i mjerljivi indikatori će biti korišteni prilikom praćenja i mjerenja realizacije godišnjih akcionih planova: ◊provođenje godišnjeg CATI istraživanja javnog mnijenja o procesu evropskih integracija u BiH ◊organizacija polugodišnjih fokus grupa kao metoda kvalitativnih istraživanja sa ciljnim javnostima ◊ kvantitativna i kvalitativna analiza medijskih objava o procesu evropskih integracija u BiH ◊ statistika interakcije korisnika i aktivnosti na službenim internet stranicama institucija BiH		

[14] Matrica akcionog plana je data u prilogu ove Strategije.

10.	23. stranica Zaključak Komunikacijska strategija o pristupanju Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji – od kandidatskog statusa do članstva daje okvir za provođenje zajedničkih komunikacijskih aktivnosti institucija BiH. Njena uspješna primjena, uz izgradnju svrsishodnog sistema komuniciranja, omogućiti će bolje razumijevanje procesa evropskih integracija radi osiguranja podrške javnosti procesu pristupanju Bosne i Hercegovine Evropskoj uniji. Samo zajedničkim i sinhronizovanim djelovanjem institucija BiH je moguća uspješna primjena ove Strategije. Strategija će biće detaljnije razrađena i realizirana u godišnjim akcionim planovima, u skladu sa matricom koja je sastavni dio ovog dokumenta.	10.a) U prvoj rečenici Zaključka izmijeniti posljednji dio da glasi: „institucija u BiH“. 10.b) Poput uvodnog, i zaključni dio Strategije trebaju uključiti obavezu pravovremenog usklađivanja sa strateškim komunikacijskim dokumentima, posebno onim Vijeća ministara BiH. 10.c) U Zaključak, pored godišnje razrade putem akcionih planova, treba uključiti i godišnju procjenu efektnosti i godišnju analizu relevantnosti inicijalne liste za Strategiju relevantnih aktera.	10.a) Ovu izmjenu predlažemo potpuno svjesni činjenice se radi o dokumentu Vijeća ministara BiH, kako bi sugerisali da bi bilo korisno ostaviti prostor institucijama s drugih nivoa vlasti da postupaju u skladu sa Strategijom u koordinaciji sa Direkcijom za evropske integracije, kako se bh. javnosti i EU ne bi slale disonantne, neusklađene i netačne poruke. Također, ova formulacija omogućava i organizacijama civilnog društva (OCD), a posebno medijima i akademskoj zajednici, da bolje razumiju i svoje djelovanje orijentišu i usklade sa osnovnim strateškim opredjeljenjima ovog dokumenta. Također, promjena ove formulacije bi otvorila i potcrtala izjavu iz Zaključka o zajedničkom i sinhronizovanom radu kao ključu uspjeha ove strategije. 10.b) Trenutno, Vijeće ministara BiH ima Revidiranu strategiju komuniciranja koja važi za period 2016.-2018. Sve relevantne važeće strategije, kao i sve buduće koje se budu usvajale u periodu do članstva BiH u EU moraju se periodično usklađivati. 10.c) Vijeće ministara BiH je kreira ovaj dokument s ambicijom da jako dugo traje i pokriva različite stadije procesa evropskih integracija. Stoga bi bilo vrlo korisno otvoriti mogućnost za periodične kontrole efikasnosti ovog dokumenta, kao i ustanovljavati relevantnost i aktuelnost subjekata uključenih u proces.

		10.d) Dodati u Zaključku da će se pri izradi godišnjih akcionih planova i mjerenju efikasnosti voditi potrebna pažnja o ugrađivanju principa rodne ravnopravnosti.	10.d) Ovaj komentar je u skladu sa dobrim evropskim praksama, ali i važećim zakonskim odredbama koje tretiraju oblast rodne ravnopravnosti u donošenju i implementaciji odluka relevantnih za državu i društvo.

O INICIJATIVI:

Inicijativa za monitoring evropskih integracija Bosne i Hercegovine je neformalna koalicija četrdest organizacija civilnog društva koja doprinosi praćenju reformi i nadgleda primjenu politika, prava i standarda Evropske unije, fokusirajući se na pitanja demokratizacije, vladavine prava, te ljudskih i manjinskih prava.

Saznajte više o Inicijativi na: http://eu-monitoring.ba/o-inicijativi/

Aktivne članice su:
Asocijacija za demokratske inicijative, Sarajevo
BH novinari, Sarajevo BIRN BiH, Sarajevo
BIRN BiH, Sarajevo
Centar za istraživačko novinarstvo, Sarajevo
Centar za mlade Kvart, Prijedor
Centar za političke studije, Sarajevo
Centar za promociju civilnog društva, Sarajevo
Fondacija Cure, Sarajevo
Fondacija 787, Sarajevo Forum ZFD BiH
Forum ZDF, Sarajevo
Helsinški parlament građana, Banja Luka
Hope and Homes for Children
Inicijativa mladih za ljudska prava, Sarajevo
Udruženje Kali Sara Sarajevo,
MyRight - Empowers People with Disabilities, Sarajevo
Oštra nula, Banja Luka
Transparency International, Banja Luka/Sarajevo
TRIAL International, Sarajevo
Sarajevski otvoreni centar
Udruženje tranzicijska pravda, odgovornost i sjećanje, Sarajevo
Vaša prava BiH Zašto ne, Sarajevo
Zašto ne, Sarajevo
Zemlja djece, Tuzla
Žene ženama, Sarajevo

Inicijativu koordinira:
Sarajevski otvoreni centar
info@eu-monitoring.ba

Inicijativu podržavaju: ACIPS, Sarajevo; Asocijacija studenata Pravnog fakulteta Univerziteta u Tuzli; Banjalučko udruženje kvir aktivista (BUKA), Banja Luka; Centar za socio-ekološki razvoj, Banja Luka; Centar za ljudska prava Univerziteta u Sarajevu; Crvena, Sarajevo; Evropski istraživački centar, Sarajevo; Green Council, Sarajevo; Infohouse, Sarajevo; OKC Abrašević, Mostar; Perpetuum Mobile, Banja Luka; Udruženje PEKS, Živinice; Vesta, Tuzla; Vanjskopolitička inicijativa BiH, Sarajevo; Zeleni Neretva, Konjic