



Crna Gora  
Vlada Crne Gore  
Generalni sekretarijat  
BR. 02-039/23-3634

Adresa: Karadžićeva bb  
81000 Podgorica, Crna Gora  
tel: +382 20 482 814  
fax: +382 20 224 138  
www.gsv.gov.me

## IZVJEŠTAJ O SPROVEDENOJ JAVNOJ RASPRAVI

### O Nacrtu Strategije informisanja javnosti o pristupanju Crne Gore Evropskoj uniji 2023 – 2026. godina

**Vrijeme trajanja javne rasprave:** Javna rasprava je trajala od 15. juna do 15. jula 2023. godine

#### **Način sprovođenja javne rasprave:**

- Dostavljanje primjedbi, predloga i sugestija u pisanom ili elektronskom obliku
- Organizovanje sastanaka (11. jul 2023. godine – Ministarstvo evropskih poslova)

Ovlašćena predstavnik Generalnog sekretarijata koja je učestvovala u javnoj raspravi:  
Nada Vojvodić, pomoćnica generalnog sekretara Vlade

Podaci o broju i strukturi učesnika u javnoj raspravi:

U toku trajanja javne rasprave dostavljene su primjedbe – ukupno 6 (šest) učesnika:  
NVO Centar za ženska prava, Amela Kalender, spoljna saradnica u Opštini Rožaje; Iva Pavlović, Opština Budva, Lejla Đoković, Opština Tuzi, Danijela Iasica, TV Vijesti i Radomir Petrić, Portal Feral.bar.

Dostavljene primjedbe, predlozi i sugestije, sa navedenim razlozima njihovog prihvatanja, odnosno neprihvatanja:

#### **1. NVO Centar za ženska prava**

**Primjedba/predlog/sugestija 1: Istaknuti imena članova članica Radne grupe koja je pripremala Strategiju**

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Pohvaljujemo pristup izradi Strategije u kojem se vodilo računa o isticanju polne strukture članstva nadležne Radne grupe. Da bi proces izrade bio još transparentniji, predlažemo da se istaknu i imena angažovanih u Radnoj grupi, čime bismo vidjeli da li je angažovan i neko sa ekspertizom u oblasti rodne ravnopravnosti. Ova sugestija je utemeljena u prvom od devet indikatora Instrumenta/standardizovanih uputstava za procjenu orodnjenosti strategija i zakona.

**Predlog se prihvata.**

**Obrazloženje:** Isticanje imena članova i članica Radne grupe je praksa koja je uspostavljena tokom pripreme prethodnih strategija informisanja javnosti o pristupanju Crne Gore EU, pa će u skladu s tim i ovaj dokument na kraju sadržati listu učesnika/ca u njegovoj izradi.

**Primjedba/predlog/sugestija 2: Dosljedno koristiti rodno senzitivni jezik**

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 2:** Pohvaljujemo upotrebu rodno senzitivnog jezika u najvećem dijelu dokumenta, te skrećemo pažnju da je takav pristup potrebno dosljedno pratiti i u onim poglavljima koja se odnose na "Lekcije koje smo naučili" te u tabelarnim prikazima PESTLE i SWOT analize.

**Predlog se prihvata.**

**Obrazloženje:** Nenamjerno je izostavljena upotreba rodno senzitivnog jezika u segmentima Strategije koji se odnose na "Lekcije koje smo naučili", u tabelarnim prikazima PESTLE i SWOT analize.

**Primjedba/predlog/sugestija 3: Uključiti rodno disagregirane podatke uz prateće analize gdje god je to moguće**

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 3:** Smatramo izuzetno važnim što je ponudjeni Nacrt strategije dizajniran na osnovu sprovedenih kvantitativnih i kvalitativnih istraživanja. Po pitanju strukture ispitanika, napravljena je klasifikacija na tri starosne grupe i poseban fokus je stavljen na mlade. To i dalje ne znači da su ispitanici/ce homogena kategorija te da njihova rodna "uslovljenost" ne oblikuje i njihove stavove, pa i po pitanju EU. Stoga, ukoliko želimo suštinski uspješnu komunikaciju u skladu sa strateškim ciljem dokumenta, onda ciljne grupe sa kojima komuniciramo moramo sagledavati u svojoj njihovoj različitosti, uzrokovanoj pripadnošću odredjenom polu i rodu, ali i geografskom odrednicom, pristupu resursima itd.

Na primjer, kada se ekonomske slobode uzimaju u obzir, kriterijumi po kojima se u dokumentu odredjuje kategorija "Ranjive grupe" su "nezaposleni" i "osobe u stanju socijalne potrebe". Dostupna istraživanja ukazuju da obje kategorije imaju snažnu rodnu dimenziju. Na primjer, prema MONSTAT-u1, na tržištu je ranije zaposlenih žena 46,1% od muškaraca 53,9%. Ako govorimo o "socijalno ugroženim kategorijama", ukrštanjem dostupnih podataka opet se dolazi do činjenice da su žene u jednoroditeljskim porodicama sa jednim ili više djece višestruko ugrožena grupa. U 2021. godini, najvišu stopu rizika od siromaštva imaju osobe u domaćinstvima koja se sastoje od jedne odrasle osobe s najmanje jednim izdržavanim djetetom (47,4%) i djece do 18 godina (30,5%). Kad se ovi podaci povežu sa zvaničnim godišnjim podacima o broju razvoda koji uključuju izdržavanu djecu (57% u 2021.) te o procentu razvoda u kojima su djeca



povjerena majkama (75,1%), očevima (10,7%) i oba roditelja (11,9%)<sup>2</sup>, jasno je da rizik od siromaštva nerazmjerno više pogađa ženska domaćinstva s izdržavanom djecom nego što je to vidljivo iz službenih izjava o siromaštvu i životnim uslovima. Ovaj argument dodatno pojačavaju podaci o velikom broju očeva koji ne plaćaju alimentaciju.

Ovim primjerom želimo da istaknemo da stanovništvo sa kojim se komunicira ima heterogene potrebe i da su one različite za žene i muškarce te ostale pripadnike/ce marginalizovanih grupa. Ukoliko bi se dodatno obradili dostupni podaci iz istraživanja agencije De Facto Consulting, na primjer, u odnosu na teme koje interesuju dominantno žene i muškarce, umjesto da se uzorak ispitanika/ca uzima kao homogena grupa, mogli bismo da sagledamo i trendove onoga što jedni i drugi stavljaju kao predmet svog interesovanja. Vjerujemo da bi u tom slučaju poruke bile specifično osmišljene i imale snažniji efekat.

U nastavku dajemo svoje predloge kako pristupiti strateškom planiranju buduće komunikacije, a koja će zaista doprinijeti zaključku da "fali interesantnih, „personalizovanih" informacija o Evropskoj uniji i pristupanju kroz koje će (ispitanici) prepoznati svoja interesovanja." (Vidjeti i preporuku broj 6).

Za potrebe rodne analize Nacrta crnogorske medijske strategije, na koju se u dokumentu referiše nekoliko puta, dosli smo i do podataka da preko 80% žena i muškaraca u Crnoj Gori koristi i ima pristup internetu, s tim što nam nedostaju pokazatelji o polu i starosnoj dobi grupacije koja dominantno koristi internet. Sa druge strane, Strategija digitalne transformacije 2022-20265 na nivou svojih operativnih ciljeva predviđa potrebu smanjenja digitalnog jaz i unaprijeđenje digitalnih vještina za osjetljive grupe građana kroz prilagođavanje obuka ciljnim grupama, među kojima su starije žene, pogotovo one iz ruralnih područja. Povezivanjem dostupnih podataka zaključićemo da su starije žene i one koje žive van urbanih gradskih područja i u ruralnim krajevima, u većem riziku da budu digitalno nepismene. Zbog toga su manje podložne uticaju digitalnih medija, portala, društvenih mreža i imaju slabiji pristup informacijama. Uvažavanje ovih podataka može biti korisno sa aspekta prepoznavanja specifičnosti ovih grupa, a da bi se predvidjeli prilagodjeni kanali za komuniciranje benefita od članstva u EU. Ovu konstataciju podržava i činjenica koja se iznosi u Nacrtu predložene strategije o smanjenju iskoristenosti IPARD programa podrške, gdje su upravo ove žene jedna od ciljnih grupa. Pretpostavljamo da se informacije o ovim programima "izgube" na putu do njih.

Kada je u pitanju televizija, 98,9% domaćinstava u Crnoj Gori ima pristup. U obzir treba uzeti i podatak da je 134,5 hiljada žena neaktivno na tržištu rada, od čega je 69,8 hiljada žena starosne dobi od 65 do 89 godina. Ako podjemo od pretpostavke da one svoje vrijeme dominantno provode u kući, smatramo da je ova grupa ujedno i najizloženija uticaju televizije i medijskih sadržaja. Pored toga, 15,5 hiljada žena je nezaposleno, pa imamo 151 hiljadu žena i 24% od ukupnog broja stanovnika koje svoje vrijeme provode van plaćenog rada. Ovakve i slične podatke bi bilo korisno uključiti u onaj dio dokumenta koji se bavi analizom i popularnošću medija.



Isključivanje rodne dimenzije iz podataka i kvalitativnih analiza prijeti da ostavi dokument rodno neutralnim, a prema tome i buduću komunikaciju lišenu sadržaja koji se stvarno tiču i koji interesuju građane i građanke Crne Gore.

#### **Predlog se prihvata.**

**Obrazloženje:** Podaci koje je NVO Centar za ženska prava dostavio i na koje je ukazao veoma su korisni, kako u dijelu analize stanja, tako i u odjeljcima koji se odnose na ciljne grupe i kanale komuniciranja.

#### **Primjedba/predlog/sugestija 4: Preciznije definisati način saradnje sa NVO u poglavlju koje se odnosi na ulogu multiplikatora/ki i partnera/ki**

Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 4: Izuzetno je korisno što je NVO sektor prepoznat kao važan učesnik u strategiji komuniciranja o pristupanju EU. Uz to pozdravljamo i preporuku da se formira jedinstvena baza projekata koji su finansirani iz fondova EU. Ovdje je važno da se jasnije predvidi način na koji će se saradivati sa nevladinim organizacijama koje implementiraju EU projekte, a jedan od mogućih je kroz uspostavljanje strukturog dijaloga jednom u tri ili četiri mjeseca. U tom slučaju trebalo bi predvidjeti i ko je nadležan za koordinaciju komunikacije. Ekspertiza koju smo stekli radeći na unaprijedjenju rodne ravnopravnosti u procesu pristupanja EU, kroz istoimeni regionalni projekat podržan od strane EU i Švedske razvojne agencije, izuzetno je važna za sadržajnu komunikaciju koja će jasnije približiti građanima i građankama benefite članstva za ženska ljudska prava u zemlji. Vjerujemo da je sličan slučaj i sa drugim nevladinim organizacijama koje se bave EU integracijama sa drugih aspekata. Ova preporuka direktno doprinosi najavljenoj inicijativi iz EU o grupisanju individualnih projekata u jedan veliki komunikacioni projekat.

#### **Predlog se djelimično prihvata.**

**Obrazloženje:** Imajući u vidu značajnu ulogu nevladinih organizacija u komuniciranju procesa evropske integracije, ovaj segment Strategije će biti razrađen konkretnim oblicima saradnje. Takođe, polazeći od činjenice da veliki broj NVO-a ima iskustvo u implementaciji EU projekata, kao i da mnoge projekte sprovode u saradnji sa državnim institucijama i lokalnim samoupravama, Operativno tijelo će prilikom pripreme godišnjih akcionih planova osmisliti načine za zajedničku promociju i povećanje vidljivosti odabranih projekata kroz međuresornu i saradnju sa NVO-ima i lokalnim samoupravama, a sve u cilju bolje koordinacije i maksimiziranja efekata na ovom polju.

#### **Primjedba/predlog/sugestija 5: Uvrstiti rodnu ravnopravnost medju vrijednosti EU u poglavlju koje se bavi sadržajem, formom i stilom komunikacije**

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 5:** Rodna ravnopravnost jedna je od glavnih vrijednosti EU-a, temeljno pravo i jedno od glavnih načela evropskog stuba socijalnih prava.



### **Predlog se prihvata.**

**Obrazloženje:** Imajući u vidu značaj rodne ravnopravnosti kao jedne od glavnih vrijednosti EU, ista će biti uključena u dio „Akcentat na vrijednostima.

**Primjedba/predlog/sugestija 6: Proširiti pomoćne poruke u ključnoj poruci 2: Crna Gora dijeli evropske vrijednosti i želi da postane dio Evropske unije koja je zasnovana na tim vrijednostima**

-Članstvom u EU umanjuju se razlike u zapošljavanju, platama, penzijama, donošenju odluka između muškaraca i žena;

-Članstvo u EU doprinosi bezbjednosti ranjivih grupa, utiče na iskorjenjivanje rodno zasnovanog nasilja i efikasnu podršku žrtvama.

### **Predlog se odbija.**

**Obrazloženje:** Strategija informisanja postavlja okvir i definiše smjernice za efikasno komuniciranje evropske integracije Crne Gore. Prva poruka je isuviše specifična i orijentisana na određene politike čijim stavljanjem u prvi plan se potiskuju drugi aspekti kvaliteta života.

Što se tiče druge poruke, EU doprinosi puno toga i to se odražava na javne politike. Ulazeći u detalje, dolazimo u rizik da nekoga ili nešto izostavimo što nije cilj ove Strategije.

**Primjedba/predlog/sugestija 7: U saradnji sa Delegacijom EU razmotiti opravdanost da se CLIP - Country Level Implementation Plan aneksira uz strategiju**

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 7:** Delegacija EU je 2021. izradila CLIP

- kao instrument koordinisanog političkog dijaloga sa svim zainteresovanim akterima u zemlji (ambasade država članica, državne institucije, privredni sektor, NVO...) i dokument kojim se operacionalizuje dalja implementacija Akcionog plana za rodnu ravnopravnost - GAP 111, programiranog u cilju ostvarivanja rodne ravnopravnosti u okviru IPA III finansijskog paketa. U ovom trenutku proces revizije CLIP-a je otvoren, dok se revidirana finalna verzija očekuje početkom narednog kvartala ove godine. U CLIP-u su istaknute tematske cjeline kojima će EU dati prioritet u cilju postizanja veće vidljivosti svih direktnih i posrednih aktivosti/projekata koje se preduzimaju na planu unaprijedjenja rodne ravnopravnosti. Paralelno, razvijen je plan komuniciranja o ovim procesima i rezultatima. Reference na CLIP važna su dopuna sadržaju Nacrta strategije informisanja o procesima pristupanja Crne Gore EU, zbog čega bi ga trebalo aneksirati u finalnoj verziji i referisati na njega u analizi stanja, a potom i u izradi akcionih planova za implementaciju strategije, uz prethodnu saglasnost Delegacije EU.



**Predlog se prihvata.**

**Obrazloženje:** U odjeljku koji se bavi analizom stanja referisaćemo na CLIP.

## **2. Amela Kovačević Kalender, spoljna saradnica u Opštini Rožaje**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** U dijelu Informisanje i razumijevanje na strani 12 (i nekom drugom ukoliko se prepliće tema) istaći značaj lokalnog konteksta u kreiranju posebnih načina komuniciranja adekvatnih poruka i uzeti lokalne kontekste u obzir pri kreiranju poruka, strategija informisanja i kanala komunikacije.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Iako je CG zemlja sa manjim brojem stanovnika i jednostavnom teritorijalnom i administrativnom organizacijom, na lokalnom nivou zajednice funkcionisu na svoj karakteristican način. Zato je potrebno uzeti u obzir lokalne kontekste svih opština u odnosu na evropske integracije u procesima informisanja i približavanjima EU integracija stanovnistvu i strucnim zajednicama.

**Predlog se prihvata.**

**Obrazloženje:** Imajući u vidu specifičnosti funkcionisanja lokalnih samouprava, kao i koristima i izazovima koje imaju od procesa pristupanja i budućeg članstva, neophodno je prilikom komuniciranja evropske integracije uzeti u obzir lokalne kontekste.

**Primjedba/predlog/sugestija 2:** u toku kreiranja godisnjih akcionih planova uraditi dijaloge u zajednici na temu: Analiza problema i rjesenja u opštini X vezano za evropske integracije. Na dijaloge pozvati sve relevantne institucije i organizacije (lokalne uprave, skupstinu opštine, uprave svih skola, Odjeljenje bezbjednosti, Dom zdravlja, Centar za socijalni rad, civilni sector...). Ovome naci mjesto u samoj Strategiji, mozda u djelovima: Informisanje i razumijevanje i Pregovaračka struktura i koordinacija procesa pregovora.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 2:** Kako bi se analizirali problemi i potencijalna rjesenja za njih na lokalnom nivou i istakla pravna odgovornost svih uprava na nivou lokalnih institucija i organizacija, potrebno je stvoriti uslove za otvoren dijalog, čije rezultate treba u potpunosti iskoristiti za unapredjenje procesa informisanja javnosti o EU.

**Predlog se prihvata.**

**Obrazloženje:** Imajući u vidu da je četvrti operativni cilj Strategije -Obrazovni sistem i lokalne samouprave su promoteri EU vrijednosti, te imajući u vidu lokalne kontekste u procesu evropske integracije i njihov značaj i uticaj na kvalitet informisanja i dijaloga o evropskoj integraciji, Strategija će preporučiti da se inteziviraju dijalozi sa zainteresovanim stranama u lokalnim zajednicama na temu izazova i koristi od članstva u EU kroz organizovanje sastanaka, fokus grupa, strucnih rasprava i sl.



### 3. Iva Pavlović, Opština Budva

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** Imajući u vidu značaj uloge lokalnih samouprava u procesu evropske integracije, neophodno je komuniciranje sa dominantno nacionalnog, izmjestiti na lokalni nivo i približiti članstvo u EU lokalnom stanovništvu, kroz saradnju i objedinjavanje aktivnosti između lokalnih i državnih institucija.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Građani i građanke na lokalnom nivo jako malo poznaju proces evropske integracije, a informacije koje im se plasiraju su apstraktne i strane. Nedostaju adekvatne kampanje, a u javnosti nema narativa protiv pristupanja EU niti kvalitetnog ukrštanja argumenata za i protiv članstva u Uniji. EU projekti na lokalnom nivou su loše predstavljeni i većina komunikacionih aktivnosti se odvija na nacionalnom nivou i u Glavnom gradu.

**Predlog se prihvata.**

**Obrazloženje:** Ovaj predlog je već dio Strategije, ali će biti dodatno argumentovan.

### 4. Lejla Đoković, Opština Tuzi

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** Neophodno je kroz primjenu Strategije informisanja obezbijediti edukaciju rukovodilaca opština o procesu pristupanja EU i raditi na obilježavanju važnih datuma Evropske unije.

**Predlog se prihvata.**

**Obrazloženje:** Strategijom je ukazano na potrebu edukacije, kako donosilaca odluka, tako i službenika na nacionalnom i lokalnom novou zaduženih za komuniciranje procesa evropske integracije (interni nivo komunikacije. Takođe, kroz Akcione planove, svi partneri u komuniciranju EU procesa rade na obilježavanju značajnih EU datuma.

### 5. Danijela Lasica, TV Vijesti

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** Potrebno je EU teme personalizovati, kroz konkretne priče o pojedincima koji su iskoristili neke od mogućnosti koje pružaju EU projekti i na taj način unaprijedili kvalitet svog života ili se profesionalno ostvarili.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Sva istraživanja pokazuju da su građani/ke najviše zainteresovani za to i kako evropske integracije utiču konkretno na njih. Zato je posebno važno dati prioritet projektima koji imaju jasan efekat na svakodnevni život građana i građanki.

**Predlog se prihvata.**

**Obrazloženje:** Iskustvo iz primjene ranijih strategija komuniciranja EU tema, kao i rezultati istraživanja javnog mnjenja, pokazuju da građane proces pristupanja najviše zanima sa njegovog uticaja na svakodnevni život ljudi prenesen kroz vizuelno interesantne ljudske priče koje prenose poruku i emituju emociju.

**6. Radomir Petrić, Portal Feral. Bar**

**Primjedba/predlog/sugestija 1:** S ciljem približavanja EU tema građanima na lokalnom nivou, neophodno je osnažiti saradnju sa lokalnim medijima.

**Obrazloženje primjedbe/predloga/sugestije 1:** Lokalni mediji imaju svoju publiku, a zapostavljeni su kad je u pitanju komuniciranje EU tema, posebno u pogledu odabira tema i raspoloživosti sagovornika koji bi govorili za lokalne medije.

**Predlog se prihvata.**

U Strategiji će se naglasiti značaj saradnje sa lokalnim medijima, što će se konkretizovati kroz godišnje akcione planove implementacije.

Mjesto i datum sačinjavanja izvještaja: **Podgorica, 17. jul 2023. godine.**

Naziv organizacione jedinice Generalnog sekretarijata Vlade koja je odgovorna za pripremu Nacrta strategije:

**Sektor za informisanje javnosti o Evropskoj uniji i procesu pristupanja Evropskoj uniji.**

**GENERALNI SEKRETAR**

**Boris Marić**

