



Program obveščanja slovenske javnosti o vključevanju Slovenije v Evropsko unijo (1997 – 2004)

Slovenije je v prvih letih po osamosvojitvi opredelila ključne zunanje politične cilje, med katerimi je bil eden izmed najpomembnejših vključitev v Evropsko unijo (EU). Za članstvo v EU je zaprosila junija 1996. Priprave, ki so bile potrebne za vključitev, je Vlada RS (Vlada) povzela v Strategiji Republike Slovenije za vključitev v EU, ki jo je parlament sprejel januarja 1998.

Vključevanje Slovenije v EU je kot dolgoročen proces potreboval tudi konsistentno in dobro usklajeno komunikacijsko podporo, zato se je Vlada odločila, da bodo o vstopu Slovenije v EU odločali državljanke in državljani Slovenije na referendumu (23. marec 2003). Do uspešne vključitve je torej lahko prišlo le ob visoki ravni obveščeniosti in splošnega razumevanja procesa vključevanja Slovenije v EU in podpori članstvu. Že Jean Monnet, eden izmed idejnih očetov EU, je dejal, da se v Evropsko skupnost ne vključujejo vlade in države, ampak celotna država s svojimi državljani.

Vlada je leta 1997 sprejela Program obveščanja slovenske javnosti o vključevanju Slovenije v EU (program), ki je bil del slovenske pridružitvene strategije in se je izvajal pod imenom *Slovenija. Doma v Evropi*. Za njegovo izvajanje je Vlada zadolžila Urad Vlade RS za informiranje (UVI).

1. Osnovni namen programa je bil doseči, da bo javnost v Sloveniji čim bolj razumela in podpirala vidike vključevanja v EU in odločitev za članstvo.

2. Glavni cilji programa so bili:

1. spodbujanje potrebe po iskanju informacij o vključevanju Slovenije v EU;
2. zagotavljanje verodostojnih, lahko dosegljivih in razumljivih informacij o EU in slovenskem vključevanju;
3. vzpodbujanje javne razprave o vključevanju Slovenije v EU;
4. zagotovitev ustrezne predreferendumske podpore za vključitev.

Iz teh ciljev je izhajalo, da se javnosti zagotovi pravočasne informacije, ki so temeljile na dejstvih. Javnost je morala biti seznanjena s prednostmi in slabostmi članstva v EU ter seveda tudi s posledicami morebitnega nečlanstva ob naslednji širitvi EU.

3. Ciljne javnosti so bile:

- **splošna javnost** (celotno prebivalstvo) je bila osnovna ciljna skupina, saj je program ves čas temeljil na predpostavki, da vstop zadeva vse prebivalke in prebivalce Slovenije.
- **mnenjski voditelji** - politiki, poslanci, javna uprava, gospodarstveniki, podjetniki, srednješolski in osnovnošolski učitelji, župani oz. lokalne oblasti ter **uredniki in novinarji** - so bili pomembni kot posebna ciljna skupina in kot glavni partnerji pri doseganju splošne

javnosti in specializiranih. Praviloma sodijo pripadniki te skupine med bolj izobražene in imajo velik formalen in neformalen vpliv na ljudi v njihovih okoljih. Zaradi tega je bilo pomembno, da smo skrbeli za njihovo sprotno informiranje in jih motivirali, da informacije posredujejo dalje.

- **kmetje in podeželsko prebivalstvo** so v prvi stopnji našega programa sodili med eno pomembnejših ciljnih skupin, predvsem zaradi mnenja, da so najbolj skeptični, saj je EU od njih zahtevala največ prilagoditev. Kasneje so javnomnensjske raziskave pokazale, da le niso tako zelo problematična skupina.
- **mladi** so se delili na: osnovnošolce, dijake in študente. Za celotno skupino je značilno, da je izredno raznolika in da se njena stališča izrazito oblikujejo pod vplivom medijev.
- **narodnostni manjšini** sta bili posebna ciljna skupina predvsem tudi zaradi pravice, ki jim jo omogoča zakonodaja, da dobijo informacije v lastnem jeziku, tj. v italijanščini oz. madžarščini.
- **nezainteresirani** (posledično: *neinformirani*), mednje so bili uvrščeni večinoma upokojnenci, ženske, brezposelni in so bili najtežje dosegljivi.
- **ljudje s posebnimi potrebami** (hendikepirani, slepi in gluhi) niso bili vključeni med ciljne skupine na začetku programa, se jim je pa zato v nadaljevanju naklonilo toliko več pozornosti.

4. Časovni okvir

Program se je pričel izvajati vzporedno z začetkom pogajanj Slovenije z Evropsko unijo, in sicer marca 1998 in je potekal do maja 2004, do vstopa Slovenije v EU.

5. Komunikacijska orodja so bila razdeljena v štiri skupine:

- **odnosi z mediji:** Medije se je o aktivnostih programa in o drugih dogodkih, povezanih z vključevanjem Slovenije v EU, obveščalo preko tiskovnih konferenc, s sporočili za medije in javnost ter z novinarskimi mapami. Na internetni strani je obstajal za medije poseben kotiček, kjer so se lahko naročili na sporočila in novice o EU. Posebni poudarek je bil namenjen lokalnim in regionalnim nekomercialnim medijem, katerim se je pomagalo organizirati kontaktne oddaje, z radijskimi postajami evrofon v živo, z lokalnimi televizijami pa kontaktne oddaje z aktualno EU vsebino.
Za izobraževanje novinarjev o EU vsebinah je bilo organiziranih 9 seminarjev v Sloveniji in v tujini.
- **neposredno komuniciranje:** Glavni element neposrednega komuniciranja je bil **evrofon**, brezplačna telefonska številka 080 2002, na katero so lahko prebivalci Slovenije zastavljali vprašanja o vključevanju Slovenije v EU in naročali **brezplačne publikacije**. To možnost so imeli tudi preko elektronskega naslova evrofon@gov.si in evrodopisnic, ki so jih lahko dobili na poštah, železniških postajah in knjižnicah povsod po Sloveniji. Evrodopisnice so bile uvedene predvsem zaradi zanimanja za EU informacije med podeželskim prebivalstvom. Podobno vlogo je imel tudi **evrobus**- potujoči informacijski center, ki je krožil po Sloveniji, obiskoval osnovne in srednje šole, občine, večja trgovska središča, sejme ter prireditve, predvsem NVO. Za osnovne šole je bilo organiziranih vrsto predavanj s kvizom in simbolnimi nagradami. Zaživela je tudi **spletna stran** <http://evropa.gov.si> z bogatimi informacijami o slovenskem vključevanju v EU, z različnimi kvizi, z evroklopetom, z bazo vprašanj in odgovorov - evropomočnikom, s prijavo na EU novice in brezplačne publikacije, s koledarjem dogodkom in obravnavanjem aktualnih novic.
- **sodelovanje z nevladnimi organizacijami (NVO):** Od leta 1997 je Urad prek javnih zapisov zagotovil določena finančna sredstva za izvedbo informativno-komunikacijske aktivnosti nevladnih organizacij. Njihove aktivnosti so prispevale k spodbujanju javne razprave in zagotavljanju prisotnosti različnih informacij ter stališč v zvezi z vključevanjem Slovenije v EU.
- **oglaševanje, promocijska gradiva:** Občasno smo oglaševali informacijske vire z objavo v brezplačnih publikacijah, preko evrobusa, evrodopisnic, s promocijskim gradivom (TV spoti, radijski in časopisni oglasi, majice, svinčniki, beležke A5 in A4 formata, nalepke,

baloni, rutice, Feliks in Vidi kartice).

Druge informativno-komunikacijske aktivnosti programa

UVI je v okviru programa tesno sodeloval z Delegacijo Evropske komisije v Ljubljani. Soorganizirala sta **srečanja predstavnikov v mestnih hišah** in vsako leto pripravila **javno tribuno** v Cankarjevem domu.

Dan odprtih vrat evrofona je bil namenjen zainteresiranim, ki so si lahko ogledali delovanje evrofona, njegovo knjižnico in razstavo publikacij NVO, sofinanciranih z javnimi razpisi.

V **Tednu Evrope** (v dneh okoli 9. maja) smo pripravljali različne okrogle mize in javne razprave ter druge dogodke.

V **sodelovanju s Francoskim institutom Charles Nordier** je UVI omogočil za **usposabljanje novinarjev** s slovenskimi in francoskimi strokovnjaki.

Vsako leto je Urad v sodelovanju z fakultetami razpisal nagrado za **najboljše diplomske naloge** na temo EU in nagrajenci so v študijskem obisku obiskali institucije EU.

6. Ovrednotenje rezultatov aktivnosti in programa

V okviru programa smo:

- izdali in razposlali **48 informativnih brošur v skupni nakladi 5 mio izvodov** (nekatero so bile izdane tudi v italijanskem in madžarskem jeziku),
- preko evrofona smo odgovorili na skoraj **11 tisoč vprašanj**,
- evrobus je bil na **332 dogodkih po vsej Sloveniji**,
- na natečaju za **najboljše diplomske naloge** v petih letih **nagradili 32 diplomantov** slovenskih univerz,
- za **novinarje** pripravili **9 seminarjev** z aktualno EU vsebino v **Sloveniji** in **5 v tujini**,
- sofinancirali **540 informativno komunikacijskih projektov** NVO v vrednosti **191 milijonov SIT**.

Referendum je bil 23. marca 2003. Skoraj **90%** državljanov Slovenije se je odločilo za **vklučitev Slovenije v EU**. S tem se je Slovenija uvrstila med države z najvišjo podporo vstopu v EU.

7. Finance

Program se je financiral iz slovenskega proračuna in programa Phare. Iz prvega je bilo za Program porabljenih približno 440 milijonov SIT, iz drugega pa 1 milijon evrov.