МЕЃУНАРОДЕН СЛАВЈАНСКИ УНИВЕРЗИТЕТ

„ГАВРИЛО РОМАНОВИЧ ДЕРЖАВИН“

СВЕТИ НИКОЛЕ – БИТОЛА

РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



ФАКУЛТЕТ ЗА ПРАВНИ НАУКИ

МАГИСТЕРСКИ ТРУД

ПРОЦЕСОТ НА КОМУНИКАЦИЈА ПОМЕЃУ АДМИНИСТРАЦИЈАТА НА ЕВРОПСКИТЕ ИНСТИТУЦИИ И ГРАЃАНИТЕ НА ЕУ

Ментор:
Проф. д-р Иван Ефремовски

Изработил:
Александар Арсиќ
бр. индекс: М

Свети Николе, 2021

МЕЃУНАРОДЕН СЛАВЈАНСКИ УНИВЕРЗИТЕТ

„ГАВРИЛО РОМАНОВИЧ ДЕРЖАВИН“

СВЕТИ НИКОЛЕ – БИТОЛА

РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



ФАКУЛТЕТ ЗА ПРАВНИ НАУКИ

МАГИСТЕРСКИ ТРУД

ПРОЦЕСОТ НА КОМУНИКАЦИЈА ПОМЕЃУ АДМИНИСТРАЦИЈАТА НА ЕВРОПСКИТЕ ИНСТИТУЦИИ И ГРАЃАНИТЕ НА ЕУ

Предмет: Организациска култура, комуникации и односи со јавноста во јавната администрација

Ментор: проф. д-р Иван Ефремовски

Студент: Александар Арсиќ

Број на индекс: М1

Насока: Административно право и јавна администрација

Свети Николе, 2021

ИЗЈАВА

Јас, Александар Арсиќ , студент/ка на Втор циклус на студии организирани на Факултетот за правни науки во МСУ „Г. Р. Державин“ Свети Николе – Битола, на студиската програма по со постојано место на живеење на ул. , Куманово, со ЕМБГ и број на индекс М------, изјавувам под морална и кривична одговорност дека поднесениот магистерски труд под наслов „Процесот на комуникација помеѓу администрацијата на Европските институции и граѓаните на ЕУ“ претставува мој самостоен труд и истиот претставува резултат на самостојна научна работа спроведена во текот на истражувањето.

Согласен/а сум да ги сносам сите последици и одговорности кои произлегуваат од неовластеното користење на туѓ текст или плагијатство согласно важечките законски и подзаконски акти кои ги регулираат авторските и сродни права.

Место и датум: Давател на изјава:

2021 година Александар Арсиќ

СПИСОК НА ТАБЕЛИ, ГРАФИКОНИ, ПРИКАЗИ

Слика бр. 1: Процес на пренос на пораки (стр. 16)

АПСТРАКТ

Работата во институциите се карактеризира со постојани промени и динамика и е насочена кон непречена комуникација со граѓаните. Успехот на работата на институциите се должи на континуирано спроведување на политика на иновација во својата понуда и пристап, како и постојано следење и усогласувањена политиките со новите трендови. Потребно е однапред промислена комуникација, од која може да се очекува вистински успех, т.е. успех во работниот процес кои ќе се остварува со спрега на индивидуални знаења и вештини.

Комуникацијата во ЕУ е правно базирана во Повелбата за фундаментални правата на Европската Унија. Во Повелбата за фундаментални права се гарантира на правото на сите граѓани да бидат информирани за европски прашања. Институциите на ЕУ развија неколку алатки и видови услуги кои ќе бидат во контакт со граѓаните и ја информираат јавноста.

КЛУЧНИ ЗБОРОВИ: комуникација; комуникациски вештини; комуникациски стратегии; Европска Унија; Договор од Лисабон; јазична политика; јазични права.

ABSTRACT

The work in the institutions is characterized by constant changes and dynamics and is aimed at uninterrupted communication with the citizens. The success of the work of the institutions is due to the continuous implementation of the innovation policy in its offer and approach, as well as the constant monitoring and harmonization of the policies with the new trends. It requires a well-thought-out communication, from which real success can be expected, ie. success in the work process that will be achieved by combining individual knowledge and skills.

Communication in the EU is legally based on the Charter of Fundamental Rights of the European Union. The Charter of Fundamental Rights guarantees the right of all citizens to be informed about European issues. The EU institutions have developed several tools and types of services that will be in contact with the citizens and inform the public.

KEY WORDS: communication; communication skills; communication strategies; European Union; Lisbon Treaty; language policy; language rights.

СОДРЖИНА

ИЗЈАВА.....

СПИСОК НА ТАБЕЛИ, ГРАФИКОНИ, ПРИКАЗИ.....

АПСТРАКТ.....

ABSTRACT.....

СОДРЖИНА .....

ВОВЕД.....1

1 ЗНАЧЕЊЕ И КАРАКТЕРИСТИКИ НА КОМУНИКАЦИЈАТА 7

1.1 Поимно определување на комуникацијата со осврт кон комуникациската компетентост во работата.....7

1.2 Комуникациска компетентност во работата.....11

1.3. Карактеристики на комуникацијата во организациите - елементи на комуникацијата 15

1.3.1. Видови комуникација.....18

1.4 Комуникациски стратегии.....27

2 КОМУНИКАЦИЈАТА ПОМЕЃУ АДМИНИСТРАЦИЈАТА НА ЕВРОПСКИТЕ ИНСТИТУЦИИ 37

2.1 Политики на комуникацијата во институциите на ЕУ 37

2.2 Персоналот на ЕУ – институциите и употреба на службените јазици 47

2.2.1 Воспоставена јасна политка за употреба на официјалните јазици на ЕУ.....48

2.2.2 Објава на воспоставена политика 48

2.2.3 Почитување и доследна примена на воспоставена политика 48

2.2.4 Ограничување на употреба на јазици да биде објективни, пропорционални и транспарентни.....49

2.2.5 Објавување на клучни прашања 49

2.2.6 Достапност на информациите на официјални јазици на ЕУ..... 50

2.2.7 Обраќање на официјален јазик.....50

2.2.8 Достаност на јавни расправи на официјални јазици 50

2.2.9 Делување со здружени ресурси 50

2.2.10 Користење на современи технологии за превод 51

2.3 Право на употреба на јазикот во договорот од Лисабон 52

3 ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИЦИ ЗА ПОДОБРУВАЊЕ НА КОМУНИКАЦИЈАТА ПОМЕЃУ ИНСТИТУЦИИТЕ НА ЕУ И ГРАЃАНИТЕ НА ЕВРОПА.....58
3.1 Комуникацијата на ЕУ – институциите и граѓаните на Европа 58
3.2 Намалување на комуникацискиот јаз помеѓу институциите на ЕУ и граѓаните 64
3.2.1 Дефинирање на заеднички принципи.....69
3.2.2 Засилување на граѓаните 70
3.2.3 Работа со медиуми и технологии 73
3.2.4 Разбирање на европското јавно мислење 74
3.2.5 Работење заедно.....75
3.3 Информативно – комуникациски активности на ЕУ за подигање на свеста на граѓаните за подршка на активностите на ЕУ 77
3.3.1 Соопштение за јавноста 799
3.3.2 Конференција за новинари 80
3.3.3 Посета на новинари 80
3.3.4 Летоци, брошури и билтени.....80
3.3.5 Интернет страна 80
3.3.6 Паноа 81
3.3.7 Комеморативни плочи.....81
3.3.8 Банери.....81
3.3.9 Возила, материјали и опрема.....82
3.3.10 Промотивни материјали 82
3.3.11 Фотографии 82
3.3.12 Аудиовизуелна продукција 83
3.3.13 Јавни настани и посети 83
3.3.14 Информативни кампањи 83
ЗАКЛУЧОК 84
КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА.....**Error! Bookmark not defined.**

ВОВЕД

Денес во современиот свет со ширењето на процесот на глобализација се повеќе се наметнува потреба на институциите да применат модернизација на медиумите и технологијата, за остварување на сложената и динамична комуникација со своите вработени и продлабочување на контактот што го има со своите соработници, клиенти/граѓаните.

Работата во институциите се карактеризира со постојани промени и динамика и е насочена кон непречена комуникација со граѓаните. Успехот на работата на институциите се должи на континуирано спроведување на политика на иновација во својата понуда и пристап, како и постојано следење и усогласувањена политиките со новите трендови. Потребно е однапред промислена комуникација, од која може да се очекува вистински успех, т.е. успех во работниот процес кои ќе се остварува со спрега на индивидуални знаења и вештини.

Цивилизациски напредок е поврзан со комуникацијата и претставува неизбежен придружник на целокупниот развој. Со комуникацијата се врши размена на информации, идеи и чувства меѓу луѓето и се спроведува со договорен систем на знаци и симболи. Секојдневниот живот на луѓето е проследен со комуникација.

Преку процесот на комуникацијата се информира, убедува, преговара, мотивира и се насочува поединецот кон групната цел. Во процесот на комуникација се користат еден или повеќе пишани, усни, визуелни или електронски канали.

Целта на комуникацијата меѓу институциите и граѓаните може да се оствари само со добро и меѓусебно разбирање. Клучен успех на комуникацијата претставува меѓусебна соработка, а соработка меѓу институциите и граѓаните е базирана на комуникација. Успехот во комуникација на нституциите е тесно поврзано со

способноста на меѓусебна комуникација на вработените и раководителите, со луѓе надвор од организацијата и со луѓе од други култури.

Комуникацијата во секојдневното работење е процес на долготрајно планирање. Професионалниот успех на институциите ќе зависи од тоа колку другите можат да ја разберат и прифатат комуникацијата.

Комуникацијата за да биде полесна и подостапна за граѓаните, потребно е институциите да се посветат на доградување на сопствените комуникациски вештини. За да може институциите да остварат успешна работа потребно е сите учесници во процесот на комуникација да ги поседуваат потребните комуникациски вештини.

Развојот на комуникациските вештини на институциите како и односот со граѓаните претставува севкупен развој на институциите, и во исто време значаен во развојот на секое демократско општество.

Под успешната комуникација се подразбира знаење за комуникација со луѓе, правилен менаџерски пристап кон вработените, поттикнување и мотивирање на вработените до максимална ефикасност, продуктивност и креативност во работата.

Потребата за индивидуално надградување на комуникациските вештини во рамките на работата во организацијата, подобрување на деловните и социјалните односи и преземање одговорност за сработеното е крајната цел за сите за подобар квалитет на животот во целост.

Само со воспоставен систем на деловни комуникации едноставно може да се успее на денешниот модерен пазар на труд и капитал. Може да се забележи дека комуникацијата не е секогаш успешна. Како причини за неуспешна комуникација се наведуваат многу грешки и неуспеси во работењето на поединци и целата организација. Потоа како причина може да се јават и недостатоци на почит меѓу страните инволвирани во комуникацискиот процес, недоволната информираност и

познавањето на минимални информации. Погрешни, ненавремени или половични информации многу често работата ја водат во сосема спротивен правец и се одразува негативно на односи и интеракција со граѓаните. Потребно е детектирање на извори на неуспех на комуникацијата и да се превземат навремени акции, за да се заштити од несакани резултати.

Европската унија претставува проект кој се реализира на сите нивоа на власт, во сите институции и кај сите граѓани во секојдневиот живот. Граѓаните во Европската унија имаат право на информации за Европа, достапност до конкретните проекти. Граѓаните во Европа имаат право да ги изразат своите ставови имаат право да бидат слушнати. Со покренување на граѓанска иницијатива во 2012 година на граѓаните им се овозможува да бидат директно вклучени во усвојување на нови законодатства и во европските прашања.

Наведените права претставуваат предизвик на комуникацијата во Европа. За успешна комуникација потребно е размена на информации, интензивирање на процесот на учење и остварување на дијалог со засегнатите страни. Потребно е да се работи на иновативни начини. Во Белата книга се дадени јасни упатства како да се реши предизвикот и како да се намали настанатиот комуникациски јаз меѓу институциите и граѓаните.

Со овозможување на јасен пристап до информации, граѓаните имаат можност да земат активно учество во демократскиот живот на Унијата. Институциите во Европската унија своите одлуки и активности ги носат отворено и блиску до граѓаните. При носење на своите одлуките, институции се водат по начела на транспарентност, отвореност и овозможено учество на граѓаните.

Клучот на успехот на комуникација во институциите е во ефективна и ефикасна комуникација. Обврска на управувачки структури на институциите е со

прифаќење на промените во информациските и комуникациските технологии да ги овозможат сите предуслови за успех во комуницирањето. Само со слушање на ставовите на европските институции, земјите-членки, локалните и регионалните власти и граѓаните во Европската унија може да се дојде до успешна комуникација.

Магистерскиот труд се состои од вовед, три поглавја заклучок и користена литература. Во првото поглавје од магистерскиот труд се наведува значењето на комуникацијата во работата на организациите со посебен осврт кон комуникативната компетентност на вработените во организацијата. Се прави осврт и на карактеристиките на комуницијата, видови комуникација и посебно место се издвојува за комуникациските стратегии наведувајќи дека ефективната стратегија се гради врз основа на познавање на внатрешните предности и слабости на организацијата. При изработка на стратегијата потребно е дефинирање на целта на организацијата, проучување и анализирање на надворешната средина, имајќи во предвид очекуваната или можната иднина и на крајот го одредува правецот на своите активности. Стратегијата треба да и помогне на организацијата да се прилагоди на нејзината променлива средина на ефективен начин.

Во второто поглавје на магистерскиот труд се разгледуваат политиките на комуникацијата во институциите на Европската унија. Правото на воспоставување комуникација на институциите со граѓаните е правно втемелена во Повелбата за основните права на Европската унија. Во повелбата се втемелени правата на граѓаните да бидат информирани за сите европските прашања. За поефикасно и поквалитетно информирање, институциите на Европската унија имаат развиено повеќе алатки и разни видови на услуги кои овозможуваат информирање на јавноста и ги информираат граѓаните. Во ова поглавје се прави осврт кон персоналот на институциите на ЕУ,

употребата на службените јазици, како и осврт кон политиката за употреба на официјалните јазии на ЕУ.

Третото поглавје на магистерскиот труд се засновува на разгледување на тенденциите и предизвиците за подобрување на комуникацијата помеѓу ЕУ – ионституциите и граѓаните на Европа. Комуникацијата во ЕУ е правно базирана во Повелбата за фундаментални правата на Европската Унија. Во Повелбата за фундаментални права се гарантира на правото на сите граѓани да бидат информирани за европски прашања. Институциите на ЕУ развија неколку алатки и видови услуги кои ќе бидат во контакт со граѓаните и ја информираат јавноста. Бидејќи официјално беше лансирана во 2012 година, европската граѓанската иницијатива им овозможува на граѓаните да бидат подиректно вклучени усвојување на новата легислатива и во европските работи. Договорите за ЕУ не содржат специфични одредби за комуникациската политика. Сепак, Договорот од Лисабон ја направи повелбата обврзувачка, со што се стекна со истиот правен статус како Договори. Повелбата одредува заедничка рамка која им овозможува на сите институции на ЕУ да комуницираат со јавноста и ги поврзуваат достигнувањата на Унијата со нејзините основни вредности.

Целта на пишување на магистерскиот труд е анализа која претставува сублимат од теорија и пракса од работата на институциите на ЕУ со осврт кон начинот на нивната меѓусебна комуникација како и начинот на комуникација на институциите со граѓаните на Европа. Од поставената цел произлегуваат и задачите а тоа се следните:

— Да се објасни значењето на добри и ефективните комуникации во работењето на организациите;

— Да се објаснат видовите на комуникации и посебно на значењето за донесување на ефективни и ефикасни стратегиите за комуникацијата;

— Да се анализара поилитиката на комуникација во институциите на Европската унија;

— Да се истакнат информативно-комуникациските активности на ЕУ во делот за подигање на свеста на граѓаните за активностите на Европската унија.

Предмет на истражување на магистерскиот труд е улогата и значењето на ефективна, ефикасна и добра комуникација. Истражувањето е насочено конкретно кон политиките на комуникација на институциите на Европската унија меѓу себе и кон граѓаните на Европската унија преку Договорот од Лисабон како и нормативните акти донесени од страна на Европската унија за комуникацискта политика. Во истражувањето на ова прашање се користени неколку методи и тоа воглавно метод на анализа, и дескрипција.

Во текот на пишувањето на магистерскиот труд користена е бројна современа литература од странски автори, правни акти и веб – страници.

1. ЗНАЧЕЊЕ И КАРАКТЕРИСТИКИ НА КОМУНИКАЦИЈАТА

1.1 Поимно определување на комуникацијата со осврт кон комуникациската компетентост во работата.

Современиот животот на човекот е незамислив без комуникација. Луѓето се во постојана комуницијa која може да биде свесна и несвесна, вербална и невербална. Природата на човекот е да биде во постојана комуникација и интеракција со другите луѓе, без меѓусебна комуникација нема демократија и демократски развој на општеството.

Деловната комуникација претставува интересна област на комуниуцирање во современиот деловен свет. Деловната комуникација окупира голем дел од времето на раководниот кадар. Со подобрување на комуникациските вештини или зголемување на ефективност на раководењето на организациите, доаѓа до зголемување на организациските перформанси директно или индиректно. Единствено преку анализа на работата на организациите, раководителите, вработените и задачите, може конкретно да се потенцира средиштето на комуникацијата во организацијата и потребата од истата. Доколку сакаме подобрувањата во овој домен да го добијат својот ефект, потребно е прво да го разбереме поимот комуникација. „Комуникација (лат. Communicatio: комуникација, разговор).“ [1] „Комуникација (лат.) е врска, комуникација или комуникација помеѓу луѓето во едно општество.

Комуникацијата овозможува поврзано дејствување на луѓето, и оваа врска е основа на сите општествени појави бидејќи тие се создаваат преку оваа врска во дејството на луѓето, тоталитет на различни форми на врски и контакти помеѓу членовите на општеството, социјалните комуникации како од предметот на специјална/посебна наука, наука за комуникација и на некои места се користат како синоним за масовна комуникација “ [2]

[1] Hrvatska enciklopedija, http://hrvatskaenciklopedija.komunikacija/135

[2] Proleksis Enciklopedija, http://proleksis.lzmk.hr/1315

Комуникација претставува механизам на меѓусебни врски каде се воспоставуваат контакти, користејќи разни средства и методи, при што се врши пренос на информации со цел да се изврши влијание врз однесувањето на луѓето. Комуникацијата може да се дефинира и како двонасочен процес во кој настанува последователно поврзување на елементи. Процесот на комуникација е многу значајно да се разбере, бидејќи овозможува анализа на комуникативните примери и дизајнирање на комуникациски програми кои одговараат на потребите на организациите.

Комуницирањето е значаен процес во секојдневниот живот, бидејќи претставува процес на пренос на информации и идеи, разбирање и чувства меѓу луѓето, помеѓу испраќачи и примателите. Во процесот на комуникација се врши информирање, убедување, преговарање, мотивирање и водење на поединците кон групната цел, со користење еден или повеќе пишани, усни, визуелни или електронски канали. Основно значење на комуникацијата е споделување на информацијата. Основно за функционирање на тимската работа е соработката, а клучот за соработка е комуникацијата. Постигнувањето успех на секое работно место е зависно од способноста на вработените и раководителите ефективно да комуницираат меѓу себе, со луѓе надвор од организацијата и со луѓе од други култури.

За да може работата на организациите да го има признакот на позитивни резултати во работењето, потребно е размената на информации меѓу учесниците во деловниот процес да се подигне на највисоко можно ниво на комуникација. Секоја организација кој има воспоставена добра и правилна комуникацијата се карактеризира со добри односите со јавноста и зголемена ефективност и ефикасност од работата.

Рубин[3] користи различни принципи и области во проучување на комуникацискиот систем и користејќи стандарден пристап, комуникацијата ја дели на:

[3] Rubin, R. B., Rubin, A. M., & Piele, L. J. (1999),. Communication research: Strategies and sources. Belmont, CA: Wadsworth, str. 5-7.

— **Интерперсонална комуникација** - вклучува проучување на комуникациска интеракција и меѓучовечки односи и врски. Истражена е улогата на невербалните и вербалните пораки во развојот и одржувањето на личните односи. Темите за меѓучовечка комуникација вклучуваат вештини за убедување, меѓучовечки конфликти, привлечност на соговорниците, страв од комуникација итн.;

— **Комуникацијата во мали групи** - област во која се изучува комуникацијата на три или повеќе луѓе. Истражува како се формираат малите групи, како постигнуваат цели и решаваат проблеми. Најчестите теми се кохезијата на групата, улогите на членовите и раководството на групата, консензус и конфликт во мала група, успехот на мала група, семејството како мала група, итн.;

— **Кодовите за јазик и значење** - се област која тематизира вербални и невербални знаци и пораки. Во оваа област се истражува интеркултурна и невербална комуникација, обликување, пренесување и толкување на пораки и одредени јазични и семиотички теми од структурата на јазикот и текстот, фонологијата, семантиката и прагматиката;

— **Организациската комуникација** - област во која се изучуваат пораките што се разменуваат во и помеѓу различни организации. Проучени се проблемите и начините на меѓучовечка и мала групна комуникација во контекст на организацијата. Темите вклучуваат комуникација помеѓу претпоставените и подредените, преговарање, решавање конфликти, мрежи и системи за деловна комуникација, итн.;

— **Јавната комуникација** - опфаќа областа на комуникација на јавни форуми. Темите се реторика, убедување, аргументација, дискусија. Областа, исто така, вклучува проучување на теми од образовна и политичка комуникација;

— **Масовна комуникација** - значи проучување на (еднонасочна) комуникација со посредство со помош на масовните медиуми, како што се печатени, телевизиски, филмски и интернет. Темите вклучуваат дизајн и влијание на пораките во масовната комуникација, јавното мислење, медиумското законодавство, критичкат анализа на пораки во медиуми и многу повеќе. Под-области се рекламирање, новинарство, односи со јавноста, медиумска култура итн.[4]

Комуникацијата во современите компаниите се врши постојано и тоа со размена на пораки со клиенти, доставувачи, дистрибутери, конкуренти, инвеститори, новинари и претставници на заедницата.

Гарача наведува дека комуникација во компаниите е потребна особено кога треба:

- да ги воспостави и спроведе целите на компанијата / организацијата;
- да изработи планови за нивна реализација;
- да организира човечки и други ресурси на најуспешен и најефикасен начин;
- за избор, развој и евалуација на членовите на организацијата;
- да водат, водат, мотивираат и создаваат клима во која луѓето сакаат да придонесат;
- да го контролира постигнувањето на целите.[5]

[4] Rubin, R. B., Rubin, A. M., & Piele, L. J., (1999), *Communication research: Strategies and sources.* Belmont, CA: Wadsworth, str. 5-7

[5] Garača, N., Kadlec, Ž., (2011), *Komunikacija u procesu menadžmenta*, Practical management: Journal of management in theory and practice, Virovitica, str. 120.

1.2. Комуникациска компетентност во работата

Силни комуникациски вештини може да се постигнат само со поседување на квалитетно знаење и сручност, затоа треба да се посвети внимание во образованието и обуката. Со стекнување на знаења и стручност и организирање на обуки, организациите стануваат поконкурентни, поспособни и имаат подобро разбирање на однесувањето и потребите на нивните вработени, со што се зголемува иновативноста и конкурентноста.

Говорните и вештините за пишување (вклучително и јазичните вештини) се од суштинско значење за ефективноста на вербално-социјалниот елемент на комуникација. Затоа, успешноста на комуникацијата често се поистоветува со вербалните способности на една индивидуа, иако е познато дека луѓето комуницираат не само со јазикот, туку и со видот, насмевката и движењето (говор на телото). Рената Фокс објаснува дека се е комуникација: говор, тишина, дело и целосна пасивност.[6]

Јакобсон (1975) прави класична поделба на јазичните функции: референтна (комуникациска содржина), емоционална (се однесува на говорникот), контативна (насочена кон слушателот, на пр. вокативи), фатална (насочена кон самиот говорен канал), математичка (која зборува за јазик) и поетски (фокусирани на пораки, како уметност). Сепак, се посочува дека има многу повеќе јазични функции и се издвојуваат седум најважни: концептуални (што се однесува на формулацијата идеја, т.е. начин на користење јазични форми за пренос на содржина), текстуална (информативна структура, кохезија) лични (социјални карактеристики на говорникот, став кон пораката), меѓусебни (односи меѓу општествените улоги, ставови кон одредени учесници), контекстуална (физичка и временска средина , цел), процес (реализација и разбирање на комуникативниот чин) и естетски (јазична норма) .[7]

[6] Fox, R., (2001), *Poslovna komunikacija*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, str. 13-14.
[7] Prevzemeno od Fox, R., (2001), str. 14.

Учесниците во процесот на комуникацијата мора да поседуваат и способност да ја поврзат пораката со професионалниот и социјалниот контекст. Познавањето на јазикот претставува значаен елемент на комуникација. За да може комуникацијата да биде успешна потребно е знаење и обемно заедничко општествено знаење на сите учесници во процесот на комуникацијата.

Според Фокс основните компоненти на комуникацијата се:

- Јазични вештини - вербални и невербални елементи, јазична шема што е соодветна за одредена комуникациска ситуација, јазични опции, ситуациона вредност на опциите;
- Вештини за интеракција - познавање на карактеристичните карактеристики на комуникациската ситуација, избор и толкување на форми кои се соодветни за таа ситуација, организација на дискурс, норми на интеракција и толкување, стратегии за постигнување на комуникациските цели;
- Културно знаење - општествена структура, вредности и ставови, процеси на енкултурација.[8]

Фокс (2001;14) комуникациската компетентност ја дефинира како единство на јазична, социјална, културна и стратешка компетенција. Тоа е мешавина од јазични вештини и социјална интеракција. Вештините за социјална комуникација може да се споредат со возење автомобил, бидејќи постојат различни нивоа на совладување на вештината за возење автомобил. Некои луѓе се вистински виртуози на експресивно фатичка комуникација и социјален ритуал, додека кај други луѓе фактичката изведба е крајно лоша, но, од друга страна тие се ненадминливи во научната дискусија. Комуникациската компетентност се манифестира преку бројни форми на

[8] Fox, R., (2001), str. 14.

комуникација, кои се комплементарни една со друга и се јавуваат во различни комбинации.[9]

Деловната комуникација е многу значајна за водење на работат и бизнисот. Комуникацијата се одвива постојано на сите нивоа и форми, таа е неопходна, бидејќи луѓето, вработените мора да комуницираат за да постигнат каков било вид меѓучовечки однос. Добријевиќ (2017) наведува дека комуникацијата е основа на културата и не прави тоа што сме. Иако комуникацијата е основен и универзален феномен, таа мора да се прилагоди на одредени деловни ситуации за да биде што е можно поефикасна и успешна. Исто така, потребни ни се одредени вештини и знаења за одредени работни места. Користењето само на нашите вродени комуникациски вештини често е недоволно за успешна деловна комуникација[10].

Секогаш при промовирање производи, услуги, организации или поединци се користи деловна комуникација. Комуникацијата се врши со пренос на информации во деловниот свет. Луѓето се во постојана комуникација и кога разговараат, пишуваат текст, испраќаат е-пошта, при преписка со други луѓе преку социјалните мрежи, објаснуваат деловен проект, телефонираат или читаат.

Дуровиќ (2019) наведува дека две важни функции имаат клучно социо-реторичко значење за деловната комуникација:

- Лична функција - значи припадност кон социјална група, личен стил на комуникација и ставови кон чинот на комуникација или содржината на пораката.
- Интерперсонална функција - ги означува односите помеѓу различните учесници во процесот на комуникација, општествените улоги, ставови,

[9] Fox, R., (2001), str.15.
[10] Dobrijević, G., (2017), *Poslovno komuniciranje i pregovaranje*, Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 5.

мислења, споделено знаење и интеракцијата што се случува во самиот чин на комуникација.[11]

Деловната комуникацијата претставува основа за бизнисот, организацијата и менаџментот. Во деловното комуницирање вработените постојано меѓусебно комуницираат со: пренос на пораки, чување на преписки, размена и обработка на информации. Менаџментот со својата комуникација ја информираат организацијата за стратегии, издава наредби, комуницира со деловните партнери и со разни јавни лица. Тие поднесуваат извештаи за извршената работа, и примаат и издаваат наредби и упатства. Во процесот на деловна комуникација вклучен е секој вработен кој испраќа и прима информации за да може правилно да ја извршува својата работа.

Со примена на комуникациски вештини и техники во секојдневната работа како што се: писмена комуникација, вербална комуникација, невербална комуникција, пријателство и почит, точност и уредност се придонесува за позитивен резултат во работата и работењето на секоја организација.

Напредокот во работата/бизнисот е тесно поврзан со реализирана квалитетна деловна комуникација. Квалитетна деловна комуникација се остварува преку професионално, точно, доследно, уредно и квалитетно комуницирање, и спритоа се создава позитивна слика како за себе така и за организацијата на која се припаѓа. Доколку пак деловната комуникација се одвива површно, немарливо, неточно и со брзање, тогаш се остава негативен впечаток и лесно може да се дојде до неуспех, односно негативно ќе се влијае врз бизнисот.

Способноста за квалитетна деловна комуникација најчесто се стекнува со учење и постојана работа на себе, и при тоа стекнува ново сопственото знаење и нови комуникациски вештини.

[11] Jasna Duraković, (2019), *Poslovno komuniciranje u novomedijskom okruzenuju*, Univerzitet u Sarajevu, str. 33

Дураковиќ наведува дека деловната комуникација е најважниот фактор за впечатокот на една организација и може да ја претставува границата помеѓу нејзиниот успех и неуспех. Комуникациските вештини и техники како дружељубивост, доследност, точност и уредност се квалитети кои придонесуваат за позитивно искуство, позитивен исход во работата и работењето на секоја организација (деловен субјект).[12]

Работниот процес со активната комуникација има за цел да постигне најдобар можен резултат, поголем профит, подобар имиџ или по впечатлив бренд и секако да обезбеди подобро претставување на пазарот. Само со воспоставен систем на деловни комуникации едноставно може да се успее на денешниот модерен пазар на труд и капитал.

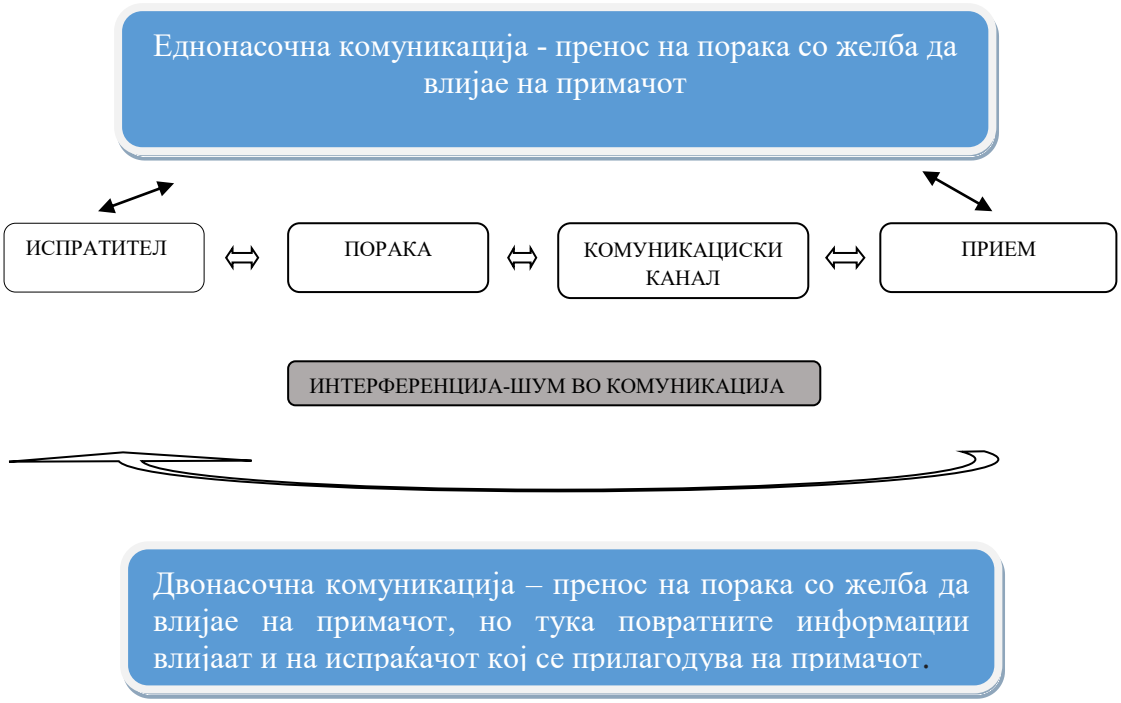
1.3. Карактеристики на комуникацијата во организациите – елементи на комуникацијата

Процесот на комуникација претставува сложено дејство, односно интеракција помеѓу луѓето. Самиот процесот на комуникација се состои од основни елементи без кои не е можна валидна двонасочна комуникација. Идентификување на основните елементи на комуникацијата е потребно за да може да се подобри комуникацијата и подобро да се разбире процесот на комуникација.

Дураковиќ го појаснува наједноставниот приказ на процесот на испраќање порака преку еднонасочна и двонасочна комуникација, кој е илустриран во следново:

[12] Jasna Duraković, (2019), *Poslovno komuniciranje u novomedijskom okruzenuju*, Univerzitet u Sarajevu, str. 35

Слика 1: Процес на пренос на пораки [13]



Сепак, Дураковиќ наведува дека комуникацијата е сложен двонасочен процес, кој се одвива во неколку фази, кои ги наведуваме овде:

- Поставување цел на комуникација - задоволување на потребата за комуникација - информации;
- Кодирање - трансформирање на мислите во форма погодна за пренос на порака;
- Пренос - испраќање порака;
- Прими - прими порака;
- Декодирање - претворање на порака во идеи (знаење, значење и чувства) на примачот;

[13] Jasna Duraković, (2019), *Poslovno komuniciranje u novomedijskom okruzenuju*, Univerzitet u Sarajevu, str. 38

- Поставување цел за комуникација - задоволување на потребата да се одговори на примената порака.[14]

Во студијата за ефективна комуникација и однесување во организациите, Алан Коен, објаснува дека основните елементи на процесот на комуникација се:

- Испраќач на пораката (комуникатор);
- Примач на пораката (примач);
- Порака (пренесена информација);
- Медиуми (канал / средства за пренос на пораки);
- Шум / пречки во комуникацијата (мешање во пренос на пораки);
- Перцепција (толкување и перцепција на порака);
- Повратни информации.[15]

Сепак мора да се наведе дека деловната комуникација претставува комплексен процес за остварување контакти меѓу поединци кои се тесно поврзани со професионални интереси, работа или службени активности. Учесниците во комуникациските интеракции само со официјално дејствување може да решат одреден проблем и да постигнат резултати. Карктеристичен е процесот на комуникациска интеракција и подразбира потчинување на одредена рамка, одредена национална традиција и културни обичаи и професионални етички стандарди.

Правилата на однесување во деловната комуникација се дефинираат преку норми и упатства. Нормите претставуваат правила на однесување во деловната комуникација кои се ориентирани хоризонтално и функционираат при комуникацијата меѓу членовите од иста група со еднаков статус. Упатствата претставуваат правила на

[14] Jasna Duraković, (2019), *Poslovno komuniciranje u novomedijskom okruzenuju*, Univerzitet u Sarajevu, str. 39

[15] Prevedeno i parafrazirano prema Cohen, R. A., (1992), *Effective Behavior in Organizations*, IRWIN, Homewood, IL, str. 39.

однесување во деловната комуникација кои се вертикална ориентација на правилата и ја одредуваат природата на интеракцијата помеѓу раководителот и подредениот.

Деловната комуникација се изразува и во културата на говорот. Со воспоставена комуникацијата деловните субјектите градат меѓусебни односи, ги разменуваат потребните информации и остваруваат заедничка соработка.

За да се одвива комуникациска интеракција непречено, потребно е:

- Да се воспоставуви контакт - да се разбире другата индивидуа;
- Да се владее со ситуација на комуникативна интеракција – да се разбере што се случува, одржување паузи и интервали;
- Да се разговара за прашање или проблем од интерес;
- Да се решава проблеми.

Успешна деловната комуникација се базира на принципи на соработка, партнерска основа и го застапува интересот на компанијата. Продуктивноста на трудот и креативноста може да се зголемат со остварување на деловна соработка, како најзначаен фактор во напредокот.

1.3.1. Видови комуникација

Фокс наведува дека „комуникацијата во една организација е сложен систем на проток на информации, наредби, желби и навестувања кои сочинуваат два делумно комплементарни системи: мрежата на формална и мрежата на неформална комуникација“.[16]

- При **формалната комуникација** има однапред утврдени правила и договори, и во предвид се земаат информациите во врска со политиката, процедурите, плановите. Формална комуникација се одвива со пренос на информации кои можат да бидат во говорна и пишана форма. Ваквите информации се движат по

[16] Fox, R., (2001), *Poslovna komunikacija*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, str. 41.

хиерархиски нивоа согласно организацискатa шема. При доделување на работни активности и информирање на вработените за целите и прогресот на организациите се користи формална комуникација. Формална комуникација во организациите се одвива преку канцелариските состаноци, билтени, пишувањето меморандуми и официјални писма. Формалната комуникација се карактеризира со прецизна и службена комуникација и се одвива со пренесувањето на вообичаените и идентични информации без одземање на преголемо внимание на менаџерите.

- **Вертикална комуникацијата одгоре – надолу** претставува комуникација во која информациите се движат од некоја точка во организационата структура надолу по синџирот на команда за да настане информирање на останатите или да влијание на нивното извршување. Оваа комуникацијата одгоре-надолу е неопходна за да може да се извршат одлуките и вработените во организацијата да ги добијат потребните информации. Со вертикална комуникација се информираат вработените за политики во организацијата и вообичаени постапки за работа и се добиваат повратни инфоормации за квалитетот на работата.

Современите организации користат различни методи на комуникација, за да дојде до поефикасно преминување на бариерите и информациите полесно да дојдат до оние за кои се наменети. Примери за овој вид на комуникација се: организациски билтени, огласни табли, електронска пошта и интернет, извештаи, брошури и редовни состаноци за информирање на вработените.

Сепак успешноста на комуникацијата одгоре-надолу не зависи само од раководните структури туку зависи и од спремноста на приматели за комуникација.

Ефективната вертикална комуникација од одгоре – надолу придонесува за квалитетот на изведбата и обезбедува лојалност на работниците/вработените кон организацијата. Менаџментот е одговорен за комуникациската стратегија во организацијата, како и за навремено доставување на точни и јасни информации.[17]

- **Комуникацијата во обратна насока, оддолу – нагоре**, започнува од најдолните структури во организацијата и се движи нагоре спрема врвот. Најчесто оваа комуникација ја иницираат вработените кои испраќаат информации кон повисоките хиерархиски структури и притоа влијаат во донесувањето на одлуките. Овој тип на комуникација е моќна алатка во менаџирањето. Менаџерите/раководителите, треба да ги мотивираат или потикнуваат вработените да се охрабруат за искажување на своите идеи, предлози за подобрување, забелешки, жалби и поплаки. Претпоставените во организациите кон своите вработени воспоставуваат добар однос и комуникација без проблем, и при тоа вработените учествуваат во креирање на одлуки. Во деловното работење има примери на организации кои ги наградуваат своите вработени за идеи за: заштеди, подобрување на квалитетот на добрата и услугите и пораст на профитот.

Комуникацијата од основата до врвот може да се поттикне и успешно да се реализира во неформална форма. Стиловите на управување како политика на т.н. „open door policy“ (правило на отворени врати) или „management by

[17] Fox, R., str. 42-43.

walking around“ (редовна директна комуникација помеѓу менаџерите и вработените) се типични примери за охрабрување на вработените да комуницираат често и неформално.[18]

- **Хоризонталната комуникација** се одвива помеѓу лица со ист статус во рамките на еден оддел, (или помеѓу различни работни единици) и дијагонална комуникација помеѓу лица со различен статус кои не се формално поврзани во организацискиот систем на комуникација. Голем дел од хоризонталната комуникација се одвива преку состаноци на поголем или помал број луѓе, разговори лице в лице, внатрешна кореспонденција и извештаи.[19]

  Хоризонталната комуникација овозможува полесен проток и забрзано ширење на информации, подобро разбирање, можност за координација и решавање на настанати проблеми внатре во организацијата. Многу организации се обидуваат да ја поттикнат хоризонталната комуникација, бидејќи таа на поединецот му овозможуваат социјална и емотивна подршка, а со овозможената подршка се доаѓа до зголемена ефективност и ефикасноста во работата.

- **Проблеми во комуникација** – „Марфиевиот закон“ ги објаснува проблемите на организацискаta комуникација: - “Ако нешто може да тргне наопаку, тогаш ќе тргне”. Најчест проблем на формална комуникација е пренатрупаност на информации при што примателот на информацијата не е во можност да ги оддели информации по значење. Проблем во комуникацијата настанува и при неискреност меѓу раководните лица и вработените. Сето ова резултира со

[18] Smith, F. D., *Management by walking around*, ProQuest SSM, Denver Vol. 8, Iss. 5, (Oct 2002),

[19] Jasna Duraković, (2019), *Poslovno komuniciranje u novomedijskom okruzenuju*, Univerzitet u Sarajevu, str. 60

недовеерба меѓу учесниците во процесот на комуникација и неуспехот на комуникацијата се должи или на примачот или на испраќачот. Како слабоста на овој вид на комуникација се смета и тоа што во одредена мера се попречува слободниот и континуиран проток на комуникација. Затоа колку има помалку хиерахиски нивоа во компанијата толку формалната комуникација ќе биде поефикасна.

Потребно е со комуникацијата да се одвива преку воспоставување дијалог и да тече во двете насоки.

- **Иднина на формална комуникација –** Современите организации се повеќе се посветени на подобрување на квалитетот на своето работењето. Менаџментот го напушта вообичаениот пристап на комуникација и се воведува интегриран пристап на комуникација. При интегрална комуникација во комуникацијата се вклучуваат сите учесници и секој информира секого. Со примена на интегралната комуникација настанува видлива промена во хоризонтална комуникација, се воспоставува слободен проток на информации и движење на информации во сите правци и секое време.

  За воспоставување успешна комуникација во организацијата менаџментот претставува значаен фактор. Иднината на формалната комуникација зависи од воспоставена хоризонтална комуникација од основа до врвот и создавање и одржување на меѓусебна доверба. Со воспоставена формална комуникација во организациите може да се очекува максимална креативност, ефикасност, ефективност, визија и продуктивност.

- **Неформалната комуникација** - Неформалната комуникација се движи во која било насока, не го следи синџирот на команда и е во функција на социјалниот живот на вработените во самата организација. Со неформална

комуникација се охрабрува ефективна комуникација помеѓу вработените, и менаџерите и нивните подредени. При неформална комуникација нема правила или упатства, освен правилото сите учесници во комуникацијата треба да се разберат едни со други. Влегување на вработените во канцелариите на своите претпоставени со цел да ги информираат за настанати проблеми претставува традиционален метод за подршка на неформалната комуникација.

Во неформалната комуникација учесниците во процесот припаѓаат на различни групи и притоа природата на врските меѓу нив постојано се менува. Неформалната комуникација повремено е корисно за менаџерот, но може да биде и проблем. Бидејќи менаџерот може да ги контролира неформалните комуникациски канали само делумно во интерес на одржување на комуникациската рамнотежа во системот, се препорачува навремено да се испраќаат информации до формалните канали во сите правци: отворена формална комуникациска мрежа е најдоброто средство за контрола на неформалните комуникација.[20]

Неформалната организациска структура е неофицијален дел од фирмата. Неформалните мрежи можат да бидат групи на колеги или пријатели во одделот или групи или мрежи на пријатели, колеги или познаници во целата организација. Менаџментот не само што не може да се ослободи од својата неформална структура бидејќи таа постои во сите институции и групи, туку таа структура е дури и неопходна за успешно функционирање на една организација. Неформалната организација ги пополнува празнините создадени од бирократијата и формалните структури. Сите менаџери добро знаат дека наредувањето на вработените строго да ги следат правилата и наредбите секако

[20] Fox, R., (2001), *Poslovna komunikacija*, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb, str. 47.

ќе има штетен ефект врз продуктивноста и непредвидливите можности кои не можат да се спречат со правила и закони. Вработените не можат успешно да ја вршат својата работа без информации и интервенција на неформални мрежи.[21] Неформалната комуникација е значајна за пренос на информации во една организација.

Поголем дел од вработени не сакаат да разговараат за своите проблеми со своите претпоставени, во вакви ситуации менаџерите треба да да иницираат разговор со нив, да бидат меѓу нив и да зборуваат со нив. Со поминување на менаџерите повеќе време со вработените полесно ќе се воспостави меѓусебната комуникација. Како резултат на ова полесно се создава неформална комуникациска мрежа. Информациите се пренесуваат со меѓусебни контакт на луѓето и притоа создаваат нови начини на информирање. Секојдневната комуникација најчесто се одвива помеѓу луѓе слични по повеќе основи: возраст, пол и време поминато на работа.

Најчести начини на неформална комуникација се: разговори на вработени на сите нивоа во различни сектори со разговор во канцеларија и телефонски и слични контакти во други делови на организацијата. Овој начин на комуникација се заснова на меѓусебни симпатии и пријателства и во повеќето организации е активна како гласини (популарни озборувања) кои кружат низ организацијата, шеги, цртани филмови и слично. Вообичаено, вестите што патуваат низ неформални канали имаат сензационалистички карактер, но многу ретко се неточни. Информации што патуваат преку неформални каналите се 75% точни, како што покажуваат истражувањата.

[21] Rouse, M. J. and Rouse S., (2005), *Poslovne komunikacije – Kulturološki i strateški pristup*, MASMEDIA, Zagreb, str. 23.

Неформалната комуникација го изедначува рангот на лицата и нивниот авторитет. Луѓето можат да ги пренесат сите неформални информации што сакаат на кој било во организациската структура. Неформалните мрежи имаат свои играчи кои ја сочинуваат суштината на истите.[22]

Неформалната комуникација се карактеризира и со одредени недостатоци, како такви најчесто се јавуваат: заблуди, гласини и нејасни податоци. Со овој начин на комуникација може да се пренесе и целосно непрецизна информација, и при тоа може повеќе да наштети, отколку да им помогне на организациите. При користењето на неформална комуникација најчесто не е возможно да се одреди одговорноста за потеклото или протокот на информацијата. Но сепак за да во една организацијата се постигне ефикасно и ефективно работење потребно е да се практикуваат формални и неформални методи на комуникација.

- **Внатрешна и надворешна комуникација во организацијата**

Во организациите деловната комуникација се реализира во две категории:

- Во рамките на организацијата (внатрешна комуникација); процес во кој учествуваат сите вработени во организацијата, и чија главна цел е реализација на планот. Внатрешната комуникација вклучува вертикална комуникација надолу (од горе до основни нарачки-инструкции), и вертикална комуникација нагоре (од база до врвни повратни информации-до наредби и упатства, мислење), хоризонтална и странична комуникација (размена на информации помеѓу вработените).[23]

[22] Stamenković, S., (2015), *Komunikacija i neformalni načini komunikacije u kompanijama*, ERAZ, Beograd, str. 385-393.

[23] Jasna Duraković, (2019), *Poslovno komuniciranje u novomedijskom okruzenuju*, Univerzitet u Sarajevu, str. 66

Внатрешната комуникација е исклучително важна за ефективноста на организацијата. Тоа е комуникација за која често се мисли дека е добро изведена, но вистината често не е. Зоран Томиќ објаснува дека е многу важно комуникацијата од горе надолу да биде успешна со цел целиот бизнис да има најдобри можни резултати. Тоа е термин кој вклучува организациска комуникација, како и сите комуникациски и информативни активности помеѓу членовите на организацијата, и се дефинира како планирана употреба на комуникациски акции за систематско влијание врз знаењето, ставовите и однесувањето на сегашните вработени, а нејзините цели се : координација и размена, корпоративна култура, идентификација, мотивација и ангажман, репутација и репутација и имиџ на корпорацијата.[24]

Внатрешната комуникација претставува комуникација помеѓу луѓе во една организација, помеѓу оддели на организација или помеѓу менаџмент и членство. Внатрешната комуникација се смета како основна алатка за успешно раководење на организациите. Најчести пречки во работата на организацијата се од комуникациска природа, поради тоа е потребно е да се спроведе подобар пренес на информации до соработниците. Компанија која има добра внатрешна комуникација се одликува со ефективна и тимска работа и постигнува добра позиција на пазарот.

- Надворешната комуникација се однесува на комуникација која ја остварува организацијата со сите надворешни чинители во средината во која работи организацијата.

Надвор од организацијата (надворешна комуникација); процес кој вклучува само индивидуални вработени во организацијата, комуникација на

[24]Tomić, Z., (2008), *Odnosi s javnošću – Teorija i praksa*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo, str. 249.

организацијата со надворешната средина (со медиумите, деловните партнери, потрошувачите / потрошувачите и поширокаата заедница), ја вклучува целата комуникација (директна, усна, телефонска, писмена, електронска итн.), и се во врска со создавањето и пласирањето на производи и услуги.

Внатрешната комуникација се користи за да се опише систем на организациски управувана комуникација во кој вработените се сметаат за најважни целни групи. Надворешна комуникација е значајна формалната надворешна комуникација во организациите која се врши преку: писмо, е-пошта, веб, телефон, факс или на друг начин. Со надворешната комуникација се гради квалитетот на организацијата и се креира имиџот на организацијата.

За надворешната комуникација со јавноста најзначајно е користење на интернетот, кој ги дава следниве бенефити: достапност на информации за организацијата 24 часа на ден, добра комуникацијата со клиентите, стекнување нови клиенти и интеракција и воспоставување директен контакт помеѓу клиентите и организацијата, проширување на постојниот пазар и огласување преку Интернет (многу поевтино).

Сите наведени средства се користат во надворешната комуникација со цел организацијата да се претстави на јавноста и да изврши промоција на своите услуги.

1.4. Комуникациски стратегии

Деловната комуникација претставува процес на комуникација и се одвива по однапред планирани активности. За да може организацијата да има успешна комуникација потребно е да развие стратегија за комуникација. Одредени автори како на пр. Сеид Масница (2018) посочува дека за да биде ефективна, стратегијата за

комуникација, пред се, мора да се третира преку три различни фактори истовремено: цели и објективност, оперативни ограничувања и императиви (работи што треба да се направат, а тоа не е можно) и објективни услови на околината. Кога целите вклучуваат комуникација со другите (или не ги вклучуваат), повеќето објективни услови за околината започнуваат од претпоставката дека јавноста ги знае цели. Понекогаш се вели дека перцепцијата е реалност, т.е. дека јавноста е вистинската перцепција за нашата реалност.[25]

Помот стратегијата потекнува од старогрчкиот збор stratēgos и значи водење армија (грчки stratos: војска, пред: да води, strategos: воен водач). Стратегија се однесува на одредена цел и значи правилна употреба на средства во времето и просторот, и примена на тактиките за постигнување на поставената цел. Таа претставува долгорочен план во работата на една организација.

Успешна деловна стратегијата може да се направи со следење на следниве принципи:

- добро разработен план за постигнување на успех во деловното работење;
- постапување во работење според план со цел реализирање на стратегијата;
- определување на позиција на производот на пазарот;
- перспектива определување на начин на функционирање,
- промисленост во спроведување на постапката за надмудрување на конкуренцијата.

Група автори (1993; 3) го дефинираат стратешкото планирање како процес преку кој водечките членови на организацијата ја замислуваат иднина на организацијата и ги развиваат потребните процедури и активности за да се постигне таа иднина.[26]

[25] Masnica, S., (2018), *Komunikacija u multietničkim zajednicama: konteksti, stereotipi, predrasude: (studija slučaja Mostar)*, Vlastita naklada, Mostar, str. 21-22.
[26] Goodstein, L., Nolan, T., and Pfeiffer, J.W., (1993), *Applied Strategic Planning: How to Develop A Plan That Really Works*, McGraw-Hill, New York, str. 3.

Патак (1992) од друга страна, го дефинира ова како модел на посакуваната иднина и ефективни начини што водат до негова реализација. Планирањето е составен дел на стратегијата и тоа е процес кој вклучува донесување и оценување на секој сет на меѓусебно поврзани одлуки пред да се преземе мерка во ситуација кога се верува дека посакуваната идна ситуација не може да се постигне без да се преземе мерка и дека се презема соодветна акцијата може да ја зголеми веројатноста.поволен исход. Патак додава дека стратешкото планирање е за справување со иднината на тековните одлуки.[27]

Милер и Грегори (1996; 26) тврдат дека стратешкото планирање е систем на логичен пристап кон задачата, одредување на крајните цели што една организација сака да ги постигне и средствата со кои ќе се постигнат овие крајни цели, и тој исто така ги дефинира како рационално или формално планирање. Рационалното планирање може да се спроведе за целата корпорација, за поединец, компанија или независни субјекти од стратешки деловни единици во разгранета корпорација.[28]

За да се пристапи кон стратешко планирање потребно е првин да се спроведат одредени подготвителни активности. Успехот на организации е тесно поврзан со добро изготвена стратегија од страна на менаџерите и вработените. Спроведување на стратешкото планирање е директно зависно од превземање на планови и мерки кои се превземаат за да организацијата постигне одредена цел.

Ефективна стратегија се гради врз основа на на познавање на внатрешните предности и слабости на организацијата. При изработка на стратегијата потребна е дефинирање на целта на организацијата, проучување и анализирање на надворешната средина, имајќи во предвид очекуваната или можната иднина и на крајот го одредува

[27] Pathak, A.V., (1992), *International Dimensions of Management*, Wadsworth Publishing Co., California, str. 70.
[28] Miller, A. And D., Gregory, G., (1996). *Strategic Management*, The McGraw – Hill Co.Inc., New York, str. 26

правецот на своите активности. Стратегијата треба да и помогне на организацијата да се прилагоди на нејзината променлива средина на ефективен начин.

Најуспешните стратешки планови ги содржат следните четири основни елементи:

1. Потребна е анализа / преглед на состојбата (микросредина) - Што правите? Која е вашата мисија? Кои се вашите клиенти и каков е вашиот пазар? На кого му давате услуги? Каков е нивниот профил? Каква е вашата моментална ситуација? Што знаете за вашата конкуренција? Дали сте таму каде што би сакале да бидете?

2. Тестирање на околината / претпоставка (макрооколина) - Кои надворешни сили претпоставувате дека ќе влијаат врз вас во текот на животот на планот? Какви ограничувања самонаметнати прифаќате? Кои вредности ги одредуваат вашите постапки?

3. Стратешко резиме - Кои се вашите предности / слабости? Кои се вашите можности и закани на пазарот? Кои се вашите конкурентни предности и недостатоци? Кои се вашите долгорочни и краткорочни цели, кои се вашите стратегии и тактики? Како ќе ги измерите вашите резултати?

4. Планови за подготвеност - Како ќе ги разјасните невидливите сили? Што ќе направите ако работите не одат според планот? Како можете да го предвидите неочекуваното, а сепак да ги постигнете своите цели? [29]

Доколку одредена организација посакува постигање на подобрување на резултати во своето работење потребно е да развие комуникациска стратегија. Притоа се врши анализа на основни постапки и задачи на комуникација во организацијата. Со разработка на добра комуникациска стратегија може да се намали бројот на настанати

[29] Potter, L., (2001), *Komunikacijski plan: Srž strateških komunikacija*, PRint, Zagreb, str. 24.

препреки за комуникација и да дојде до зголемување на можноста за успех на секоја комуникациска задача.

Rouse наведува четири основни елементи на успешна стратегија за комуникација:

1. Стратегија за комуникатор (испраќач на порака),

2. Стратегија за публика (примач на порака),

3. Стратегија за канали (пренос на порака) и

4. Стратегија за пораки. [30]

При развој на стратегија за комуникатор, најпрвин треба да се определи кој е главен испраќач на пораката, да се разработат прашањата за тоа каква порака ќе се прати, како ќе се испрати пораката, каква цел ќе се постигне со праќање на пораката, како се гледа пораката од страна на публиката и веродостојност на испраќачот во очите на публиката.

Кога се врши планирање на комуникација, потребно е да се согледа целта на комуникацијата, односно задачата која треба да се изврши, со цел полесно да се одлучи пристапот кој ќе се презема.

Сите комуникациски задачи се реализираат преку два вида цели: општи и специфични цели. Општите цели ја претставуваат причината поради која е започнато комуницирањето. Во општи цели најчесто спаѓаат директни изјави кои се однесуваат на тоа што треба да се постигне и каков проблем треба да се реши.

Специфичните цели на комуникацијата пак ја дефинираат општа цел попрецизно. Со специфични цели се искажуваат дејства кои треба да се направат со цел постигање на општи цели за определен временски период.

При изработка на стратегијата за комуникација најпрвин треба:

[30] Rouse, str. 89.

- да се одредат целите за она што треба да се постигне со комуникација и да се запишат целите за да може да се реализира комуникацијата.

Вториот чекор во изработка на стратегија на комуникација е:

- како да се постигне кредибилитет кај публиката (доверба, сигурност, експертиза, чесност и моќ), како ќе реагира публиката и дали може да ни верува публиката.

Анализа на публиката е процес кој се врши за да може полесно да се проценат кои се потребите на публиката и како најлесно можат да се постигнат комуникативни цели. Пред да се определи каква порака треба да се прати на публиката, се прави анализирање на публиката, при што комуникацијата полесно ќе се прилагоди на интересите и очекувањата на публиката. Најпрвин потребно е да се определи публиката, па дури потоа започнува анализа на публиката. При анализа на публиката потребно е да се знае какви информации поседува публиката за нас и дали верува во нас, за на крај да претпоставиме како ќе ја прими порака и какви цели ќе постигнеме со испраќање на планираните пораки.

Кога се прави анализата на пораките начесто се врши анализа на содржината, стилот и структурата на пораката. Зависно од намерата со која треба да се комуницира со публиката и какви цели се поставени за да се воспостави комуникација ќе се формира содржината на пораката. Од поставените задачи на комуникација и контекстот на комуникацијата ќе се формира стилот на пораката. Со нагласување на клучните идеи на пораката се фомира структура. Генерално, пораките имаат една цел, а тоа е да дадат информации, да решат проблем или да одговорат на прашање. Основната содржина на пораката треба да биде нашата комуникациска цел. Во секоја порака што ја испраќаме, треба да направиме акцент во одреден дел или да нагласиме што е најважно за публиката. Сите важни елементи на пораката треба да се нагласат на некој

начин. Кога зборуваме за стилот на пораката, тоа зависи од нашата намера, но повеќето комуникации се обидуваат да убедат, информираат и советуваат.[31]

Значаен елементпри изработка на стратегијата за комуникација е изборот на канали за комуникација. Каналите за комуникација се средствата со кои се пренесуваат пораките. Кога имаме избор, нашата одлука да користиме канал за комуникација треба да се базира на нашите сопствени цели, анализа на публика и соодветноста на каналот до пораката. Каналот треба внимателно да се избере со цел публиката да ја прими пораката што е можно подобро. Изборот на канал, исто така, треба да ги земе предвид времето, трошоците и потребата за снимање комуникација. На крајот на краиштата, кој канал и да го избереме, треба да го прилагодиме на нашите цели, публика и порака.[32]

Овие четири стратегии се примери на стратегии што ги користат искусни комуникатори. Со овие стратегии, продавачите, ПР и медиумските професионалци ја зајакнуваат својата порака и ги „принудуваат“ клиентите да ги купат нивните производи. Менаџерите и професорите често ги користат овие стратегии за да им помогнат на работниците или студентите да научат и да се сетат на она што го научиле полесно. Користењето на овие стратегии, за да се добијат конструктивни резултати од нашата комуникација, значи примена на принципите на успешна комуникација.[33]

Организациите за да постигнат деловен успех на сите полиња и голема популарност кај јавноста, потребно е нејзините менаџери да бидат комуникативни, отворени и гласни во остварување на нивните намери, дури понекогаш треба да се вложат и последна капка сила и генијалност за да бидат најдобри на теренот. Потребата да се биде најдобар се наметува бидејќи компаниите комуницираат со широка јавност. Главна задача на организациските комуникатори е размена на

[31] parafrazirano prema Rouse, str. 101-105.
[32] Rouse, str.105-106.
[33] Rouse, str. 107

квалитетни информации со својата публика, преку координирана акција, со цел да се обезбеди светла иднина во бизнисот.

Потер посочува дека планот за комуникација е во сржта на стратегискиот менаџмент на комуникација. Ја усогласува комуникацискатa активност со мисијата, долгорочните и краткорочните цели, стратегиите и тактиките на организацијата на мерлив начин, т.е. на стратешки начин. Широко објаснето, планот за комуникација е писмена изјава за процедурите за комуникација во кои ќе се вклучите за да помогнете да се постигнат одредени организациски цели, временската рамка за спроведување на планот, буџетот и како да се измерат резултатите. Се базира на вистинските деловни проблеми со кои се соочува организацијата и ја усогласува комуникацијата за овие проблеми со деловните цели. [34]

Планот за комуникација треба да ги содржи следните четири компоненти:

- Утврдување на цел на комуникација – за да се постигне посакуваната цел, најчесто потребно е да се спроведе истражување на јавно мислење;
- Дефинирање на целни групи – во целни групи се вклучени директните корисници и пошироката јавност, и при тоа се креираат и испраќаат јасни комуникациски пораки за целните групи;
- Утврдување на комуникациските пораки што ќе бидат соопштени на учесниците во проектот – се креираат јасни и едноставни пораки кои се испраќаат до јавноста,
- Утврдување комуникациски канали и активности – определување на комуникациски канали и активности во процесот на комуникација е клучно, бидејќи се овозможува ефикасно пренесување на пораките до целните групи, а притоа се остваруваат задоволни придобивки по имплементацијата на проектот.

[34] Potter, str. 72.

Според Потер модел за стратешки план за комуникација содржи десет чекори:

1. Извршно резиме (важно затоа што е брзо и обезбедува корисен преглед на планот; го привлекува вниманието на носителите на одлуки со сумирање на вашите деловни проблеми, предлагајќи соодветен процес на комуникација за постигнување на саканите резултати и последователно оценување и мерење на евалуацијата на тие резултати);

2. Процес на комуникација (опис на комуникацијата како менаџерска алатка, опис на двонасочен симетричен модел на комуникација, опис на улогата и одговорностите на менаџерот во комуникацијата, објаснување како комуникацијата може да ги реши организациските проблеми и да ги искористи можностите и информациите што ќе ги имате од имплементацијата);

3. Хронологија на настани (вклучува дискусија за организацискатa мисија, визија и вредности, минати настани што ве доведоа до моменталната состојба и каде оди организацијата

4. Анализа на ситуацијата/Проблеми/Теми (дефинирање на причините и последиците);

5. Изјава за општата порака / потенцијални теми (идентификација на теми од постоечки проблеми или тековни настани на организацијата);

6. Јавност / Засегнати страни / публика (одредување на јавноста, односно клучна публика до која се испраќаат пораки);

7. Пораки за главните засегнати страни (создавање јасни, концизни и разбирливи пораки, пораки до публиката треба да го подобрат знаењето за проблемот, неговото разбирање и преокупација со него, пораките мора да ја подобрат

продуктивноста, да го стимулираат интересот за проблем и да ја објаснат причината за одлуката);

8. Имплементација (поврзување на планот за комуникација во една целина);

9. Буџет (одредување трошоци заради утврдување вредност);

10. Мониторинг и евалуација (следење и евалуација на односите, евалуација преку анкети и мерење на резултатите од перформансите со цел да се знае како поправилно да се дејствува во идни ситуации) .[35]

При стратешко планирање организациите користат класични техники. Комуникаторот ги постигна своите цели со следење на правилни процедури на организациите, како алатка за стратешко планирање.

[35] Parafrazirano prema Potter, L., (2001), *Komunikacijski plan: Srž strateških komunikacija*, PRint, Zagreb, str. 73-148.

2. КОМУНИКАЦИЈАТА ПОМЕЃУ АДМИНИСТРАЦИЈАТА НА ЕВРОПСКИТЕ ИНСТИТУЦИИ

2.1. Политики на комуникацијата во институциите на ЕУ

Европската унија за своите активности и донесени одлуки ги информира граѓаните и сите засегнати страни. Правото на воспоставување комуникација на институциите со граѓаните е правно втемелена во Повелбата за основните права на Европската унија. Во повелбата се втемелени правата на граѓаните да бидат информирани за сите европските прашања. За поефикасно и поквалитетно информирање, институциите на Европската унија имаат развиено повеќе алатки и разни видови на услуги кои овозможуваат информирање на јавноста и ги информираат граѓаните.

Повелбата за основните права на Европската унија стапува на сила со Договорот од Лисабон на 1. Декември 2009 година.

Покренатa е граѓанска иницијатива во 2012 година, која им овозможи на граѓаните да бидат директно вклучени во усвојувањето на новото законодавство и во европските прашања.

За реализирање на своите активности институциите на ЕУ вработуваат стручен кадар. Покрај вработување институциите обезбедуваат и сопствен буџет. Буџетот е специјално дизајниран заради обезбедување на потребите на граѓаните и им овозможува лесно достапни информации за Унијата на јазик што го разбираат. Како резултат на донесениот буџет, овозможен е пристап на јасни информации и граѓаните имаат можност да земат активно учество во демократскиот живот на Унијата.

Институциите во Европската унија своите одлуки и активности ги носат отворено и блиску до граѓаните. При носење на своите одлуките, институции се водат по начела на транспарентност, отвореност и овозможено учество на граѓаните.

Генералниот директорат за комуникации на Комисијата е одговорен за објаснување на политиките на ЕУ на јавноста и ја одржува Комисијата информирана за политичката ситуација и трендовите во јавното мислење и медиумите. Исто така, ги координира комуникациските кампањи во рамките на Комисијата.

— Ја дефинира и следи институционалната слика на Комисијата;
— ја дефинира и следи институционалната слика на Комисијата;
— комуницира со медиумите и јавноста за политички приоритети и теми од политичко значење и/или јавен интерес;
— обезбедува институционални алатки за комуникација и стручни совети за другите одделенија на Комисијата;
— организира паневропски кампањи во врска со приоритетите на Европската Унија;
— координира проекти со други институции на ЕУ и национални влади;
— ја информира Комисијата за јавното мислење и ризиците за нејзиниот углед во земјите на ЕУ;
— ја информира Комисијата за политичката ситуација низ ЕУ;
— помага во евалуацијата на комуникациските активности на Комисијата,
— помага на Канцеларијата на портпаролот.[36]

Од страна на Европската комисија изготвен е правилник за примена на интернетот под име „Europa Web Guide“. Во правилникот се опфатени уредувачки, правни, технички, визуелни и договорни аспекти за креирање на веб-страници. При креирање на веб-страници должни се институциите да ги почитуваат правилата и упатствата како да планираат, дизајнираат, градат, одржуваат и да се архивираат веб-страници.

[36] https://ec.europa.eu/info/departments/communication_bg#responsibilities

Комисијата во официјалните документи за комуникација на институциите со јавноста, комуникацијата ја заснова на три принципи, и тоа:

• институциите треба да се насочат кон слушање на јавноста и почитување на нивните мислења и прашања;

•институции вршат информирање на јавноста за начините на кои политиките на Европската Унија влијаат врз секојдневниот живот на граѓаните и жителите,

• институциите вршат поврзување на луѓето на локално ниво преку обраќање во нивната национална или локална средина преку нивните омилени медиуми.

Договорот од Лисабон стана обрзувачки за сите земји членки на Европската унија и Повелбата се здоби со правен статус како и Договорите. Со Повелбата е поставена заедничка рамка преку која се овозможи институции на ЕУ преку комуникацијата да ги претстават сите достигнувања на јавноста.

Дел од значајните членови на Повелбата се следните:

- член 11 (право на информации и слобода на изразување и слобода и плурализам;
- член 41 (право на поединецот да биде сослушан и право на пристап до документите што се однесуваат на него),
- член 42 пристап до документи на институциите на ЕУ) и
- член 44 (право на петиција). [37]

Во Договорот за функционирање на Европската унија (UFEU) за комуникациската политика нема посебна правна основа, па секое дејство на ниво на ЕУ се повикува на член 352 од Договорот за функционирање на Европската унија (UFEU).

[37] https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/144/communication-policy

Член 352

1. Доколку политиките утврдени во договорите покажат дека е потребна акција на Унијата за да се постигне една од целите утврдени во договорите, а договорите не ги обезбедуваат потребните овластувања, Советот ќе постапи едногласно на предлог од Комисијата и со претходна согласност од Европскиот парламент. Кога Советот ги усвојува посебните мерки за кои станува збор во согласност со посебна законодавна процедура, тој исто така постапува едногласно на предлог на Комисијата и со претходна согласност од Европскиот парламент.

2. При примената на постапката за следење на усогласеноста со принципот на супсидијарност утврден во член 5 (3) од Договорот за Европската унија, Комисијата ќе го привлече вниманието на националните парламенти на предлозите засновани на овој член.

3. Мерките засновани на овој член не вклучуваат усогласување на законите, регулативите или административните одредби на земјите-членки каде што таквото усогласување е исклучено со договорите.

4. Овој член не може да биде основа за постигнување на целите на заедничката надворешна и безбедносна политика и секој акт донесен во согласност со овој член мора да ги почитува границите утврдени во вториот став од член 40 од Договорот за Европската унија.[38]

За да се овозможи на граѓаните подобар пристап и подобро разбирање на влијание на политиките на Европската унија и земји членки и да се подобри соработката и поврзаноста меѓу институциите на национално и локално ниво, Парламентот, Советот и Комисијата се договорија за дефинирање на меѓуинституционални приоритети во областа на комуникација. Заедничка декларација

[38] https://eur-lex.europa.eu › TXT

за комуникација на институциите во ЕУ се дефинира во Одлуката на европски парламент од 9 октомври 2008 година за одобрување на Заедничката декларација „Заедничка комуникација во Европа“ (2007/2222 (ACI)) (2010 / C 9 E / 11)

Одлуката на Европскиот парламент е донесена врз основа на :

- член 255 од Договорот за ЕЗ,

- резолуција од 13 март 2002 година за комуникацијата на Комисијата за нова рамка за соработка за активностите на информацискатa и комуникацискатa политика на Европската унија (1),

- резолуција од 10 април 2003 година за стратегијата за информации и комуникација на Европската унија (2),

- резолуција од 12 мај 2005 година за спроведување на информацискатa и комуникацискатa стратегија на Европската унија (3),

- резолуција од 16 ноември 2006 година за Белата книга за европска комуникациска политика (4),

- одлуката на Конференцијата на претседатели од 25 септември 2008 година

- предлогот за заедничка декларација за „Комуницирање на Европа во партнерство“,

- правилата 120 (1) и 43 (1) од неговиот Деловник,

- извештајот на Комисијата за уставни прашања (A6-0372 / 2008),

А: со оглед на тоа што комуникацијата е важен елемент и на претставничката демократија и на партиципативната демократија;

Б. со оглед на тоа што еден од силните демократски елементи на ЕУ се однесува на комуникациските структури на европско ниво кои ги поврзуваат институциите со граѓаните,

В. со оглед на тоа што искуството стекнато од претходните европски избори и референдуми сугерира дека оние кои се информирани и заинтересирани за прашањата

на ЕУ имаат поголема веројатност да учествуваат отколку оние кои се помалку добро информирани. со оглед на тоа што ова е потврдено со истражувањето спроведено по референдумот во Ирска;

Г. со оглед на тоа што комуникацијата за прашањата на Европската унија бара политичка посветеност на сите нивоа од страна на институциите на ЕУ и земјите-членки,

1. Ја одобрува Заедничката декларација за комуникација со Европа во партнерство приложена кон оваа Одлука и одлучува да ја приложи Декларацијата кон нејзиниот Деловник; бара декларацијата да се објави во Службениот весник на Европската Унија;

2. Го упатува својот претседател да ја достави оваа одлука и нејзиниот анекс до Советот и Комисијата.

Цели и принципи

1. Европскиот парламент, Советот и Европската комисија придаваат големо значење на подобрувањето на комуникацијата за прашањата на ЕУ, со цел да им се овозможи на европските граѓани да го остварат своето право да учествуваат во демократскиот живот на Унијата, во кој се донесуваат одлуки каде што е можно. најголемо почитување на принципот на отвореност и што поблиску до граѓаните, почитувајќи ги принципите на плурализам, учество, отвореност и транспарентност.

2. Трите институции ја изразуваат својата желба да промовираат приближување на ставовите за комуникациските приоритети на Европската унија како целина, да ја промовираат додадената вредност од усвојувањето на пристапот на ЕУ за комуникација за европските прашања, да ја олеснат размената на информации и најдобри практики. да се постигнат синергии меѓу институциите во спроведувањето на комуникациските активности поврзани со овие приоритети и да се поддржи, онаму каде што е потребно, соработката меѓу институциите на ЕУ и земјите-членки.

3. Трите институции признаваат дека комуникацијата за прашањата на Европската унија бара политичка посветеност од институциите на ЕУ и земјите-членки и дека земјите-членки имаат одговорност да комуницира со граѓаните за прашањата на ЕУ.

4. Трите институции сметаат дека информациско-комуникациските активности за европски прашања треба да им обезбеди на сите пристап до објективни и разновидни информации за Европската Унија, и да им овозможи на граѓаните да го остварат своето право да ги изразат своите ставови и да да земат активно учество во јавната дебата за прашањата на ЕУ.

5. Трите институции ќе промовираат почитување на повеќејазичноста и културната различност во информации и комуникациски активности.

6. Трите институции се политички посветени на постигнување на горенаведените цели. Тие поттикнуваат други институции и тела на ЕУ да ги поддржат нивните напори и, доколку се сака, да придонесат во овој пристап.

Партнерски пристап

7. Трите институции ќе ја земат предвид важноста на партнерството меѓу земјите-членки и институциите на ЕУ во исполнувањето на комуникациските предизвици за прашањата на ЕУ да обезбеди соодветно ниво, ефективна комуникација со најширокиот можен круг на јавноста и нејзината објективни информации. Тие сакаат да работат со националните, регионалните и локалните власти, како и со претставници на граѓанското општество. За таа цел, институциите би сакале да поттикнат прагматичен партнерски пристап. C 9 E / 66 MK Службен весник на Европската Унија 15.1.2010 четврток, 9 октомври 2008 год

8. Во овој контекст, тие потсетуваат на клучната улога на Меѓуинституционалната група за информации (IGI), кој им служи на институциите како рамка на високо ниво за промовирање на политичката дебата за информации и

комуникациски активности поврзани со ЕУ со цел да се промовираат синергии и комплементарност. За таа цел, MGI, со кој копретседаваат претставници на Европската Парламентот, Советот и Европската комисија, со учество на Комитетот на регионите како набљудувачи и Европскиот економски и социјален комитет, начелно се состанува двапати годишно.

Рамка за заедничка работа

Трите институции имаат намера да соработуваат на следнава основа:

9. Почитување на индивидуалната одговорност на секоја институција на ЕУ и земјите-членки за свои комуникациски стратегии и приоритети, трите институции еднаш годишно ќе постави, во рамките на IGI, ограничен број заеднички приоритети за комуникација.

10. Овие приоритети ќе се засноваат на комуникациските приоритети поставени од институциите Телата на ЕУ во согласност со нивните внатрешни процедури и ќе ги надополнат, каде што е потребно, стратешките погледи и напори на земјите-членки во оваа област, земајќи ги предвид очекувањата победниците.

11. Трите институции и земјите-членки ќе направат напори да ја промовираат потребната поддршка комуникација во однос на утврдените приоритети.

12. Службите одговорни за комуникација во земјите-членки и во институциите на ЕУ треба да го сторат тоа во однос на едни со други за да се обезбеди успешно спроведување на заедничките комуникациски приоритети, како и и други комуникациски активности на ЕУ, каде што е соодветно врз основа на соодветни административни мерки аранжмани.

13. Институциите и земјите-членки се поканети да разменуваат информации за други комуникациски активности за прашањата на ЕУ, особено за комуникациските активности предвидени од институциите и властите во различни сектори кога тие водат до информативни кампањи во земјите-членки Земји членки.

14. Комисијата е поканета да известува до другите институции на ЕУ на почетокот на секоја година за главните достигнувања во спроведувањето на заедничките комуникациски приоритети од претходниот година.

15. Оваа политичка декларација беше потпишана на [датум].

Употреба на симболите на Унијата во Парламентот (ново правило 202а) P6_TA (2008) 0472 Одлука на Европскиот парламент од 9 октомври 2008 година за додавање на Деловникот за работа за новото правило 202а за употреба на симболите на Унијата во Парламентот (2007/2240 (REG) (2010 / C 9 E / 12) Европскиот парламент, - имајќи ја предвид неговата резолуција од 11 јули 2007 година за свикување на Меѓуинституционалното собрание, Конференција (1), а особено став 23 од истата, - имајќи го предвид писмото од неговиот претседател од 12 септември 2007 година.[39]

Влијание на Парламентот во комуникацијата

Парламентот, како претставнички орган на граѓаните има значајна улога во информирање на граѓаните за работата на Европската унија, ги изразува нивните потреби и постапува согласно нив. Како резултат на подобрена комуникација чувството на граѓаните за припадност кон Унијата е подобрено. Во интерес на Парламентот на ЕУ е да разработи соодветни комуникациски стратегии и политики со цел комуникацијата со граѓаните да остане во добра корелација.

Парламентот во своите извештаи континуирано дава предлози за подобрување на комуникација на Унијата со граѓаните. Во резолуцијата за креирање на јавно мислење од 7 септември 2010 година се дава предлог за потикнување на граѓаните за активно учество во дебати, со подобрена комуникација меѓу владите, политичките партии, универзитетите, јавните радиодифузни сервиси и институциите. Ова се практицира со креирање на платформата „Debating Europe“ каде активно учество земаат пратеници од парламентот кои остваруваат дискусија со граѓаните.

Парламентот истотака даде подршка и на Европската граѓанска иницијатива. Парламентот се повикува на одредби со кои се дава право да се потпише Европската граѓанска иницијатива без разлика на националност, да се поедностават процедурите

[39] Communicating Europe in partnership European Parliament decision of 9 October 2008 on the approval of the joint declaration on Communicating Europe in Partnership (2007/2222(ACI))

за поднесување на иницијативата и да се зајакне влијанието. Со усвојување на резолуцијата за ревидирање на Европската граѓанска иницијатива во 2015 година се поедноставуваат барањата за лични податоци и финансирање на организации за подршка на иницијативата.

По барање на Европската граѓанска иницијатива во Парламентот се прават нови регулитиви и како резултат на тоа со собирање на изјави за поддршка на граѓански иницијативи во 2020 година се усвоени привремени мерки со последици од пандемијата.

Парламентот, комуникација со јавноста ја остварува со користење на својата веб-страница, со овозможена достапност на информации и документи на 24 официјални јазија на ЕУ. Имајќи во превид за значењето на медиумите за креирање на мислења и известување за спроведени активности, парламентот обезбедува веродостојни информации, алатки и ресурси на својата веб-страница. Медиумската покриеност се следи преку канцеларија за медиуми. На граѓаните им е овозможено посета на пленарни сали. Парламентот има по една канцеларија за врски за комуникација со секоја земја-членка. Канцелариите за врски претставуваат и информативни центри и им овозможуваат на граѓаните разберат и добијата информации за работата на Парламентот.

Собранието како дел од својата работа ги информира граѓаните за изборите во 2019 година. Спроведената кампања преку институции имаше за цел да ги информира граѓаните за европските избори и знашењето на изборите за иднината на ЕУ. Промовираната кампањата е спроведена на непартиска основа, а се врши заради подршка на поединечни партии и кандидати. Платформата беше достапна на 24 јазици. За реализирање на платормата се ангажирани околу 150.000 волонтери. Волонтерите се ангажирани со цел да потикнат поголема излезеност на граѓаните на гласање. Платформата се трансформира во together.europarl.europa.eu – паневропска заедница со главна задача да им овозможи на граѓаните да се информираат сите настани кои се организирани од заедницата и Парламентот.

Парламентот со промовирање на иницијативите за страниците „Што прави Европа за мене“ и апликацијата „Европа на дланка“ го промовира дијалогот и информирањето на граѓаните на Европската унија за активноститse на Европската унија.

2.2. Персоналот на ЕУ – институциите и употреба на службените јазици

Европската унија ја подржува политиката на повеќејазичност, ги охрабрува своите граѓани и им дава подршка да го користат својот мајчин јазик и им дава можност да користат и други два официјални јазици. Европската унија за постигнување на оваа цел континуирано изготвува финансиски програми кои пружаат подршка за промовирање на учење на јазик и јазична разновидност.

Почитувањето на јазичната различност во институциите во Европската унија е многу значајна поради зачувување на добрите односи меѓу ЕУ и нејзините граѓани. За администрацијата на Европската унија претставува вистински предизвик спроведување на мултијазичноста, односно употребата на големиот број на официјални јазици - 24 на ЕУ.

Во однос на употребата на официјалните јазици, институциите во ЕУ имаат дискрециono право на одлучување, ова дискрециono право на одлучување се должи на прашање на добра администрација. Но мора да се нагласи дека постојат и тешкотии во употребата на мултијазичност и како најчести се наведуваат:

- зголемените трошоци за превод;
- побавното одлучување,
- неусогласеноста помеѓу јазичните верзии.

Потребно е да се направи усогласување на јазичната разновидност и јазичната еднаквост со административната ефикасност и буџетските ограничувања.

За да се подобри употребата на официјалните јазици на ЕУ во сите институции, тела, агенции и канцеларии на ЕУ во комуникацијата со јавноста изготвен е водич со препораки од страна Народниот правобранител во јули 2019 година.

Препораките би требало да ја насочат администрацијата на ЕУ во насока на правилна употреба на 24 службени јазици во службената комуникација на институциите со јавноста. При комуникација со јавноста сите институции, тела, агенции и канцеларии на ЕУ би требало да имаат:

2.2.1. Воспоставена јасна политка за употреба на официјалните јазици на ЕУ

Воспоставена јасна политика за употребата на официјалните јазици на ЕУ – при воспоставување на разни комуникации како што се јавни консултации, административни процедури или односи со печатот, да се одредат кои јазици ќе се користат во дадената ситуација. Воспоставена добра административна практика ќе биде воспоставена кога институции, тела, агенции и канцеларии на ЕУ имаат јазична политика. Но мора да се нагласи дека јазичната политика претставува дискреција на секоја организација;

2.2.2. Објавата на воспоставена политика

Објавата на воспоставена политика за употребата на официјалните јазици на ЕУ да биде на својата веб-страница на сите официјални јазици – целта на ова објава е оваа активност да биде лесно достапна за користење на граѓаните;

2.2.3. Почитување и доследна примена на воспоставена политика

Почитување и доследна примена на воспоставената политика за употребата на официјалните јазици на ЕУ на ниво на цела институции, тела, агенции и канцеларии на ЕУ – за да активноста се применува на ниво на цела институција потребно е да се назначат службеници за јазична политика или да се припрема редовен извештај. Примената на јазичната политика може да биде

и дел од годишен извештај со посветен дел. Оваа препорака служи да ја илустрира потребата на организациската структура да ја поддржат добрата практика, која е во согласност со оваа практична препорака и е на нејзина дискреција.

2.2.4. Ограничување на употреба на јазици да биде објективниа, пропорционална и транспарентна.

Ограничувањето за употреба на јазиците да бидат објективни, пропорционални и транспарентни. Потребно е при огранучања за употреба на јазиците да се земат во предвид влијанието и релевантноста на информациите за одредени групи на засегнати страни и јавноста. Кога се појавуваат јазични ограничувања не треба да бидат оправдување само поради недостаток на време или поради ограничувње на трошкови. Ограничување за употреба на јазиците треба да биде на основа на процена на учество на потребните информации за конкретен случај и учество на јавноста. Исто така ограничувањата во користење на службените јазици ќе зависи од секоја поединечна околност, а може да ја оценува само соодветната институција, тело, агенција или канцеларија на ЕУ;

2.2.5. Објавување на клучни прашања

- Објавување на резимеа на клучните прашања на сите или колку што е можно на повеќе официјални јазици во случај кога има ограничување во употреба на јазиците во институциите;

2.2.6. Достапност на информациите на официјални јазици на ЕУ

Достапност на сите официјални јазици на оние делови од веб-страници кои се од посебно значење и интерес за јавноста – во достапноста на документите на повеќе јазици би требало да биде овозможена барем на почетната страна и на оние страници кои имаат информации за улога на тела и

содржат информации за контакт. Се смета за доста корисна и практична примена на активноста за објавување страници со информации за контакт детали на сите официјални јазици на ЕУ;

2.2.7. Обраќање на официјален јазик

Граѓаните кои се обраќаат на администрацијата на Европската унија на официјален јазик по сопствен избор, да се обезбеди да добијат одговор на истиот јазик. Потребно е да се врати повратен одговор на баррањата во разумен временски период.

2.2.8. Достаност на јавни расправи на официјални јазици

Јавните расправи да бидат достапни на сите официјални јазици – пред почетокот на процесот на јавни консултациии да се обезбеди да бидат достапни на сите официјални јазици. Доколку нема можност да се вршат јавните консултации на сите официјални јазици треба да се напомене дека во јавната расправа секој може да даде допринос и да достави коментари на сите официјални јазици и истите ќе бидат прифатени.

2.2.9. Делување со здружени ресурси

Институциите делуваат со здружени ресурси за превод на документите за службени јазици- институциите се обединуваат со цел да се намалат трошоците за превод и да се зголеми достапност на информации на граѓаните на повеќе јазици. Преводот е утврден во правила со кои се уредува работата и треба да се прави преку Центарот за преводи на ЕУ (CdT).

2.2.10. Користење на современи технологии за превод

Користење на современа технологија за превод – институциите, телата, агенциите и канцелариите на ЕУ да ги истражат сите опции за максимално искористување на сите достапни алатки и технологии за превод, како помош на човечки ресурси во превод да се користи употреба на машински превод доколку тоа го дозвалат правилата со кои се регулира работата.

Европската унија за вршење на административните работи за превод на документи на службени јазици од предвидените буџетски средства троши околу 6%, парите се наменети за плати на вработени, администрација и трошкови за одржување на административни згради.

Европската комисија за да ја извршува успешно својата работа е поделена на оддели, познати како Главни управи. Главните управи фунционираат како одделни министерства. На чело на секоја управа е назначен директор за одредена област. За управување на секоја управа е назначен директор, кој за својата работа одговара пред доверител задолжен за тоа подрчје. Во Европската комисија има вработено околу 32 000 службени лица за вршење на адмистративни работи.

Европскиот парламент има вработено околу 7.500 луѓе во Генералниот секретаријат и политичките групи. На оваа бројка треба да се додадат пратениците и нивниот персонал. Во Генералниот секретаријат на Советот на Европската унија работат околу 3.500 луѓе. ЕУ има 24 официјални јазици.

Во институциите на ЕУ постојано се вработени околу 4.300 преведувачи и 800 преведувачи. Проценетите трошоци за сите јазични услуги (превод и толкување) во сите институции на ЕУ изнесуваат помалку од 1% од вкупниот годишен буџет на ЕУ. Кога ова ќе се подели со вкупното население на ЕУ, тоа е околу 2 евра по лице годишно.[40]

[40] https://europa.eu/european-union/about-eu/figures/administration_hr

2.3. Право на употреба на јазикот во договорот од Лисабон

Договорот од Лисабон (првично познат како Реформски договор) е меѓународна спогодба со која се изменуваат и дополнуваат двата договори кои ја сочинуваат уставната основа на Европската Унија. Договорот од Лисабон беше потпишан од страна на земјите-членки на ЕУ на 13. Декември 2007 година, а стапи во сила на 1. Декември 2009 година. Ги изменува и дополнува Договорот за Европската Унија (ДЕУ, познат и како Договорот од Мастрихт) и Договорот за основање на Европската заедница (ТЕС, познат и како Договорот од Рим). Во овој процес Договорот од Рим беше преименуван во Договор за функционирањето на Европската Унија (TFEU).

Значајните промени вклучуваат, преминот од услов за едногласност во гласање со *двојно мнозинство* во неколку области на политиката на Советот на министри, помоќен Европски парламент, бидејќи неговата функција за формирање на дводомна законодавна власт заедно со Советот на министри станува обична процедура, консолидиран правен статус на ЕУ и создавање на долгорочен Претседател на Европскиот совет и Висок претставник на Унијата за надворешни работи и безбедносна политика. Договорот, исто така, предлог-законот за правата на Унијата, Повелбата за фундаменталните права на ЕУ, ја направи правно обврзувачка.

Наведената цел на договорот е „да го заврши процесот започнат со Договорот од Амстердам [1997г.] и со Договорот од Ница [2001г.] со цел подобрување на ефикасноста и демократскиот легитимитет на Унијата и подобрување на доследноста на нејзиното дејствување.” Противниците на Договорот од Лисабон, како што е поранешниот дански член на Европскиот парламент (ЧЕП) Јенс-Петер Бонд, тврдеа дека тој ќе ја централизира ЕУ, и ќе ја ослаби демократијата со „оддалечување на власта” од националните електорати.[41]

Во истото време, шефовите на држави и влади на членките на Европската унија (ЕУ) сфатија дека постои итна потреба да се направи нов договор како што е можно поскоро за да се избегне да се остави впечаток на светот дека Европската унија

[41] https://mk.wikipedia.org/wiki/Лисабонски_договор

е во криза и да го смири чувството што се продлабочува на недоверба меѓу земјите-членки или „евроскептицизам“ [42]

Особено за оние земји-членки кои го отфрлија Нацрт-уставот Франција, Холандија и Велика Британија ќе имаат иден договор целосно да се откаже од поимот „Устав за Европа“ и да цели наместо да се произведе класичен договор за измена, како што беше направено претходно во Мастрихт, Амстердам и Ница. За овие држави поимот конституционализација ќе треба да се напушти, заедно со зборовите „устав“ и „уставни“, „министерски“, „закон“, „знаме“, „химна“ и кој било друг збор што значи дека ЕУ се трансформира во единствена држава. [43]

На меѓувладина конференција во Лисабон, по низа преговори, претставен е нов договор на земјите-членки на ЕУ. Новиот Договор ги менува постоечкиот договори. Договорот е потпишан во Лисабон, Португалија на 13 декември 2007 година од страна на 27-те земји-членки на ЕУ и Договорот стапува на сила од 1 декември 2009 година и ќе се именува со името на градот каде е потпишан: Договорот од Лисабон.

Договорот од Лисабон го утврдува правото за јазикот и ги дефинира јазичните обврски на ЕУ и јазичните права на нејзините граѓани. Во законските одредби од Договорот не се вклучени правата на јазикот на малцинствата говорници во ЕУ.

Договорот има за цел да обезбеди стручни совети за јазичната политика, на носителите на политички одлуки да им помогне во изготвување на ново јазично законодавство за да може да се разрешуваат јазичните конфликти кои се јавуваат меѓу говорителите на мнозинството и малцинските јазици во ЕУ.

Европската заедница во 1958 донесе законодавство за прогласување на официјални и работни јазици на заедницата. Тогаш биле шест земји членки на

[42] Romaine, S. (2013). Politics and policies of promoting multilingualism in the European Union. *Language Policy,str. 129*

[43] Piris, J.-C. (2010). *The Lisbon Treaty: A legal and political analysis* str. 32

Европскиот заеднички пазар и за официјални и работни јазици се прогласени холандски, француски, германски и италијански, донесената одлука сеуште има влијание на состојбата на јазиците во рамките на Европската унија.

ЕЕЗ Регулатива 1/1958 гласи: „Член 1. Официјалните јазици и работните јазици на институциите на Заедницата треба да бидат холандски, француски, германски и италијански“...Според ова правило, обемот на работа може да се управува разумно добро, со оглед на тоа малолетно (во однос на бројот на говорници) јазици како што е луксембуршкиот јазик (Lëtzebuergesch) или Белгискиот фламан говор, и не им беше доделена титулата „официјални јазици“.[44]

Денеска со обзир дека е зголемен бројот на земји членки на Европската унија, зголемен е и бројот на службените и работните јазици. Европската унија има 24 официјални и работни јазици: бугарски, хрватски, чешки, дански, холандски, англиски, естонски, фински, француски, германски, грчки, унгарски, ирски, италијански, латвиски, литвански, малтешки, полски, португалски, Романски, словачки, словенечки, шпански и шведски. Хрватски јазик како официјале и работе н јазик е прогласен 2013 година.

Европската унија својата посветеност за користење на повеќе јазици продолжува континуирано и се повторува во законодавтсото и по секое проширување на ЕУ. Почнувајќи од 1973 година со Данска, Ирска и Велика Британија, во 1981 година со Грција, во 1986 година се приклучуваат Португалија, Шпанија, подоцна во 1995 година со Австрија, Финска, Шведска, во 2004 година се врши прием и на Чешка, Кипар, Естонија, Унгарија, Латвија, Литванија, Малта, Полска, Словачка, во 2007 година Бугарија, Романија и во 2013 година последен прием има Хрватска. Сите 24 официјални и работни јазици се прифатени како официјални медиуми бидејќи

[44] Ferreri, S. (2018).Multilingual interpretation of European Union law. In J.Visconti (Ed.), *Handbook of communication in the legal spherestr 373*

темелните договори на европските Унијата и нејзините обврзувачки одлуки треба да бидат пред националните закон во земјите-членки за одобрување според прописите на ЕУ[45].

Институциите на ЕУ се должни сите документи кои ги примаат да ги обработат и да вратат повратни информации на било кој од официјалните и работните јазици. При одржување на состаноците на Европскиот совет и пленарните седници на Европскиот парламент има обезбедено симултан превод и сите документи кои се користат се преведени на официјални и работни јазици на ЕУ. Сите службени весници на Европската унија се издаваат преведени на официјални и работни јазици на ЕУ.

Во секојдневното работење на ЕУ, најчесто користените јазици се англиски и француски, а потоа германски, кои се упатени како „процедурални“, „автомобилски“, „домашни“ или „административни“ јазици[46]. Институциите во својата работа како доминантен главен јазик го користат Англискиот јазик, додека пак францускиот јазик како внатрешен јазик го користи Европскиот суд на правдата (ECJ).

Во секојдневното комуницирање на институциите се користат само ограничен број на јазици, како доминантен јазик се користи англискиот јазик. Голем број договори се дадени само на англиски, програмите кои се обработуваат се на англиски, покани за тендери и договорите кои се потпишуваат се исклучиво на англиски исто така и извештаите се пишуваат на англиски јазик. Како резултат на тоа без познавање на работните јазици се потешко може да се заврши некоја работа.

Мултијазичноста функционира само во формалните комуникации. Додека пак англискиот јазик стана основен јазик за комуникација и сите оние кои не можат да го користат англискиот јазик стануваат обесправени.

[45] de Swaan, A. (2001). *Words of the world: The global language system*.
[46] Phillipson, R. (2003). *English-only Europe? Challenging language policy* str. 120

Нашироко е познато дека внатрешните работни јазици на службите на Комисијата се англиски и француски, речиси со исклучување на другите јазици (иако германскиот е формално третиот работен јазик на Комисијата, тој многу ретко се користи). Познато е и дека Европскиот суд на правдата досега ги водеше своите размислувања на француски јазик, а голем дел од неговите подготвителни работата се одвива исклучиво на француски јазик. Сè повеќе, документи за политики кои произлегуваат од европските институции се поставени на интернет страницата на ЕУ само во неколку јазични верзии… Исто така, постои тенденција за ограничување на опсег на јазици што ќе се користат во новоформираните тела на Европската Унијата, како што се агенциите на ЕУ кои се развија во последните години. [47]

Може да се каже дека во секојдневната работата на институциите на Европската унија примената и користењето на мултијазичност е многу тешко применливо. Употребата на англискиот и францускиот јазик како основни во комуникацијата се договорени уште од самиот почеток на Европската унија.

Како што накратко вели друг автор, „ние имаме de jure јазична еднаквост во институциите на ЕУ, но de facto два јазика на користење англиски и француски“[48]

Институциите на Европската унија во секојдневното свое работење користат англиски и француски јазик, па како резултат на тоа лицата кои ги користат овие јазици се во поволна положба поради лесен директен пристап до информации, додека лицата кои не ги користат овие јазици се наоѓаат во подредена положба бидејќи пристапот на информации им е одложен за определен временски период поради тоа што е потребно време да се изврши превод на соодветниот јазик.

[47] de Witte, B. (2008). The protection of linguistic diversity through provisions of the EU charter other than article 22. In X. Arzoz (Ed.),

[48] Nic Craith, M. (2006). *Europe and the politics of language str.52*

Англискиот јазик всушност стана основен, доминантен јазик на Европската унија. Со почит, европското сознездие наликува на она на Индија, или на Јужна Африка или Нигерија, каде англискиот јазик ги поврзува како основен јазик, како несакана форма бидејќи е неприфатлив во земјата. Но, постои разлика: робустен како што се, официјалните јазици на земјите-членки на ЕУ се подобро заштитени… од оние на другите малцинства (т.е. малцинските јазици). [49]

И покрај наведените тврдења за употреба на англискиот јазик како официјален и работен јазик во Европската унија, како таков англискиот јазик остана да фунционира како официјален и работен јазик во Европската унија и по излегување на Велика британија од Европската унија.

[49] de Swaan, A. (2001). *Words of the world: The global language system str.174-175*

3. ТЕНДЕНЦИИ И ПРЕДИЗВИЦИ ЗА ПОДОБРУВАЊЕ НА КОМУНИКАЦИЈАТА ПОМЕЃУ ИНСТИТУЦИИТЕ НА ЕУ И ГРАЃАНИТЕ НА ЕВРОПА

3.1. Комуникацијата на ЕУ – институциите и граѓаните на Европа

Европската унија за сите донесените одлуки и спроведени активности редовно ги информира своите граѓани и другите заинтересирани страни. Граѓаните на ЕУ имаат лесно достапни информации за Унијата на јазикот кој го разбираат. За таа цел се вработува професионален кадар и има специјално дизаинирана буџет. Граѓаните за да може да учествуваат во демократскиот живот на Унијатат имаат отворен пристап до информации. Почитувајќи ги принципите на плурализамот, отвореност и транспарентност се носат одлуки блиски до граѓаните.

Комисијата во своите документи, комуникацијата ја заснова на три принципи:

- слушање на јавноста и проценување на нејзините мислења и прашања
- информирање на јавноста за тоа како влијаат политиките на Европската унија на секојдневието на граѓаните и жителите
- поврзување со луѓето на локално ниво со нивно обраќање во нивните национална или локална средина преку нивните омилени медиуми

Комуникацијата во ЕУ е правно базирана во Повелбата за фундаментални правата на Европската Унија. Во Повелбата за фундаментални права се гарантира на правото на сите граѓани да бидат информирани за европски прашања. Институциите на ЕУ развија неколку алатки и видови услуги кои ќе бидат во контакт со граѓаните и ја информираат јавноста. Бидејќи официјално беше лансирана во 2012 година, европската граѓанската иницијатива им овозможува на граѓаните да бидат подиректно вклучени усвојување на новата легислатива и во европските работи. Договорите за ЕУ не содржат специфични одредби за комуникациската политика. Сепак, Договорот од Лисабон ја направи повелбата обврзувачка, со што се стекна со истиот правен статус

како Договори. Повелбата одредува заедничка рамка која им овозможува на сите институции на ЕУ да комуницираат со јавноста и ги поврзуваат достигнувањата на Унијата со нејзините основни вредности. Некои од релевантните членови во Повелбата се:

- член 11 (право на информации и слобода на слобода и плурализам на медиумите),
- член 41 (право на поединецот да биде исто така, го слуша правото на пристап до документите кои се однесуваат на истиот),
- член 42 (право на пристап до документи на институциите на ЕУ) и
- член 44 (право на петиција).

Иако комуникациска политика во Договорот за функционирање на Европската Унија (UFEU) нема посебна правна основа, секоја активност на ниво на ЕУ се повикува на член 352 од UFEU.[50]

За да се воспостави подобра соработка помеѓу граѓаните и институциите се формираат значајни документи од страна на Комисијата за комуникациска политика. Како резлутат на превземени активности во 2002 год. настанува порталот "Your voice in Europe" (твојот глас во Европа) кој во 2018 год. се трансформира во портал "Have your say" (кажете го своето мислење). Со активно користење на настанатите портали граѓаните, потрошувачите и бизнисите имаат можност во креирање на политики во Комисијата.

Комисијата во ЕУ продолжува со креирање на комуникациски стратегии и во 2006 година ќе ја усвои "White paper on a European communication policy" или Бела книга за европска комуникациска политика. Во Бела книга се покренува отворена

[50] https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/144/komunikacijska-politika

дискусија и се дефинира што треба да биде и што да прави комуникациска политика на ЕУ.

Во Белата книга е нагласена важноста за слободно информирање на граѓаните во ЕУ и се дефинираат пет области на дејствување поврзани со партнерствата со други институциите, владите и граѓанското општество.

Комисијата и Парламентот комуницираат со медиумите, учесниците и граѓаните за прашањата европски интерес, вклучително и за политиките и мерките на ЕУ, и во овој контекст нивните оддели за комуникација нудат различни информатички услуги. Тие се користат комуникациски алатки како веб-сајтови и социјални мрежи, отворени се за посетители, имаат канцеларии за врски во сите земји-членки и обезбедуваат специфични услуги за медиумите.

Главните инструменти и мерки во областа на комуникациската политика на ЕУ се:

- контакт центри, како што е Европскиот директен информативен центар (EDIC), Европската Центар за документација (EDC) или Ask EP. Граѓаните можат да ги контактираат писмено или на телефон и да дознаат што ги интересира,
- комуникација за Европа под официјалната интернет страница EU-a EUROPA, телевизиски информативни услуги на Europe by Satellite (EbS), мултимедија парламентот, кој е задолжен за нови вести од Европскиот парламент и онлајн пренос на парламентарни пленарни дебати и состаноци на комисиите,
- комуникација на веб-страниците на различни институции на EU-a, нивните служби за медиуми и различни социјални мрежи,
- Европска граѓанска иницијатива (ECI),
- Европа за граѓаните и програмата "Права и вредности"
- Комуникација на Комисијата насловена како "Заедничка комуникација во Европа",

- "Што прави Европа за мене" и EU and ME веб-сајтови, како и мобилната апликација "Европа во дланката на твојата рака", неформативната кампања "Овој пат гласам", започната од Парламентот за ги информираше граѓаните за европските избори што се одржаа во мај 2019 година и ги охрабри да гласаат,
- поинтензивно известување за прашањата поврзани со ЕУ во соработка со аудиовизуелни и онлајн платформи, на пр. Европска радио мрежа Euranet и Euronewsom. [51]

- **Европа за граѓаните и програмата "Права и вредности"-** програма која е основана 2006 год. од страна на Европски парламент и Советот, со повеќегодишна финансиска рамка. Главната цел на оваа нова програма беше зајакнување на европско сеќавањата и зголемување на капацитетот за граѓанско учество на ниво на Унијата. Главна цел на програмата е да го следи развојот на политиката во сродни области. Во проценка Програмата за 2014-2020 година ја истакна својата целокупна позитивна улога во поттикнувањето на граѓанско учество и демократскиот ангажман низ целата ЕУ. Парламентот даде согласност за следната повеќегодишна финансиска рамка и постигна привремен договор со Советот за програмата за права и вредности (2021-2027).

- **Што прави Европа за мене" и EU and ME веб-сајтови -** претставува повеќејазична веб страница достапна на 24 јазици, равиена од Европски парламент. На веб страната може да се најдат информации за влијание на

[51] Kratki vodič o Europskoj uniji – 20214 www.europarl.europa.eu/factsheets/hr

ЕУ на животот на граѓаните и локална заедница. Информациите се достапни за читање, споделување и или повторно употребување во форма на веб-сајтови или PDF. Интернет страницата се состои од три главни секции: "Во мојот регион", корисниците може да најдат информации за нивниот регион избирајќи каде живеат или работат; животот на граѓаните и локалната заедница, "Во мојот живот", каде корисниците можат да дознаат како ЕУ влијае на областите како што се семејството, здравјето грижа, патување и социјални права и "Под истрага", каде корисниците имаат пристап до информативни документи за политиките на ЕУ, со посебен осврт на јавното мислење и очекувања на граѓаните во врска со работата на ЕУ. Има и бесплатна граѓанска апликација "Citizens APP"- Европа на дланка.

- **Заедничка комуникација за Европа** – во декември 2008 година, Парламентот, Советот и Комисијата се согласија да потпишат Заедничката декларација која има меѓуинституционални приоритети во областа на комуникацијата. Декларацијата има за цел "зголемување на кохерентноста и синергијата помеѓу дејствата што ги спроведуваат различни институции на ЕУ и земјите-членки за да се осигура дека граѓаните ќе обезбедат подобар пристап и подобро разбирање на влијанието што политиките на ЕУ го имаат на ниво на ЕУ и на национално и локално ниво"

- . **Европска граѓанска иницијатива (ЕГИ)** - Европската граѓанска иницијатива е воведена со Лисабонскиот договор во 2012 година.

Иницијативата дава нова димензија на демократијата на Унијата и граѓаните на Европската Унија се здобиваат со можност да претставуваат нови политички иницијативи на Комисијата., да го надополни збирот на права кои се однесуваат на граѓаните на Унијата, ја интензивираат јавната дискусија за политиките на ЕУ, зголемување на вклученоста на граѓаните и организирано граѓанско општество во нивно обликување и со тоа помагаат во градењето европски јавен простор. Граѓанската иницијатива се сотои од граѓански одбор кој е составен од најмалку седум граѓани на ЕУ со постојано престојување во најмалку седум различни земји-членки. Организаторите на иницијативата мора да ја регистрираат иницијативата во Комисијата пред граѓаните да почнат да собираат од граѓаните изјава за поддршка. Одборот потоа има една година да го собере потребниот број на потписи, кои мора да бидат заведени во надлежните тела во земјите-членки. Парламентот организира неколку сослушувања со претставници на првите пет иницијативи, Комисијата подготви одговор на овие иницијативи и ги претставува своите правни и политички заклучоци.[52]

Парламентот на својата интернет страна ги става сите информации и документи на 24 службени јазици на ЕУ. Преку медиуми парламентот известува за своите активности. Граѓаните може преку уред за врски да се информираат за работата на парламентот, да разберат што работи и за што се залага парламентот.

[52] Parafrizirano Kratki vodič o Europskoj uniji – 20214 www.europarl.europa.eu/factsheets/hr

3.2. Намалување на комуникацискиот јаз помеѓу институциите на ЕУ и граѓаните

Со процесот на европеизација и проширување на европската унија во последните 20 години, комуникацијата на ЕУ со нејзините граѓани не се темели на начело на добра комуникација и не е сосема успешна. ЕУ во својата комуникација со граѓаните посветува многу малку внимание на слушање на ставовите и потребите на граѓаните. Комуникацијата не се темели на интересите и потребите на граѓаните, туку на јавноста се презентираат оние информации за кои се мисли дека се доволни за информирање. Во комуникацијата граѓаните се повеќе се ограничени на граѓански политички иницијативи и можноста да учествуваат во дебати се ограничени или недостапни.

Како резултат на ваква комуникација се јавува комуникациски јаз помеѓу ЕУ и граѓаните.

Настанатиот комуникациски јаз помеѓу европската унија и нејзините граѓани не е нов и тој е широко признат. Комуникацискиот јаз се јавува како тема на дискусија на референдумот за стапување на сила на Договорот од Мастрихт 1992 година. Потоа поради проблеми во комуникација во "бриселска афера" и кај граѓаните постои чувство на отуѓеност од „Брисел", што делумно го отсликува разочарување од политиката воопшто. Во спроведената анкета на Евробарометар (јули 2006) на јавното мислење на граѓаните, резултат е дека многу од интервјуираните луѓе сметаат дека малку знаат за ЕУ и имаат мала улога во нејзиниот процес на донесување одлуки (процентот на оние кои сметаат дека членството во ЕУ е „нешто добро" во Данска е 65%, додека во Франција е 49%, просечно ЕУ е 55%)[53]

[53] http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb65/eb65_first_en.pdf.

Една од причините е несоодветниот развој на европска јавна сфера каде може да се развива дебата. Граѓаните и покрај правото да избираат членови на Европскиот парламент, чувствуваат дека имаат мала можност да кажат својот глас за европските прашања.

Покрај зајакнување на чувството на граѓаните за сопствената информираност, сеуште свеста на граѓаните и нивното знаење за ЕУ се на релативно ниско ниво.[54]

Членот 6 од Договорот за Европската унија го регулира општиот принцип дека Унијата мора да ги почитува човековите права и основните слободи. Член 11 од Повелбата за основните права Европската унија наведува дека „секој има право на слобода на изразување, ова право вклучува слобода на мислење и на примање и пренесување информации и идеи без мешање власти и без разлика на границите.

Демократијата во Европската унија може да напредне само доколку се воспостави добра комуникација и притоа граѓаните целосно учествуваат во процесите и знаат што се случува. Очекувањата на граѓаните од Европската унија се големи и очекуваат да им се понуди просперитет, солидарност и безбедност. Институциите за да ја подобрат комуникацијата со граѓаните развиваат комуникациски стратегии.

Во текот на последните две децении, Европската унија се трансформира и за да ја подобри комуникациската политика треба да испорача ефективна политичка програма.

Институции на ЕУ дадоа нов акцент на комуникациската работа. Сепак, постои општа перцепција дека мора да се направи повеќе. Европскиот парламент, Советот и Европската комисија придаваат голема важност на подобрување на комуникацијата за прашањата на ЕУ со цел да им се овозможи на европските граѓани да го искористат своето право да учествуваат во демократскиот живот на Унијата, во кој одлуките се

[54] Европска комисија, 2002: 86-99

донесуваат во што е можно повеќе почит со принципот на отвореност и што е можно поблиску до граѓаните, земајќи ги предвид принципи на плурализам, учество, отвореност и транспарентност.

Комисијата минатата година постави Акционен план со детална листа на конкретни мерки со кои треба да го подобри начинот на комуникација со граѓаните.[55]

Во акциѕиот план се опфатени мерките: зајакнување на претставништвата на Комисијата, подобра внатрешна координација и планирање, работа на јазик и презентација, повеќе пристапни точки за граѓаните.

Комисијата, исто така, започна „План Д за демократија, дијалог и дебата“[56], што има за цел да ги вклучи граѓаните во дискусија за Европската Унија – зошто е тоа, каде оди и што треба да се направи.

Иницијативите на Европската комисија за подобрување на комуникацијата ќе успеат ако се вложат повеќе сили за реализација и доколку партнерскиот пристап биде од суштинско значење. Успехот на предложените иницијативи ќе зависи од вклучување на сите чинители: институции и тела на ЕУ; национални, регионални и локални власти во земјите-членки; европски политички партии и граѓанското општество.

Главната цел на Бела книга е да предложи напреден начин и да ги покани сите учесници да придонесат со своите идеи за тоа како најдобро да работат заедно за да се намали јазот. Резултатот ќе биде напредна агенда за подобра комуникација за подобрување на јавната дебата во Европа.[57]

Консултација се јавува како стандардна практика, но со консултацијата се ограничуваат конкретни политички иницијативи. При консултации граѓаните добиваат

[55] Action Plan: SEC (2005) 985 final, 20 July 2005
[56] Plan D: COM (2005) 494 final, 13 October 2005
[57] White Paper, Brussels, 1.2.2006 COM(2006) 35 final

впечаток дека каналите преку кои учествуваат во дебатата може да бидат ограничени или непристапни. Комуникацијата во институциите и покрај постојано подобрувањето, сепак не е доволно за да се затвори јазот.

Европската комисија за да ја подобри комуникацијата предлага нов пристап – треба да се тргне од еднонасочната комуникација кон зајакнатиот дијалог, од институциски центриран до комуникација со центар на граѓаните, од Брисел до подецентрализиран пристап. Комуникацијата како политика на ЕУ треба биде во служба на граѓаните. Комуникацијата треба биде на основа на вистински дијалог помеѓу граѓаните и креаторите на политиката и активна политичка дискусија помеѓу самите граѓани. Граѓаните од сите сфери на секојдневниот живот треба да имаат право на фер и целосна информација за Европската Унија.

Европскиот парламент, Земјите-членки и застапеноста на европските граѓани имаат посебна улога, бидејќи Поддршката на народите за европскиот проект е прашање од заеднички интерес .

Европскиот парламент, Советот и Европската комисија придаваат голема важност на подобрување на комуникацијата за прашањата на ЕУ со цел да им се овозможи на европските граѓани да го искористат своето право да учествуваат во демократскиот живот на Унијата, во кој одлуките се донесуваат во што е можно повеќе почитување на принципот на отвореност и што е можно поблиску до граѓаните, земајќи ги предвид принципи на плурализам, учество, отвореност и транспарентност.

- Трите институции ја изразуваат својата желба да го промовираат конвергенцијата на мислењата за комунитеприоритетите на Европската унија во целина, да ја промовира додадената вредност што ја носи напристапот на ЕУ кон комуникацијата за европските прашања, да ја олесни размената на информации и најдобри практики, да се постигне синергија помеѓу институциите во спроведувањето накомуникациски активности

поврзани со овие приоритети, како и поддршка, каде што е потребно, комуникација поврзана со овие приоритети, како и поддршка, каде што е потребно, соработка помеѓу институциите на ЕУ и земјите-членки.

- Трите институции сметаат дека информатичките и комуникациските активности за европските прашања треба да им обезбеди на сите пристап до објективни и разновидни информации за Европската Унија, и да им се овозможи на граѓаните да го искористат своето право да ги изразат своите ставови и да ги изразат своите ставови за активно да учествуваат во јавната дебата за прашањата на ЕУ.

- Трите институции промовираат почитување на повеќејазичноста и културната разновидност во спроведувањето на дејствување во областа на информациите и комуникацијата

- Трите институции се политички посветени на постигнувањето на горенаведените цели. Тие промовираат другите институции и тела на ЕУ да ги поддржат нивните напори и, по желба, да придонесат за овој пристап.[58]

Јавните органи во Европа имаат одговорност да ја продлабочат јавната дискусија со граѓаните на национално, регионално и локално ниво, да вршат консултации и информирање на граѓаните за јавните политики.

Комисијата идентификува пет области за дејствување во партнерство со институциите, земјите-членки и граѓанското општество.

[58] Решение на Европски парламент од 9 октомври 2008 г. односно одобрение на заедничка декларација „Да комуницираме на тема Европа и партнерство“ (2007/2222(ACI) (2010/C 9 E/11)

3.2.1. Дефинирање на заеднички принципи

- Правото на информирање и слободата на изразување ја претставуваат основата на демократијата во Европа. Овие права се вклучени во Договорот за ЕУ и во Европската Повелба за основни права;
- Инклузивност – сите граѓани на ЕУ да имаат пристап до информации за прашања од јавен интерес на нивниот јазик. Информациите треба да бидат широко достапни преку канали на масовни медиуми и нови технологии како што е интернетот. Граѓаните треба да ги развијат вештините што им се потребни за пристап и користење на информации. Оваа прашање е многу значајно кога се работи особено за малцинствата, граѓаните со посебни потреби и други групи кои би можеле систематски да бидат исклучени од учество во јавната сфера;
- Разновидност - граѓани на ЕУ потекнуваат од широко разновидни социјални и културни средини и имаат широк спектар на политички ставови, па поради тоа комуникациската политика мора да ги почитува разновидните ставови во јавната расправа,
- Учество – Имајќи во обзир дека институциите во ЕУ се оддалечени од граѓаните, на граѓаните треба да им се обезбеди право да ги искажат своите ставови, да бидат слушнати и да имаат можност за дијалог.

Дефинираните заеднички принципи и норми би требало да се вградат во еден зеднички документ - Европска повелба или Кодекс на однесување за комуникација.

Во процесот на креирање на зеднички принципи и норми треба да се вклучат сите инволвирани страни (институции на ЕУ, национални, регионални и локални власти, невладини организации). Главна заложба на Европската унија е креирање на комуникациските политики кои ќе бидат во интерес на граѓаните. Граѓаните своите интереси ќе ги остваруваат на доброволна основа преку специјални граѓански форуми.

Граѓанскиот форум треба да креира своја веб-страница на која ќе бидат изнесени ставови, цел и содржина на документот. Веб-страната треба да се ажурира редовно. Период на реализација на активноста е шест месеци. Ќе се организираат јавни дискусии, активно учество ќе земат земјите-членки на ЕУ, кои ќе промовираат дискусии и консултации. По завршување на период на консултации, ќе се врши презентација на резултати од консултација и на крај ќе се произлезе со конечен документ.

3.2.2. Засилување на гласот на граѓаните

Комуникациска политика на ЕУ мора да се фокусира на потребите на граѓаните со обезбедување на форуми за дебата и канали за јавна комуникација со што се остварува правото на пристап до информации и можност да се слушне гласот на граѓаните.

- Подобрување на граѓанското образование им овозможува на луѓето да ги остварат своите политички и граѓански права и да станат активни во јавниот живот. Граѓанското образование што се стекнува во училиштата за институциите и политиките на ЕУ не е доволно и тоа треба да продолжи со едукација на сите возрасти да може да го користат интернетот за пристап до информации за јавната политика и за вклучување во дебатата. Дополнително граѓанско образование е значајно во случај на малцинства, граѓани со посебни потреби или други групи кои инаку би можеле да се најдат исклучени од јавната сфера. ЕУ обезбедува програми со директна поддршка во поттикнувањето на европската димензија. Се развија програми кои им даваат можност за образование и обука на илјадници студенти и млади луѓе ширум светот, како што се: Леонардо да Винчи, Сократес, Еразмус, Младите во акција итн.

Програмите за информатичка технологија се обидуваат да го намалат дигиталниот јаз и да се решат исклучување.

- Поврзување на граѓаните со организирање на форуми при што граѓаните се поврзуваат меѓу себе со јавна дискусија за Европската прашањата. Иницијативите за организирање на форуми помагаат за градење на меѓусебна доверба, почит и волја за заедничка работа. Постојните иницијативи како што се: План Д, Млади во акција и Културата даваат можност за граѓанска дебата. Програмата Граѓаните за Европа ги поврзува граѓаните и тие имаат поголем удел во евроското владеење. Програмата им помага на граѓанските организации кои промовираат активно граѓанство и одржуваат јавни дебати за Европа. Постојат и други програми на ЕУ за поврзување и мобилизирање на европските граѓани и со позитивно искуство се истакнува програмата Еразмус каде се разви спонтана мрежа која поврзува 150 000 студенти од сите земји. Нивните веб-страници служат како центар за објавување активности, организирање состаноци лице в лице и вклучување во широки дебати за европски прашања.
- Поврзување на граѓаните со јавните институции – претставува комуникација која е од суштинско значење за здрава демократија. Институциите се стремат да бидат поодговорни, отворени и достапни со цел да се премости јазот меѓу Европа и нејзините граѓани. Акцискиот план на Комисијата за комуникација со Европа за 2005 год има за цел да ги слушне граѓаните. Се воведе и европска иницијатива за транспарентност каде се спроведува правото на граѓаните за комуникација со институциите на својот јазик. Повеќејазичноста на институциите ја претставува легитимноста, транспарентноста и демократијата во ЕУ.

Европската унија има одговорност за подобрување на граѓанско образование. Подобрување на граѓанското образование Европската унија може да го постигне со примена на најдобри практики и олеснување на развој на заеднички образовни алатки.

- Европските наставници со здружување преку посебен програм, да истражат и разменат идеи за иновативен пристап кон граѓанско образование и стекнат нови вештини.
- Подобрување на граѓанско образование може да биде и преку трансформација на библиотеките во дигитално поврзани европски библиотеки, кои ќе функционираат како центри за информирање и учење. Со транформација на библиотеките на граѓаните ќе им се обезбеди слободен пристап до информациските технологии и релевантни информации.
- Европската унија да обезбеди нови места за состаноци на граѓаните. Граѓаните на ЕУ да бидат домаќини на културни и политички настани поврзани со Европа. И овие настани да бидат отворени за граѓани од сите генерации и потекло.
- Програмите треба да бидат координирани, подобрени и проширени од страна на институциите и телата на ЕУ.
- Институциите треба да овозможат онлајн форумите „виртуелни места за состаноци“ да бидат поврзани со линкови до надворешни извори на информирање.
- Комисија за консултации треба да обезбеди балансирана застапеност на интересни групи и поодговорно следење.
- Треба да се овозможи организирање на отворени дебати од страна на трите институции на кои ќе се овозможи поставување прашања од јавноста или од новинарите.

3.2.3. Работа со медиуми и технологии

Во европската комуникациска политика медиумите играат значајна улога. Сите институции во ЕУ прават напори во подобрување на комуникација со медиумите. Со програма Europe by Satellite се ангажирани над илјада акредитирани новинари во Брисел, за информирање на граѓаните за клучните одлуки во реално време за работата на трите главни институциите на ЕУ. Се зголеми пристапноста до информации на граѓаните, но сепак треба доста работа за целосно искористување на потенцијалот на информатичката технологија за да се намали комуникацискиот јаз.

Активноста се фокусира на:

• За да бидат достапни информации на граѓаните се дава човечки лик на информациите, со што им се овозможува на граѓаните да разберат зошто е тоа значајно за нив.

• Националната, регионалната и локалната димензија - граѓаните имаат потреба од пристап до стабилен проток на заеднички информации. Ова може да произлезе од поголема посветеност и проактивна вклученост на националните, регионалните и локалните политичари и институции.

• Искористување на потенцијалот на новите технологии - за да се искористи потенцијалот на дигиталните технологии – интернет за подобрување комуникациските полтики, нови форуми за граѓанската дебата и нови алатки за прекугранична демократија, потребно е лидерите во ЕУ да не создаваат нови поделби во општеството. Иницијативата *i2010 Initiative* се обидува да го затвори јазот и решавање на прашања како еднакви можности, ИКТ вештините и нееднаквостите меѓу европските региони во однос на пристапот до Интернет.

Инволвирање на медиумите во поефикасна комуникација може да се постигне со потикнување на јавните тела на европските, националните и регионалното ниво со:

- обезбедување на снабденост на медиумите со квалитетни вести и материјали;

- да се обезбеди соработка со медиуми и радиодифузни оператори;
- да се воспостават врски со комуникациски системи на регионално и локално ниво;
- да се овозможи контролирано, одговорно управување и користење на нови технологии.

Институциите на ЕУ со овозможување на алатки за комуникација и капацитети ќе ја подобрат инволвираноста на медиумите во поефикасна комуникација преку:

- Europe by Satellite – со фокус на производтсво на аудиовизуелни материјали и истражување на меѓуинституционална служба која ќе работи по професионални стандарди.
- Европска програма за обука за комуникација со јавноста- се врши обука на слубите за комуникациски и медиумски технологии.

Институциите на Европската унија треба да обезбедат материјали на Медиумите, за да медиумите ги приспособат информациите на потребите на граѓаните. За намалување на дигитален комуникациски јаз со предлог во „План Д“ се подготвува извештај за информациски технологоо и демократијата во Европа.

3.2.4. Разбирање на европското јавно мислење

Европското јавно мислење е сложено и разновидно и одразува различни национални перспективи. Во демократските општества се посветува големо внимание на анализа на јавното мислење и неговото разбирање претставува посебен предизвик.

Се развија современи алатки за анализа на европското јавното мислење:

- Анкета на Евробарометар претставува база на податоци, која редовно ги интервјуира граѓаните и го набљудува јавното мислење во земји членки во ЕУ и во земји кандидати.
- Независни социјални истражувања кои се однесуваат за европски прашања, со подршка на фондовите за истражување на ЕУ. Започнува од 1994 година и има над 350 проекти и обезбедува увид во успеси и недостатоци на интеракција на европските креатори на политика и граѓаните.
- За да се разберат подобро трендовите на европското јавно мислење има повторна проценка на Методологијата за подобрување на квалитетот и значењето на Евробарометар.

Институциите во Европска унија европското јавно мислење го проучуваат со креирање и планирање на Евробарометар анкета. Се врши истражување на сите јавни дискусии помеѓу институциите на ЕУ и граѓаните. Евробарометар анкети служат подобро да се разберат и предвидат трендовите на јавното мислење за прашања кои се од суштинско значење и важност за иднината на Европа. Евробарометар анкети се врши преку:

- воспоставување на нова мрежа на национални експерти за истражување на јавно мислење и

- со здружување на расположиви ресурси за формирање на независна опсерваторија за европско јавно мислење, која ќе ги следи трендовите во јавното мислење.

3.2.5. Работење заедно

Владите на земјите членки и јавните институции имаат одговорност спрема граѓаните на ЕУ и со користење на националните канали обезбедуваат јавна европска дебата.

Со овој пристап се вклучени клучните актери:

- Земјите-членки соработуваат со европските институции, ги информираат граѓаните за Европа и создавање национални врски со Брисел. Во некои земји се охрабрува јавната дебата за предложениот Устав на ЕУ.
- Подобрување на комуникациска политика во земјите членки оди со децентрализација на комуникацијата почнувајќи локално за поактивни да бидат информирани граѓаните за прашањата на ЕУ.
- Спроведување на европски политики и програми на регионално и локално ниво. Локалните заедници и граѓаните се вклучени во врска со прашањата на ЕУ. Пример проект „доближување на одлуките до луѓето“ се одвива во серија на двонасочни иницијативи меѓу граѓаните и институциите.
- Политичките партии го креираат јавното мислење за европските прашања, поттикнуваат дебати и придонесуваат за европската јавност сфера.
- Граѓанските организации, професионалните и секторските организации, играат значајна улога во подигањето на јавната свест за европските прашања, политики дебати и во вклучување на граѓаните во дебати.

Со превземени иницијативи на локално ниво, соработката може да се подобри преку спроведување на јавна и парламентарна дискусија за годишен извештај на Комисија за стратешки приоритети и со одржување на дебатни емисии на национални медиуми. На дебатните емисии треба да земат учество националните министри и европските Комесари.

Нови иницијативи треба да се иницира од страна на национални власти кои се занимаваат со комуникација на јавноста, за да се споделат искуствата за комуникација во Европа.

Потребно е да се зајакнат капацитетите на јавната дипломатија и да се зголеми ангажираноста на граѓаните на Европа за да се овозможи подршка и

разбирање на Европската унија во светот и да се овозможи посилна надворешна соработка.

Со граѓански пристап, институциите на ЕУ се ориентирани на координирана соработка. Соработката која се остварува меѓу Комисија и Парламентот може да се прошири на работни ангажмани во рамките на Меѓуинституционална група за информации.

Се потикнува регионална и национална дискусија за европски прашања. Со усвоени протоколи за соработка се отвора патот за заеднички напори. Протоколите се усвоени од страна на европски економски и социјален комитет и Комисијата на регионите.

Политичките партии ќе допринесат во дебатата со вклучување на своите членови за европските прашања преку тинк-тенкови. Во рамките на своите програми треба да се развијат и вклучат европските компоненти. Со спроведување на проекти за соработка во областа на јавна дебата се зајакнува улогата на граѓанските организации во европска дебата.

3.3. Информативно – комуникациски активности на ЕУ за подигање на свеста на граѓаните за подршка на активностите на ЕУ

За да се постигнат подобри резултати и да се овозможи вистински дијалог помеѓу граѓаните и креаторите на политиката и да се овозможи подршка за спроведување на активностите во Европската унија, од страна на ЕУ се превземаат низа информативни комуникациски активности со цел подугање на свеста на граѓаните.

ЕУ превзема низа информативно-комуникациски активности поради подигање на свеста на граѓаните за спроведување на конкретен проект или подршка на проект кои се спроведуваат.

Информирање за спроведување на било какви активности се врши преку Делегација на Европската унија со назначени претставници за комуникација со јавноста или преку Европската комисија.

При реализација на одредени активности, потребно е да се постигне одреден публицитет и да се има подршка од ЕУ. Поради тоа се превземаат следниве информативно-комуникациски активности:

- соопштение за јавноста,
- конференција за новинари,
- посета на новинари,
- летоци, брошури и билтени,
- интернет страна,
- паноа,
- комеморативни плочи,
- банери,
- возила, материјали и опрема,
- промотивни материјали,
- фотографии,
- аудиовизуелна продукција,
- јавни настани и посети и
- информативни кампањи

3.3.1. Соопштение за јавноста

Претставува многу корисна алатка за информирање на јавноста за намерата за спроведување било каква активност и најчесто се пуштаат соопштенијата на јавноста пред да се започне со имплememтација на проект. Пред да се објави соопштение за јавноста потребно е надлежната институција да изврши консултација со претставник за односи со јавноста на Делегација на европската унија или со надлежен оддел во Европската комисија. Соопштението има однапред изготвена форма за податоци кои треба да ги содржи. Соопшението се прави на А4 формат на една страна, доколку соопштението има повеќе страни се става назнака следна страна и на крај на соопштението се става назнака за крај. Мора да го содржи логото на ЕУ, датум, извор на финансирање, износ на финансирање во евра и локална влада, потоа мора да има: наслов, уводен дел, главен дел, цитати, пропратни информации и податоци за контакт за идни информации. На крај на соопштение се става лице за контакт кое е надлежно да информирање на јавноста, со наведен телефонски број.

3.3.2. Конференција за новинари

Во рамките на информатичко комуникациски активности се организира конференција за новинари во соработка со Европската комисија. За конференцијата се спрема покана која го содржи логото на ЕУ. На самата конференција треба да биде изложено и знамето на ЕУ.

3.3.3. Посета на новинари

На места каде се спроведува активноста се организира групна посета на новинари. Посета треба да се организира на одредено време со цел новинарите да можат да информираат за постигинувањата во релизација. Во делегацијата за посета покрај новинари се вклучува и претставник од Делегацијата на ЕУ.

3.3.4. Летоци, брошури и билтени

Изработка на летоци, брошури и билтени е многу корисна алатка за да се подобрат комуникациските активности со граѓаните за резултати за одредени проекти. Публикациите треба да бидат насочени кон крајните корисници на активноста и треба да содржат одредени показатели на резултати. Текстот на публикациите треба да биде јасен и краток и секогаш треба да се користи слика со личности кои учествуваат во проектот за илустрација. Сите материјали треба да содржат лого на ЕУ, детали за проектот, име, адреса, телефон и информации за лице за контакт. Материјалот може да биде изготвен во хартиена форма и тој се доставува преку пошта и во електронска форма кој се праќа со електронска пошта или се става на интернет страна.

3.3.5. Интернет страна

Интернет страница на Делегација на Европската унија или посебна веб страна за проектот се многу значајни и се сметаат за основни средства за комуникација. Посебна интернет страна се изготвува во случај кога се планираат активности за подолг временски период и проектот содржи обемни материјали. Изработка на интернет страна се врши во соработка со назначени лица на Делегација на

европската унија или со одговорно лице за комуникација со јавноста на Europe Aid-a на слениот линк:

http://ec.europa.eu/europeaid/in¬dex_en.htm, по завршување на активноста сите информации се копираат на CD-rom и се доставуваат за архивирање во Делегацијата.

3.3.6. Паноа

Паноа се изработуваат за инфраструктурни проекти кои се финансирани од страна на ЕУ. Се поставуваат на јасно видливи позиции најчесто на влез на место каде се спроведува проект, паното треба да остане на локацијата најмалку шест месеци по завршување на проектот. Паното содржи информации за промовирање на проеткот. Големината и формата на паното ќе биде зависно од содржина на информации што треба да бидат претставени.

3.3.7. Комеморативни плочи

Комеморативни плочи се изработуваат за трајни градби како што се куќа, болница, мостови, пат и др кои се изградени со помош на ЕУ. Комеморативни плочи се поставуваат на видлива страна на објектот и содржат информации за извор на финансирање и лого на ЕУ. При пуштање на објектот во употреба се врши свечено отврање.

3.3.8. Банери

Банери може да бидат изработени од пластика или од платно, се користат во позадина во текот на одржување на конференции или свечено отварање на некој настан.

3.3.9. Возила, материјали и опрема

Сите возилата, материјали и опрема кои се користат во проекти и се финансирани од страна на ЕУ мора да имаат видливо лого на ЕУ со назнака дека се обезбедено со подршка на ЕУ со натписи кои имаат однапред определена форма. Јазикот на кој ќе бидат испишани возилата, материјали и опрема ќе биде на работен јазик од програма на ЕУ и локален јазик.

3.3.10. Промотивни материјали

Промотивни материјали се изработуваат како помошни материјали за информативно-комуникациски активности во рамки на проекти. Под промотивни материјали спаѓаат: маици, капи и хемиски пенкала. На промотивните материјали треба да биде јасно испишано логото на ЕУ, да има јасна порака или општа изјава. Пред да се започне со изработка на промотивен материјал потребно е да се консултира со овластено лице за штампање и информирање на Делегацијата на ЕУ.

3.3.11. Фотографии

Фотографии се прават со цел да се документира целиот процес на реализација на проектот за да може да се користи како комуникациски материјал. Би требало да се ангажира професионален фотограф кои ќе ги илустрираат развојните фази на проектот. Со избор на соодветни фотографии ќе се прикаже развојна фаза на проектот. Фотографиите се изработуваа дигитално со поставување на интернет страна. По завршување на проектот се архивираат фотографиите и на позадината се наведуваат информации за контакт лице,

организација која ги испраќа фотографиите, име на проектот, траење на проектот и земја каде е снимен материјалот. Фотографиите се доставуваат до службени лица за односи со јавноста во Делегација на ЕУ и информативно комуникациски оддел за односи со јавноста на Europe Aida-a.

3.3.12. Аудиовизуелна продукција

Аудиовизуелен материјал се припрема само кога има потреба да се искористи во медиумите, како дел од промотивен материјал или да се постави на интернет. Целиот материјал се изготвува согласно упатствата издадени за изработка на овој вид материјал.

3.3.13. Јавни настани и посети

Организирање на јавен настан се врши со цел да зголеми заинтересираност за проектот. Се организараат настани како што се: конференции, семинари, сајмови и изложби. Организаторите на настаните треба да се погрижат да истакнат јасна информација за извор на финансирање на проектот, да има лого на ЕУ, истакнато знаме на ЕУ и банер. При посета на локација каде се спроведува проектот, комуникацијата се врши со јавно соопштение за посета, одржување на конференција на лице место на настанот и фотографирање.

3.3.14. Информативни кампањи

Информативни кампањи се спроведуваат кога се спроведува голем проект, се промовира со дебата за проекти како што се: јавно здравје, безбедност, заштита на животната средина и др. Кампањите треба да бидат усогласени согласно ставовите на Комисијата.

ЗАКЛУЧОК

Комуникацијата овозможува поврзано дејствување на луѓето, и оваа врска е основа на сите општествени појави бидејќи тие се создаваат преку оваа врска во дејството на луѓето, тоталитет на различни форми на врски и контакти помеѓу членовите на општеството, социјалните комуникации како од предметот на специјална/посебна наука, наука за комуникација и на некои места се користат како синоним за масовна комуникација “

Комуникација претставува механизам на меѓусебни врски каде се воспоставуваат контакти, користејќи разни средства и методи, при што се врши пренос на информации со цел да се изврши влијание врз однесувањето на луѓето. Комуникацијата може да се дефинира и како двонасочен процес во кој настанува последователно поврзување на елементи. Процесот на комуникација е многу значајно да се разбере, бидејќи овозможува анализа на комуникативните примери и дизајнирање на комуникациски програми кои одговараат на потребите на организациите.

Комуницирањето е значаен процес во секојдневниот живот, бидејќи претставува процес на пренос на информации и идеи, разбирање и чувства меѓу луѓето, помеѓу испраќачи и примачи. Во процесот на комуникација се врши информирање, убедување, преговарање, мотивирање и водење на поединците кон групната цел, со користење еден или повеќе пишани, усни, визуелни или електронски канали. Основно значење на комуникацијата е споделување на информацијата. Основно за функционирање на тимската работа е соработката, а клучот за соработка е комуникацијата. Постигнувањето успех на секое работно место е зависно од способноста на вработените и раководителите ефективно да комуницираат меѓу себе, со луѓе надвор од организацијата и со луѓе од други култури.

Европската унија за своите активности и донесени одлуки ги информира граѓаните и сите засегнати страни. Правото на воспоставување комуникација на институциите со граѓаните е правно втемелена во Повелбата за основните права на Европската унија. Во повелбата се втемелени правата на граѓаните да бидат информирани за сите европските прашања. За поефикасно и поквалитетно информирање, институциите на Европската унија имаат развиено повеќе алатки и разни видови на услуги кои овозможуваат информирање на јавноста и ги информираат граѓаните.

Демократијата во Европската унија може да напредне само доколку се воспостави добра комуникација и притоа граѓаните целосно учествуваат во процесите и знаат што се случува. Очекувањата на граѓаните од Европската унија се големи и очекуваат да им се понуди просперитет, солидарност и безбедност. Институциите за да ја подобрат комуникацијата со граѓаните развиваат комуникациски стратегии.

Во текот на последните две децении, Европската унија се трансформира и за да ја подобри комуникациската политика треба да испорача ефективна политичка програма.

Институции на ЕУ дадоа нов акцент на комуникациската работа. Сепак, постои општа перцепција дека мора да се направи повеќе. Европскиот парламент, Советот и Европската комисија придаваат голема важност на подобрување на комуникацијата за прашањата на ЕУ со цел да им се овозможи на европските граѓани да го искористат своето право да учествуваат во демократскиот живот на Унијата, во кој одлуките се донесуваат во што е можно повеќе почит со принципот на отвореност и што е можно поблиску до граѓаните, земајќи ги предвид принципи на плурализам, учество, отвореност и транспарентност.

Европската комисија за да ја подобри комуникацијата предлага нов пристап – треба да се тргне од еднонасочната комуникација кон зајакнатиот дијалог, од институциски центриран до комуникација со центар на граѓаните, од Брисел до подецентрализиран пристап. Комуникацијата како политика на ЕУ треба биде во служба на граѓаните. Комуникацијата треба биде на основа на вистински дијалог помеѓу граѓаните и креаторите на политиката и активна политичка дискусија помеѓу самите граѓани. Граѓаните од сите сфери на секојдневниот живот треба да имаат право на фер и целосна информација за Европската Унија.

Комуникациска политика на ЕУ мора да се фокусира на потребите на граѓаните со обезбедување на форуми за дебата и канали за јавна комуникација со што се остварува правото на пристап до информации и можност да се слушне гласот на граѓаните.

За да се постигнат подобри резултати и да се овозможи вистински дијалог помеѓу граѓаните и креаторите на политиката и да се овозможи подршка за спроведување на активностите во Европската унија, од страна на ЕУ се превземаат низа информативни комуникациски активности со цел подугање на свеста на граѓаните.

Со процесот на европеизација и проширување на европската унија во последните 20 години, комуникацијата на ЕУ со нејзините граѓани не се темели на начело на добра комуникација и не е сосема успешна. ЕУ во својата комуникација со граѓаните посветува многу малку внимание на слушање на ставовите и потребите на граѓаните. Комуникацијата не се темели на интересите и потребите на граѓаните, туку на јавноста се презентираат оние информации за кои се мисли дека се доволни за информирање. Во комуникацијата граѓаните се повеќе се ограничени на граѓански

политички иницијативи и можноста да учествуваат во дебати се ограничени или недостапни.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. Ammon, U. (2006). Language conflicts in the European Union:Onfinding a politically acceptable and practical solution for EU institutions that satisfies diverging interests. *International Journal of Applied Linguistics, 16,* 319–338. https://doi.org/10.1111/j.1473-4192.2006.00121.x.

2. Arzoz, X. (2008). The implementation of the European charter for regional or minority languages in Spain. In Council of Europe (Ed.), *The European charter for regional or minority languages: Legal challenges and opportunities* (pp. 83–107). Strasbourg, France: Council of Europe Publishing.

3. Baxter, R.N. (2013). Interpreting and minority language planning and policy: Galician as a case study. *Language Problems and Language Planning, 37,* 227–248. https://doi.org/10.1075/lplp.37.3.02bax.

4. Castellà Surribas, S. J., & Strubell, M. (2008). The Catalan language and monitoring the European charter for regional and minority languages in Spain. In Council of Europe (Ed.), *The European charter for regional or minority languages: Legal challenges and opportunities* (pp. 127–146). Strasbourg, France: Council of Europe Publishing.

5. Civil Rights Act. (1964). Retrieved from http://usinfo.state.gov.usa/info/laws/majorlaw/civilr19.htm.

6. Cloots, E. (2015). *National identity in EU law*. Oxford, UK: Oxford University Press.

7. Council of Europe. (1992, November 5). *European charter for regional or minority languages*. ETS 148. Strasbourg, France: Council of Europe.

8. Council of Europe. (1995, February 1). *Framework convention for the protection of national minorities*. ETS 157. Strasbourg, France: Council of Europe.

9. Creech, R. L. (2005). *Law and language in the European Union: The paradox of a Babel "united in diversity"*. Groningen, The Netherlands: Europa Law Publishing.

10. Dobrijević, G., (2017), *Poslovno komuniciranje i pregovaranje*, Univerzitet Singidunum, Beograd.

11. Del Valle, S. (2003). *Language rights and the law in the United States: Finding our voices*. Clevedon, UK: Multilingual Matters.

12. de Swaan, A. (2001). *Words of the world: The global language system*. Cambridge, UK: Polity Press.

13. de Varennes, F. (1996). *Language, minorities and human rights*. The Hague, The Netherlands: Kluwer Law International.
14. de Varennes, F. (2009). Language rights standards in Europe: The impact of the council of Europe's human rights and treaty obligation. In S. Pertot, T. M. S.
15. Priestly, & C. H. Williams (Eds.), *Rights, promotion and integration issues for* Cohen, R. A., (1992), *Effective Behavior in Organizations*, IRWIN, Homewood, IL
16. Faingold, E. D. (2006). Expert witness report: Code-switching in the workplace. *Maldonado v. City of Altus*, 433 F. 3d 1294 (10 Cir. 2006).
17. Faingold, E. D. (2007). Language rights in the 2004 draft of the European Union Constitution. *Language Problems and Language Planning, 31,* 25–36.
18. Faingold, E. D. (2011). Code-switching in the work-place: The linguistic rights of hispanics in the United States. In Comisión de Lingüística (Ed.), *Comunicación Social en el Siglo XXI* (Vol. 1, pp. 107–111). Santiago de Cuba, Cuba: Centro de Lingüística Aplicada.
19. Garača, N., Kadlec, Ž., (2011), *Komunikacija u procesu menadžmenta*, Practical management: Journal of management in theory and practice, Virovitica.
20. Guliyeva, G. (2013). Education, languages and linguistic minorities in the EU: Challenges and perspectives. *European Law Journal, 19,* 219–236.
21. Hautamaki, P. (1998, April 8). Who's whingeing now? *Newsletter of the Finnish Institute in London*.
22. Hicks, D. (2004). *Does the EU have a language policy?* Mercator Legislation Conference, Tarragona.
23.Hicks, D., & Klinge, S. (2005). *MEPs say "yes" to constitution amid heated debate over language rights and "national minorities"*.
24. Hizkuntz Eskubideen Behatokia/Observatory of Linguistic Rights. (2005). *Assessment of the European constitutional treaty from the perspective of language rights*. Basque Country: Iruña.
25. Jasna Duraković, (2019), *Poslovno komuniciranje u novomedijskom okruzenuju*, Univerzitet u Sarajevu, Sarajevo.
26. Karoulla-Vrikki, D. (2001). English or Greek language? State or ethnic identity? The case of the courts in Cyprus. *Language Problems and Language Planning, 25,* 259–288.
27. Krzyz˙ anowski, M. (2014). Multilingual communication in Europe's supranational spaces: Developments and challenges in European Union institutions. In J. W. Unger, M.
28. Krzyz˙ anowski, & R. Wodak (Eds.), *Multilingual encounters in Europe's institutional spaces: Advances in sociolinguistics* (pp. 105–123). London, UK: Bloomsbury.

29. Krzyzanowski, M., & Wodak, R. (2011). Political strategies and language policies: The European Union Lisbon strategy and its implication for the EU's language and ultilingualism policy. *Language Policy, 10,* 115–136.
30. Kuiken, F., & van der Linden, E. H. (2013). Language policy and language education in the Netherlands and Romania. *Dutch Journal of Applied Linguistics, 2,* 205–223. Kymilcka, W. (Ed.). (1995). *The rights of minority cultures*. Oxford, UK: Oxford University Press.
31. Lähdesmäki, T. (2012). Rhetoric and cultural diversity in the making of European cultural identity. *International Journal of Cultural Policy, 18,* 59–75.
32. Jovanovic, M. (2002). National self-determination as a legitimate way towards European Union: The case of former Yugoslavia. *International Journal on Minority and Group Rights, 9*, 71–79.
33. Masnica, S., (2018), Komunikacija u multietničkim zajednicama: konteksti, stereotipi, predrasude: (studija slučaja Mostar), Vlastita naklada, Mostar.
34. Marchildon, G., & Maxwell, E. (1992). Quebec's right of secession under Canadian and international law. *Virginia Journal of International Law, 32*, 583–623. Retrieved from McLeod, W. (2008). An opportunity avoided? The European charter for regional or minority languages and UK language policy. In Council of Europe (Ed.), *The European charter for regional or minority languages: Legal challenges and opportunities* (pp. 201–217). Strasbourg, France: Council of Europe Publishing.
35. Milecka, K. (2011). The right to good administration in the light of article 41 of the charter of fundamental rights of the European Union. *Contemporary Legal and Economic Issues, 4*, 43–60.
36. Milian-Massana, A. (2008). Languages that are official in part of the territory in the member states. In X. Arzoz (Ed.), *Respecting linguistic diversity in the EuropeanUnion* (pp. 191–229). Amsterdam, The Netherlands: John Benjamins.
37. Nic Craith, M. (2006). *Europe and the politics of language*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
33. Phillipson, R. (2003). *English-only Europe? Challenging language policy*. London, UK: Routledge.
38. Piris, J.-C. (2010). *The Lisbon Treaty: A legal and political analysis*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
39. Romaine, S. (2013). Politics and policies of promoting multilingualism in the European Union. *Language Policy, 12*, 115–137.
40. Spongenberg, G. (2006). *Catalan, Basque and Galician get EU language boost*.

41. Stolfo, M. (2009). Unity in diversity: The role of the European parliament in promoting minority languages in Europe. In S. Pertot, T. M. S. Priestly, & C. H.
42. Stamenković, S., *Komunikacija i neformalni načini komunikacije u kompanijama*, ERAZ-Beograd, broj 2, (385-393), (2015).
43. Williams (Eds.), *Rights, promotion and integration issues for minority languages in Europe* (pp. 32–43). Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
44. Perales-García, C. (2013).How did we get here? In L. Castro (Ed.), *What's up with Catalonia? The causes which impel them to separation* (pp. 105–112). Ashfield, MA: Catalonia Press.
45. Phillipson, R. (2003). *English-only Europe? Challenging language policy*. London, UK: Routledge.
46. Philpott, S. (1998). Self-determination in practice. In M. Moore (Ed.), *National self-determination and secession* (pp. 79–102). Oxford, UK: Oxford University Press.
47. Piris, J.-C. (2010). *The Lisbon Treaty: A legal and political analysis*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
48. Pons Parera, E. (2015). The position of Catalan in higher education in Catalonia. In F. X. Vila & V. Bretxa (Eds.), *Language policy in higher education: The case of medium-sized languages* (pp. 153–180). Bristol, UK: Multilingual Matters.
49. Potter, L., (2001), *Komunikacijski plan: Srž strateških komunikacija*, Print, Zagreb.
50. Tomić, Z., (2008), *Odnosi s javnošću – Teorija i praksa*, Synopsis, Zagreb – Sarajevo.

Интернет страници:
- https://europa.eu/european-union/about-eu/figures/administration_hr
- https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hr/sheet/144/communication-policy
- https://eur-lex.europa.eu › TXT - 12016P/TXT - EN - EUR-Lex - europa.eu
- https://europa.eu/european-union/about-eu/figures/administration_hr
- https://ec.europa.eu/transparency/documents-register/detail?ref=SEC(2005)985&lang=en
- https://eur-lex.europa.eu