



# Komunikaciona strategija – Crna Gora članica NATO-a za period do 2020. godine

*„Uloga informacija u našoj bezbjednosti nikada nije bila važnija nego što je to sada i izazovi po NATO i njegove vrijednosti kristalno su jasni. Čeka nas veliki posao, ali na kraju, mi ćemo u tome uspjeti jer je naša priča, priča o NATO-u, bolja. Mi samo treba da je ispričamo na pravi način. Sada smo svi mi komunikatori.“*

*Mark Leiti, direktor Sektora za komunikacije  
u Vrhovnom štabu savezničkih snaga u Evropi (HQ SHAPE), 2018*

## Sadržaj

1. Uvod.....	3
2. Prioriteti Crne Gore kao članice NATO-a .....	4
2.1. Politika otvorenih vrata .....	4
2.2. NATO i Zapadni Balkan .....	4
2.3. Crna Gora i ključni ciljevi NATO-a.....	5
2.4. Žene, mir i bezbjednost i izgradnja integriteta .....	5
2.5. Hibridne prijetnje .....	5
3. Javno mnijenje – trenutno stanje .....	5
4. Naučene lekcije.....	6
5. Pravci djelovanja.....	7
5.1. Djelovanje unutar sistema državne uprave .....	7
5.2. Komunikacija sa partnerima i multiplikatorima .....	8
5.3. Komunikacija sa domaćom javnošću .....	8
5.4. Inostrana javnost.....	8
6. Vremenski okvir .....	8
7. Cilj Strategije .....	9
8. Specifični ciljevi.....	9
8.1. Ciljevi internog djelovanja i saradnje sa partnerima.....	9
8.2. Ciljevi djelovanja u komunikaciji sa domaćom javnošću.....	9
8.3. Ciljevi djelovanja prema inostranoj javnosti .....	9
9. Komunikacija.....	10
10. Ciljne javnosti.....	11
11. Kanali komunikacije .....	11
12. Nosioci aktivnosti.....	12
13. Partneri .....	12
14. Akcioni planovi.....	13
15. Praćenje i izvještavanje.....	13
16. Finansiranje.....	13

## 1. Uvod

Crna Gora je predajom instrumenata ratifikacije Vašingtonskog ugovora 5. juna 2017. godine postala 29. članica NATO-a. Time je ispunjen jedan od najvažnijih vanjskopolitičkih prioriteta Crne Gore i uspješno okončan dugogodišnji proces reformi na planu evroatlantskih integracija.

Jedno od ključnih pitanja koje je obilježilo proces pristupanja Crne Gore Sjevernoatlantskom savezu bilo je podizanje nivoa podrške javnosti članstvu što je iziskivalo potrebu informisanja javnosti o svim aspektima integracionog procesa. Kontinuirano informisanje o pitanjima relevantnim za NATO i dalje je obaveza koju Crna Gora treba da nastavi da sprovodi u skladu sa svojom novom ulogom članice Alijanse.

Ta obaveza predviđena je [Programom rada Vlade za 2018. godinu](#), kojim se precizira da će Vlada Komunikacionom strategijom „Crna Gora članica NATO-a“ za period do 2020. godine, definisati ciljeve, mjere i aktivnosti na promovisanju politikā i aktivnosti NATO-a kako u državama članicama, tako i u državama partnerima, u cilju informisanja šire javnosti o prednostima koje Crnoj Gori donosi članstvo u Alijansi.

Za razliku od kampanje sprovedene u procesu integracije u NATO, odnosno prije članstva, koja je akcenat stavljala na koristima učlanjenja u Alijansu, ova Komunikaciona strategija, s obzirom na novi politički i strateški kontekst – Crna Gora je članica NATO-a – bavi se i politikama i djelovanjem NATO-a i prioritetima i aktivnostima Crne Gore kao članice.

Komunikaciona strategija je koncipirana kao krovni strateški dokument kojim se određuju smjernice za sprovođenje komunikacionih aktivnosti čiji je glavni cilj unapređenje percepcije Crne Gore kao članice NATO-a i to kroz podizanje nivoa opšte informisanosti i razumijevanja svih aspekata članstva Crne Gore u NATO-u.

### **KOMUNIKACIONA STRATEGIJA – CRNA GORA ČLANICA NATO-A – KROVNI JE STRATEŠKI DOKUMENT**

### **GLAVNI CILJ JE UNAPREĐENJE PERCEPCIJE CRNE GORE KAO ČLANICE NATO-A**

Opredjeljenje Crne Gore da bude dio Alijanse odredilo je njenu trajnu stratešku i civilizacijsku orijentaciju. Zato se ovim dokumentom pokušalo odgovoriti na obavezu da se kroz strateško, osmišljeno i kontinuirano komuniciranje s javnošću ojača opšta društvena svijest o tome gdje je Crna Gora danas i kojem sistemu vrijednosti pripada. To bi dugoročno, između ostalog, trebalo da ima za efekat otklanjanje i korigovanje zabluda, stereotipa i kolebanja koja iz istorijskih ili drugih razloga i dalje postoje u našem društvu.

Svjesni činjenice da je dostizanje ovog ambicioznog cilja dugotrajan proces koji zahtijeva sistemski pristup, Strategija nudi model po kojem bi trebalo da bude uspostavljena struktura i dugoročno institucionalizovani sistem komunikacije tema u vezi sa NATO-m.

Prilikom izrade Strategije u obzir su uzeti nalazi istraživanja javnog mnijenja, nacionalna strateška dokumenta koja definišu politiku Crne Gore unutar NATO-a, strateška dokumenta Alijanse, uključujući Komunikacionu strategiju NATO-a za 2018. godinu i NATO-v Komunikacioni okvir za Zapadni Balkan iz 2017. godine, naučene lekcije iz prethodne kampanje za povećanje podrške javnosti za članstvo u NATO-u, kao i uporedna iskustva pojedinih država članica.

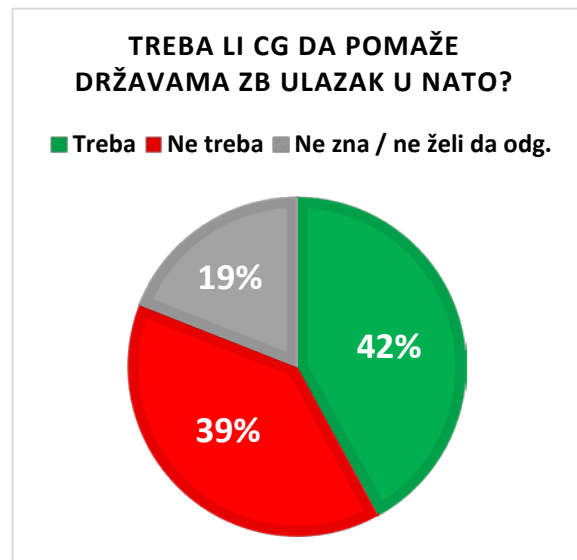
## 2. Prioriteti Crne Gore kao članice NATO-a

Crna Gora je nakon pristupanja Alijansi, identifikovala oblasti od prioritetnog nacionalnog interesa i definisala stavove koje zastupa. Na osnovu ovih prioriteta Crna Gora sprovodi politiku unutar NATO-a.

Ovi prioriteti predstavljaju polazište za kreiranje percepcije o Crnoj Gori kao članici NATO-a. Za potrebe Strategije prioriteti su poslužili kao jedan od osnovnih elemenata za definisanje specifičnih ciljeva, a biće uzeti u obzir i prilikom izrade poruka za specifične ciljne javnosti.

### 2.1. Politika otvorenih vrata

Crna Gora je kao jedan od najvažnijih prioriteta odredila podršku politici otvorenih vrata, koja se istorijski pokazala kao snažan pokretač demokratskih reformi i najbolji instrument za jačanje bezbjednosti na evroatlantskom području. Upravo kao država koja je nedavno okončala proces pristupanja, Crna Gora je u poziciji da može najbolje da sagleda sve aspekte tog procesa i podijeli svoja iskustva sa aspirantima, posebno sa državama iz regiona gdje je crnogorsko iskustvo najrelevantnije. Istovremeno, kao država koja ravnopravno učestvuje u procesu donošenja odluka u NATO-u, Crna Gora je u prilici da aktivno zastupa i promoviše politiku otvorenih vrata i da doprinese njenoj efikasnijoj implementaciji.



Crna Gora podržava dalje širenje Alijanse, s posebnim fokusom na državama aspirantima s prostora Zapadnog Balkana. Na tome je angažovana u okviru NATO-a, kroz bilateralnu političku i ekspertsku podršku, kao i kroz regionalne inicijative, kakva je npr. Američko-jadranska povelja A5.

### 2.2. NATO i Zapadni Balkan

Podrška i promocija Zapadnog Balkana unutar NATO-a drugi je od ključnih prioriteta Crne Gore.

NATO prepoznaje Zapadni Balkan kao strateški važan region za stabilnost Evrope i cijele evroatlantske zone i opredijeljen je da kroz političku i praktičnu saradnju intenzivira angažovanje u ovom regionu. Zbog toga je unapređenje strateške komunikacije, tj. javne diplomatije na Zapadnom Balkanu određeno kao jedan od važnih zadataka NATO-a, što je sadržano u NATO-vim strateškim komunikacionim dokumentima.

Imajući u vidu dugogodišnje iskustvo Crne Gore u ovoj oblasti, posebno u pogledu sprovođenja kampanje za povećanje podrške za članstvo u NATO-u, očekuje se naše aktivnije angažovanje u oblasti javne diplomatije, a posebno u državama regiona i državama aspirantima. Naročito je relevantno prenošenje naših iskustava i naučenih lekcija.

### 2.3. Crna Gora i ključni ciljevi NATO-a

Za oblasti od prioritetnog značaja Crna Gora je, kao odgovoran saveznik, odredila i teme koje su od kolektivnog interesa za Alijansu. U skladu sa tim, prilikom izrade ove Strategije uzeti su u obzir prioritete Komunikacione strategije NATO-a, kojom su date smjernice za vođenje komunikacionih aktivnosti sa preporukom da se u odgovarajućoj formi sprovede na nacionalnom nivou.

Crna Gora daje puni doprinos NATO-voj politici odvratanja i odbrane, koja je trenutno jedan od ključnih zadataka, kao i bezbjednosti na južnim granicama Alijanse, uz puno poštovanje tzv. *pristupa od 360 stepeni*.

U kontekstu projektovanja stabilnosti koje za cilj ima jačanje bezbjednosti van evroatlantskog područja, Crna Gora novčano doprinosi nizu povjerilačkih fondova za zemlje Istočne Evrope i Bliskog istoka.

U skladu sa strateškim opredjeljem da bude konstruktivan akter na međunarodnoj sceni, Crna Gora doprinosi izgradnji mira i stabilnosti na globalnom nivou kroz učešće u misijama NATO-a, kao i u misijama pod okriljem Evropske unije i Ujedinjenih nacija.

### 2.4. Žene, mir i bezbjednost i izgradnja integriteta

Imajući u vidu nacionalne prioritete koji su podudarni s politikama NATO-a, Crna Gora radi na promociji Rezolucije UN 1325 „Žene, mir i bezbjednost“ i na jačanju i promovisanju rodne ravnopravnosti i sprovođenju rodne politike u cilju očuvanja mira u svijetu.

Crna Gora nastavlja sa sprovođenjem NATO-ve politike izgradnje integriteta kao vrlo važnog područja rada za jačanje državnih institucija budući da su upravo izgradnja integriteta i prevencija korupcije neraskidivi dio dobrog upravljanja i izgradnje transparentnog i efikasnog sistema.

### 2.5. Hibridne prijetnje

Imajući u vidu promjenu geostrateškog konteksta, Crna Gora, kao jedan od prioriteta ima i stvaranje pretpostavki za odgovor na hibridne prijetnje koje su sve prisutnije u svim državama Alijanse.

## 3. Javno mnijenje – trenutno stanje

Članstvo u NATO-u tema je, potvrđuju i istraživanja, koja izaziva jaku polarizaciju unutar domaće javnosti. Takvo stanje nije se značajno promijenilo ni godinu nakon učlanjenja, što ukazuje na činjenicu da se, kada je riječ o krupnim, strateškim vanjskopolitičkim odlukama kakvo je članstvo u NATO, promjene u percepciji građana ne dešavaju brzo, već zahtijevaju kontinuiran i sistemski pristup.

NATO se u dobrom dijelu javnosti i dalje posmatra kroz istorijsku prizmu. Dominantnu većinu NATO asocira na događaje iz prošlosti. Neutralnost, tj. nesvrstavanje u vojne saveze protivnici članstva Crne Gore u NATO-u vide kao poželjnu opciju. Nema izgrađene svijesti o konkretnim koristima koje građanin ima od članstva u NATO-u, osim percepcije pojedinih segmenata društva da je na taj način ojačana bezbjednost.

U dijelu populacije koji je protiv članstva Crne Gore u NATO-u, dominiraju stavovi koji su formirani na osnovu političke profilacije, mitova, stereotipa i opštih utisaka umjesto na osnovu relevantnih činjenica.

Postoji iskrivljena slika o finansijskim troškovima koje članstvo podrazumijeva, uključujući pogrešno tumačenje izdvajanja 2% BDP-a za odbranu: većina građana smatra da se taj novac izdvaja za potrebe NATO-a.

Izražen je nedostatak informacija o širim aspektima NATO-a, kao što su civilna komponenta bezbjednosti i programi namijenjeni stručnim grupama, akademskoj zajednici i privrednicima.

Dio društva je utiska da je članstvo više interes političara nego samih građana.

Nedovoljna je svijest o uticaju koje članstvo Crne Gore u NATO-u i sam NATO uopšte imaju na stabilnost u širem, regionalnom kontekstu.

Jaka je korelacija neinformisanosti ili nedovoljne informisanosti sa negativnim stavovima.

<b>U kolikoj mjeri ste informisani o NATO-u? (raspodjela odgovora prema stavu o NATO-u)</b>					
	<b>Veoma pozitivan</b>	<b>Ugl. pozitivan</b>	<b>Ugl. negativan</b>	<b>Veoma negat.</b>	<b>Nema određeno mišljenje</b>
U potpunosti	29,6%	28,2%	0,0%	38,0%	42,0%
Uglavnom jesam	16,1%	41,0%	11,1%	25,7%	6,1%
Djelimično jesam	11,7%	23,7%	14,2%	36,1%	14,4%
Nemam gotovo nikakvih informacija	30,0%	5,0%	12,0%	44,0%	36,0%

S druge strane, evidentna je pozitivna korelacija između NATO-a i EU i percepcija da članstvo u NATO-u pomaže bržem pristupanju Evropskoj uniji.

Među slabo informisanima i onima bez stava ili među umjerenim protivnicima značajan broj čine žene i nezaposleni. Kada su u pitanju starosne kategorije, razlike gotovo da ne postoje – matrica ponašanja se procesom socijalizacije kroz porodicu i sredinu u kojoj se pojedinac kreće prenosi se na mlađe naraštaje sa starijih.

#### 4. Naučene lekcije

Iskustva ranije komunikacije u razdoblju prije članstva, i istraživanja pokazala su da je potrebno isticati direktnu korist članstva u NATO-u za „običnog građanina“.

Istraživanja pokazuju da je neophodna „debirokratizovana“ komunikacija – bez suvoparnih podataka, a uz konkretne, životne teme. Ovdje je suštinska podrška NATO-vog Sektora za javnu diplomatiju.

Svaka aktivnost Crne Gore kao države i predstavnika naše zemlje mora biti pravovremeno i atraktivno prezentirana javnosti. I istraživanja pokazuju da su to teme koje zanimaju građane.

**ZANIMA ME KAKVA JE KORIST ZA  
GRAĐANE TO ŠTO JE CG U NATO-U 44%**

**ŽELIM VIŠE DA SAZNAM O ULOZI  
CRNE GORE U NATO-U 43%**

SVE OSTALO GRAĐANE DALEKO MANJE ZANIMA

Posebnu pažnju treba posvetiti razgrađivanju zabluda, rušenju stereotipa i razobličavanju mitova. Kvalitativno istraživanje (u fokus grupama) pokazuje da su pristalice članstva Crne Gore u NATO-u bolje informisane od ostalih grupa. U nešto manjoj mjeri su informisani neopredijeljeni kojima je prva asocijacija na NATO vezana za vrijednosno neutralne pojmove. Za razliku od ove dvije grupe, među protivnicima članstva dominantni su za determinisanje stava pojmovi poput „rata“, „agresije“, „zločina“, „okupacije“ i sl. kao i neutemeljene tvrdnje o „rađanju bolesne djece od bombardovanja“ i sl.

Ovaj zadatak je utoliko složeniji što su učesnici svake od grupa „ušančeni“ u svojim pozicijama, opisuju neistomišljenike kao „neobaviještene“ i smatraju, kada su upitani, da oni sami posjeduju dovoljno informacija da se odrede u vezi sa NATO-m. Pokazuje se, međutim, da protivnici članstva ne raspolažu ni osnovnim informacijama o funkcionisanju NATO-a.

U analizi korelacije demografskih karakteristika ispitanika i stava o NATO-u pokazalo se da ne postoji bitna generacijska razlika percepcije NATO-a, već da se stavovi prenose unutar grupa poput porodice, „s koljena na koljeno“. Ovo iziskuje da posebna pažnja bude posvećena mladima. Sa njima treba komunicirati njima razumljivim i interesantnim pristupom, na jeziku koji oni koriste i putem kanala koje dominantno upotrebljavaju.

**OD GRAĐANA KOJIMA JE INTERNET OSNOVNI IZVOR INFORMACIJA 60% SU MLAĐI OD 35 GODINA**

**MEĐU ISPITANICIMA KOJI SE PRVENSTVENO INFORMIŠU PUTE M DRUŠTVENIH MREŽA TRI ČETVRTINE JE MLAĐE OD 35 GODINA**

Poseban akcenat mora biti stavljen na brzinu komunikacije, što u razdoblju integracije Crne Gore u NATO nije uvijek bilo praktikovano, uglavnom zato što u toj fazi to često nije ni bilo moguće. Teme u vezi sa NATO-m visoko su politizovane i kao takve veoma podesne za manipulaciju, plasiranje dezinformacija i pogrešnih tumačenja. Potreban, naravno ne i dovoljan uslov, za uspješno hvatanje ukoštac sa tim je najbrža moguća komunikacija koja podrazumijeva ozbiljne pripreme, systemske obuke i najmodernija sredstva za komunikaciju koja redovno moraju pratiti razvoj tehnologije. Ovdje je birokratski pristup ozbiljan izazov.

## 5. Pravci djelovanja

Strategijom su određena četiri osnovna pravca djelovanja: unutar sistema državne uprave, prema partnerima i multiplikatorima, domaćoj javnosti i inostranoj publici.

### 5.1. Djelovanje unutar sistema državne uprave

Prvi pravac djelovanja unutar sistema državne uprave – treba da obezbijedi osmišljenu potpunu koordinaciju iznošenja ujednačenih stavova i poruka o NATO-u, unutar i van Crne Gore, i to najprije na nivou Vlade, a zatim i ostalih subjekata u sistemu državne uprave.

Ovo je prevashodno zadatak Komunikacionog tima koji će, u skladu sa politikama i konkretnim zaduženjima, redovno pripremati komunikacione teze, poruke i ostale sadržaje i prosljeđivati ih ključnim akterima i koordinisati njihovo javno djelovanje.

## 5.2. Komunikacija sa partnerima i multiplikatorima

Šanse za efikasnost komunikacije povećavaju se multiplikovanjem i kanala komunikacije i prenosilaca informacije. U tom smislu saradnja sa zainteresovanim nevladinim organizacijama, medijima i javnim ličnostima omogućava da poruke budu plasirane iz više izvora i na više načina te da budu raznolikije i prijemčivije.

U tu svrhu neophodno je obezbijediti redovnu komunikaciju sa partnerima i multiplikatorima.

## 5.3. Komunikacija sa domaćom javnošću

Glavni cilj komunikacije sa domaćom javnošću, je sveobuhvatno informisanje građana o politikama NATO-a i aktivnostima koje Crna Gora kao članica u okviru njih preduzima.

Akcent je stavljen na konkretnim benefitima koje građani imaju od članstva, koji pored bezbjednosti uključuju i programe koji mogu biti od direktne koristi za naučne, akademske i poslovne krugove, kao i podršku u slučaju elementarnih nepogoda.

Pažnja je takođe usmjerena na razbijanje zabluda i stereotipa o NATO-u koji i dalje postoje.



Važan aspekt u komuniciranju sa domaćom javnošću je i isticanje kompatibilnosti procesa integracije u NATO i u EU. Riječ je o komplementarnim organizacijama, utemeljenim na istim civilizacijskim vrijednostima evroatlantskog prostora koje Crna Gora dijeli.

Takođe, predviđeno je da se kroz implementaciju ove strategije pruži podrška naporima za suprotstavljanje hibridnim prijetnjama. U svijetlu promijenjenog geopolitičkog i bezbjednosnog konteksta sve je evidentnije sistemsko plasiranje i širenje dezinformacija sa ciljem uticaja na javnost i na unutrašnju politiku. Ova strategija treba da pruži doprinos jačanju otpornosti javnog mnijenja na ovaj izazov.

## 5.4. Inostrana javnost

Komunikacija prema inostranoj javnosti polazi od činjenice da Crna Gora kao najmlađa članica Alijanse tek treba da radi na svom profilisanju unutar Saveza i van njega. U tom cilju prema međunarodnoj zajednici promovisaće se nacionalni prioriteti i stavovi koje Crna Gora zastupa na teme u vezi sa NATO-m, što je u skladu i sa prioritetima Komunikacione strategije Vlade za period 2018-2020.

## 6. Vremenski okvir

Strategija obuhvata period od 2018. do 2020. godine i podrazumijeva izradu akcionih planova koji će preciznije definisati plan aktivnosti na godišnjem nivou.



## 7. Cilj Strategije

Krovni cilj Strategije je unapređenje percepcije Crne Gore kao članice NATO-a kroz podizanje nivoa opšte informisanosti i razumijevanja svih aspekata članstva Crne Gore u NATO-u.


## 8. Specifični ciljevi

Specifični ciljevi grupisani su u tri podgrupe koje odgovaraju osnovnim pravcima djelovanja.

### 8.1. Ciljevi internog djelovanja i saradnje sa partnerima

- a) Stvaranje sistema u kojem će biti omogućeno pravovremeno, efikasno i koordinisano komuniciranje državne administracije o relevantnim pitanjima u vezi sa NATO-m prema svim ciljnim javnostima;
- b) Uspostavljanje redovne saradnje Komunikacionog tima i partnera radi postizanja zajedničkih ciljeva i efikasnog djelovanja na realizaciji Komunikacione strategije;

### 8.2. Ciljevi djelovanja u komunikaciji sa domaćom javnošću

- c) Upoznavanje javnosti sa koristima po građane koje  proističu iz članstva Crne Gore u NATO-u i jačanje svijesti o implikacijama članstva (bezbjednost, ekonomski benefiti, civilna bezbjednost – u slučaju požara, poplava i sl, uništavanje viškova naoružanja...);
 

**TEK SVAKI SEDMI GRAĐANIN CRNE GORE ZNA KAKO SE U NATO-U DONOSE ODLUKE**

**„CRNA GORA JEDINO MOŽE DA SE ISKORISTI. U NATO-U ĆEMO BITI POLIGON ZA TESTIRANJE ORUŽJA I TAKVIH SISTEMA...“**

*(ISPITANIK, PROTIVNIK ČLANSTVA)*
- d) Promjena percepcije dijela javnosti zasnovane na stereotipima, zabudama i mitovima;
- e) Informisanje o nacionalnim prioritetima i stavovima Crne Gore kao članice NATO-a i aktivnostima koje u vezi sa njima država preduzima;
- f) Ukazivanje na kompatibilnost procesa integracija u NATO i EU;
- g) Promovisanje programa NATO-a koji mogu biti od koristi domaćim naučnim, poslovnim i drugim stručnim krugovima;
- h) Upoznavanje sa aktuelnim politikama, prioritetima i djelovanjem NATO-a i njegovom ulogom na međunarodnom planu u kontekstu bezbjednosnih izazova današnjice;
- i) Pružanje podrške u odgovorima na hibridne prijetnje, prije svega širenje dezinformacija;

### 8.3. Ciljevi djelovanja prema inostranoj javnosti

- j) Promovisanje prioriteta, stavova i aktivnosti Crne Gore kao članice NATO-a i aktivnosti koje u vezi sa njima Crna Gora preduzima;
- k) Promovisanje vrijednosti koje Crna Gora zastupa.

## 9. Komunikacija

**Pristup** određen ovom Strategijom podrazumijeva izbjegavanje formi klasične kampanje sa promotivnim aktivnostima. Izabran je „mekši“, prijemčiviji, moderniji pristup kojim se akcent stavlja na društvene mreže, kratke efektne poruke, video sadržaje, „životne priče“ i manje javne događaje prilagođene konkretnim ciljnim javnostima. Podrška partnera u ovom segmentu od velike je važnosti jer doprinosi kvalitetu i kredibilitetu iznijetih poruka.



**Jezik** je jasan, jednostavan i neopterećen tehničkim terminima nerazumljivim za širu javnost.

**Poruke** su objektivne, pozitivne i konzistentne. Izbjegava se zatrpavanje informacijama i otvaranje žučnih rasprava na liniji „za – protiv“.

### Ukoliko niste informisani ili ste samo djelimično informisani o NATO-u, zašto je to tako?

Ne interesuje me ta tema	41,7%
Informacije su površne i isuviše opšte, nema rasprava o konkr. temama koje me interesuju	27,6%
Institucije ne pružaju dovoljno informacija o aktivnostima Crne Gore u NATO-u	26,0%
Previše se priča o vojnoj komponenti NATO-a, a premalo o drugim temama	25,5%
Nejasna mi je terminologija	24,1%
Nema dovoljno informacija u medijima	23,4%
Ne razumijem o čemu se tu radi	21,9%

Akcent u formulisanju poruka je na vrijednostima koje Crna Gora dijeli sa saveznicima unutar NATO-a i na koristima članstva. Značaj se pridaje i principima funkcionisanja NATO-a, koji s jedne strane podrazumijevaju suverenost u odlučivanju o svojim postupcima i stavovima, a sa druge solidarnost, jedinstvo i brigu o kolektivnom interesu.

Posebna pažnja je posvećena kontinuitetu, istrajnosti, koordinisanosti i ujednačenosti u slanju poruka, što za rezultat treba da ima postepeno usvajanje informacija i unapređenje percepcije o Crnoj Gori kao NATO-saveznici, i o NATO-u uopšte.

U okviru ovog pristupa, identifikovana su tri aspekta komuniciranja: informisanje, edukacija i promovisanje.

**Informisanje** je usmjereno na širu, opštu javnost i podrazumijeva kontinuirani proces pružanja pravovremenih, preciznih i pristupačnih informacija o članstvu Crne Gore u NATO, prije svega konkretnim koristima, ali i doprinosu koji Crna Gora pruža kolektivnom sistemu odbrane u kom, kao članica, aktivno učestvuje. U ovom segmentu važnu partnersku ulogu imaju mediji.

**Edukacija** podrazumijeva aktivnosti u cilju proširivanja opštih znanja građana i različitih ciljnih javnosti, a posebno mladih, o svim aspektima članstva Crne Gore u NATO-u i uloge Alijanse u međunarodnim odnosima danas. Važan aspekt je saradnja sa ministarstvom nadležnim za obrazovanje i sa civilnim društvom. Podrazumijeva se i edukacija državnih službenika.

**Promovisanje** ima za cilj da kroz aktivni dijalog sa ciljnim javnostima unaprijedi pozitivnu percepciju o članstvu Crne Gore u NATO-u, kroz promociju onih aspekata NATO-a od kojih građani mogu imati direktnu korist.

Posebnu pažnju treba posvetiti oblasti civilne bezbjednosti, programima namijenjenim akademskoj zajednici, mladima, privrednoj i stručnoj zajednici. U tom pogledu važnu ulogu imaće saradnja sa nadležnim institucijama zaduženim za ovaj segment saradnje sa NATO-m.

**OD ISPITANIK A KOJI NEMAJU STAV O NATO-U  
ČAK 39,1% JE IZ PRIVATNOG SEKTORA**

Strategija predviđa promovisanje Crne Gore kao članice NATO-a prema inostranoj javnosti, u čemu je od posebnog značaja saradnja sa NATO-vim Sektorom za javnu diplomatiju kao i jačanje komunikacionih kapaciteta Misije Crne Gore pri NATO-u.

## 10. Ciljne javnosti

### a) U Crnoj Gori

Pored opšte, najšire, domaće javnosti posebne ciljne javnosti su:

- i. Državna administracija;
- ii. Djelovi populacije koji nijesu u dovoljnoj mjeri informisani o aspektima članstva Crne Gore u NATO-u i/ili o tome nemaju čvrsto izgrađen stav i/ili imaju stav izgrađen na osnovu zabluda i stereotipa i/ili nijesu motivisani da o tome formiraju stav;
- iii. Multiplikatori / kreatori javnog mnijenja (novinari, političari i političke partije, sportisti i druge javne ličnosti, poslovna zajednica i preduzetnici, civilni sektor, akademska zajednica...);
- iv. Mladi (đaci, studenti);

### b) Van Crne Gore

- v. Kreatori međunarodnog javnog mnijenja (mediji, civilni sektor i javne ličnosti); i
- vi. Strani zvaničnici.

## 11. Kanali komunikacije

Shodno ciljnim javnostima definisanim ovom Strategijom, komunikacioni kanali putem kojih će se na efikasan način ostvariti njihovi ciljevi su:

- a) Primarni kanal komunikacije i prema domaćoj i prema inostranoj javnosti danas su društvene mreže kao najbrži i najneposredniji kanal koji, uz to, omogućava i interakciju odnosno direktnu dvosmjernu komunikaciju.
- b) Mediji – Internet portali, radio, televizija, štampa.

Posebno televizije: Prema istraživanjima javnog mnijenja, televizija i dalje u Crnoj Gori predstavlja primarni izvor informisanja građana. Osim medija sa nacionalnom pokrivenošću, u komuniciranju se koriste i lokalni mediji, kao značajan kanal informisanja lokalnih zajednica.

- c) Direktna komunikacija sa ciljnim javnostima. U sprovođenju Strategije koristeće se različiti oblici direktne komunikacije sa građanima sa posebnim akcentom na poslovnu, akademsku i lokalnu zajednicu.
- d) Kreatori javnog mnijenja (*Opinion makers*) su osobe sa značajnim uticajem u javnosti, prepoznate kao osobe kojima se vjeruje. Oni kao multiplikatori poruka predstavljaju važan kanal komuniciranja i prema domaćoj i prema inostranoj javnosti.
- e) NATO-vi komunikacioni kanali  
Kanali i komunikacioni alati dostupni članicama u okviru kampanje #WeAreNATO.

## 12. Nosioци aktivnosti

Glavni nosilac implementacije je Komunikacioni tim Interresorne komisije za NATO koji prati i koordinira realizaciju ciljeva Strategije.

Akcionim planovima preciziraju se nosioci za svaku pojedinačnu aktivnost.

## 13. Partneri

Za realizaciju Strategije, saradivaće se sa:

- a) Domaćim medijima čija uređivačka politika korespondira sa ciljevima ove Strategije  
Mediji imaju višestruki značaj za uspješno sprovođenje Strategije i zato su istovremeno prepoznati i kao ciljna grupa i kao partner.  
Pod partnerstvom se podrazumijeva uspostavljanje i jačanje saradnje i, kada i gdje je to moguće, koordinisano i zajedničko djelovanje u cilju ostvarivanja prioriteta Strategije. Pored medija sa nacionalnom pokrivenošću, posebna pažnja biće posvećena lokalnim medijima.
- b) Nevladinim organizacijama koje se bave temama vezanim za evroatlantsku bezbjednost  
Uspješno partnerstvo sa nevladinim organizacijama uspostavljeno je tokom procesa pristupanja NATO-u i dalo je dobre rezultate. Strategijom se predviđa nastavak i dalje unapređivanje saradnje u novom kontekstu članstva Crne Gore u NATO-u. Ovo, između ostalog, podrazumijeva i potrebu pronalaženja modaliteta da saradnja sa civilnim sektorom u ovoj oblasti bude uređena sistemski i institucionalno.
- c) NATO-m (PDD, SHAPE PR...)  
Partnerstvo sa NATO-vim Sektorom za javnu diplomatiju i Službom za odnose s javnošću prirodno je i neizostavno.  
U tom smislu, potrebno je razviti i unaprijediti saradnju u cilju efektivnije komunikacije prema međunarodnoj javnosti i prema NATO saveznicama kroz NATO kanale dostupne članicama. U vezi sa komunikacijom sa domaćom javnošću, treba nastaviti saradnju i unaprijediti praktičnu i ekspertsku podršku koju NATO već pruža, posebno u domenu saradnje sa civilnim sektorom, medijima, i generalno na planu promocije NATO-a prema građanima.
- d) drugim relevantnim akterima.

## 14. Akcioni planovi

Za potrebe sprovođenja Strategije, Komunikacioni tim biće zadužen za izradu tri Akciona plana i to:

- a) Prvi: za period 1. jul – 31. decembar 2018. – koji će Vlada razmatrati kao sastavni dio Strategije u II kvartalu 2018;
- b) Drugi: za period 1. januar – 31. decembar 2019. – koji će biti predat Vladi na razmatranje do 15. decembra 2018;
- c) Treći: za period 1. januar – 31. decembar 2020. – koji će biti predat Vladi na razmatranje do 15. decembra 2019.

Akcionim planovima se preciziraju:

- a) Planirane aktivnosti i rok za realizaciju;
- b) Nosioци aktivnosti;
- c) Mehanizmi / kanali implementacije;
- d) Finansiranje; i
- e) Monitoring i indikatori uspješnosti.

## 15. Praćenje i izvještavanje

Praćenje implementacije Strategije ostvarivaće se na osnovu periodičnih istraživanja javnog mnijenja, monitoringa domaćih i stranih medija, aktivnosti i interakcije na društvenim mrežama.

Komunikacioni tim dužan je da o svojim aktivnostima i dinamici sprovođenja Strategije, periodično, a najmanje jednom kvartalno, upozna Interresornu komisiju za NATO.

Komunikacioni tim zadužen je da u koordinaciji sa drugim nosiocima implementacije jednom godišnje izradi Godišnji izvještaj o realizaciji Strategije, koji dostavlja na usvajanje Savjetu za NATO i Vladi, i to najkasnije do 1. februara za prethodnu godinu.

## 16. Finansiranje

Implementacija Strategije i realizacija akcionih planova finansiraće se iz Budžeta Crne Gore. Dio aktivnosti finansiraće se kroz zajedničke projekte sa partnerima.

**Akcioni plan za sprovođenje Komunikacione strategije „Crna Gora članica NATO-a“  
za period VII - XII 2018. godine**

	NAZIV AKTIVNOSTI	NOSILAC AKTIVNOSTI I SUNOSIOCI I PARTNERI	VREMENSKI OKVIR	INDIKATOR USPJEHA	FINANSIRANJE
<b>I</b>	<b>Praćenje i promocija međunarodnih skupova i aktivnosti Crne Gore na njima</b>				
I/1	Samit NATO-a	KT; MO; MVP	11. - 12. VII 2018.		
I/2	Sastanak načelnika GŠ država A5	MO; KT	18. IX 2018.		
I/3	Sastanak ministara odbrane država A5	MO; KT	13. - 14. XI 2018.		
I/4	Sastanak ministara odbrane država NATO-a	KT; MO	X 2018.		
I/5	Sastanak ministara vanjskih poslova država NATO-a	KT; MO	XII 2018.		
I/6	Sastanak ministara vanjskih poslova država A5	MVP;KT	XII 2018.		
<b>II</b>	<b>Praćenje i promocija aktivnosti predstavnika Crne Gore u NATO-u</b>				
II/1	Upućivanje maj. Sanje Pejović u SHAPE za savjetnicu SACEUR-u	KT	VII 2018.		
<b>III</b>	<b>Saradnja sa partnerima</b>				
III/1	Mapiranje zajedničkih aktivnosti NATO PDD i KT u 2018.	KT	VII 2018.	Izrađen plan aktivnosti	
III/2	Promocija aktivnosti Info centra o evroatlantskim integracijama	KT	U kontinuitetu		
III/3	Određivanje partnerskih projekata sa NVO u 2018.	KT	VII 2018.	Objavljen poziv	
			IX 2018.	Odabrani projekti	
			IX 2019.	Potpisan memorandum o saradnji	
III/4	Određivanje partnerskih projekata sa medijima u 2018.	KT	VII 2018.	Objavljen poziv	
			IX 2018.	Odabrani projekti	
			IX 2019.	Potpisan memorandum o saradnji	
III/5	Praćenje i promocija rada <i>React kampa</i>	KT	VIII 2018		
III/6	Određivanje partnerskih projekata sa NVO u 2019.	KT	X 2018.	Objavljen poziv	
			XII 2018.	Odabrani projekti	
			I 2019.	Potpisan memorandum o saradnji	

**Akcioni plan za sprovođenje Komunikacione strategije „Crna Gora članica NATO-a“  
za period VII - XII 2018. godine**

	NAZIV AKTIVNOSTI	NOSILAC AKTIVNOSTI I SUNOSIOCI I PARTNERI	VREMENSKI OKVIR	INDIKATOR USPJEHA	FINANSIRANJE
III/7	Određivanje partnerskih projekata sa medijima u 2019.	KT	X 2018.	Objavljen poziv	
			XII 2018.	Odabrani projekti	
			I 2019.	Potpisan memorandum o saradnji	
III/8	Praćenje i promocija rada Zimske bezbjednosne konferencije	KT	XI/XII 2018.		

<b>IV</b>	<b>Promocija VCG uključujući i aktivnosti u vezi sa misijama u kojima učestvuje VCG</b>				
IV/1	Ljetnji vojni kamp za mlade	MO	VII 2018.		
IV/2	Vježba „Saber Junction“, Njemačka	MO	04. - 30. IX 2018.		
IV/3	Vježba „Albanian Lion 18“, Albanija	MO	20. - 28. IX 2018.		
IV/4	NATO - trka na 10 Km	MO	IX 2018.		
IV/5	Vježba „Odlučan odgovor 18“, Crna Gora	MO	druga pol. IX 2018.		
IV/6	Upućivanje kontingenta VCG u misiju <i>Resolute Support</i> u Avg.	KT; MO	IX 2018.		
IV/7	Dan VCG (i aktivnosti u vezi sa tim)	MO; KT	7. X 2018.		
IV/8	Preuzimanje dva nova helikoptera VCG	KT; MO	X 2018.		
IV/9	Vježba „Trident Juncture“, Norveška	MO	2. - 14. XI 2018.		
IV/10	Početak učešća CG u Misiji KFOR	KT	XII 2018.		
IV/11	Početak učešća u NATO-vom Ojačanom prisustvu na Istoku (eFP) u Letoniji	KT	TBC		

<b>V</b>	<b>Aktivnosti koje se tiču sistemskih pretpostavki za realizaciju Komunikacione strategije</b>				
V/1	Kadrovsko jačanje komunik. kapaciteta Misije CG pri NATO-u	KT	VII 2018.	Upućen službenik	
V/2	Koncipiranje komunikacionih poruka	KT	VII 2018.	Koncipirane poruke	
V/3	Uspostavljanje sistema redovnog (dnevnog) i dodatnog (po potrebi) informisanja KT o aktivnostima u vezi sa CG u NATO-u	KT	IX 2018.	Uspostavljen sistem	
V/4	Uspostavljanje sistema koordiniranog komuniciranja Vlade tema u vezi sa NATO-m	KT	VII 2018.	Definisan način komunikacije	
			IX 2018.	Uspostavljen sistem	

**Akcioni plan za sprovođenje Komunikacione strategije „Crna Gora članica NATO-a“  
za period VII - XII 2018. godine**

	NAZIV AKTIVNOSTI	NOSILAC AKTIVNOSTI I SUNOSIOCI I PARTNERI	VREMENSKI OKVIR	INDIKATOR USPJEHA	FINANSIRANJE
V/5	Obuka / usavršavanje državnih službenika u vezi sa temama od značaja za članstvo CG u NATO-u	KT; UZK	VII 2018.	Definisana tema obuke	
		UZK	TBC	Realizovana obuka	
V/6	Izrada Akcionog plana za 2019.	KT	XII 2018.	Izrađen Akcioni plan	
V/7	Izrada godišnjeg izvještaja o sprovođenju Komunikacione strategije	KT	I 2019.	Izrađen Izvještaj	

<b>VI Izdavanje, objavljivanje i/ili promocija publikacija i drugih medijskih sadržaja</b>					
VI/1	Promocija dokumentarnog filma „Avganistan - priča crnogorskog vojnika“	KT; MO	VII - X 2018.	Realizovana promocija	
VI/2	Promocija dokumentarnog filma „Udružimo snage“ o VCG	KT; MO	TBC	Realizovana promocija	
VI/3	Objavljivanje brošure / priručnika CG u NATO-u	KT u saradnji sa NVO	XII 2018.	Objavljena brošura	
VI/4	Promocija knjige „Istorija državnosti i međunarodnih odnosa Crne Gore“ - dijela CG i NATO	MVP	XII 2018.	Realizovana promocija	

<b>VII Ostale aktivnosti koje ne spadaju ni u jednu od navedenih grupa</b>					
VII/1	Završetak aktivnosti NATO-vog Povjerilačkog fonda za uništavanje viška naoružanja u Crnoj Gori		tokom 2018.		
VII/2	Ljetnja diplomatska škola „Gavro Vuković“ - Uloga i značaj diplomatije u vremenu (dez)integracije - doprinos globalnom miru i bezbjednosti	MVP;KT	VII 2018.	Realizovana promocija	