

Melléklet az 1198/2002. (XII. 6.) Korm. határozathoz

A Kormány EU-kommunikációs stratégiájának fő elvei

1. A Kormány EU-kommunikációjának céljai:

- a társadalom európai uniós ismereteinek bővítése,
- a csatlakozási tárgyalások eredményeinek és a jogharmonizáció következményeinek bemutatása,
- az EU-tagság előnyeinek, kihívásainak, a mindennapi életet érintő hatásainak bemutatása,
- az EU-kommunikáció kiszélesítése, társadalmasítása és decentralizálása, a gazdasági, érdek-képviseleti és a civil szféra bevonása az aktív kommunikációba,
- a kormányzatban rendelkezésre álló uniós információk hozzáférhetővé tétele és eljuttatása a társadalom valamennyi rétegéhez.

2. A Kormány azzal, hogy a tárcák és a velük kapcsolatban álló szakmai szervezetek és társadalmi csoportok EU-kommunikációs tevékenységét állítja előtérbe, a csatlakozás jelenlegi és további szakaszaiban decentralizálja az EU-kommunikációt. Az európai felkészülést szolgáló kommunikáció hatékonysága érdekében az egyes szakmai és társadalmi csoportok számára legfontosabb, őket érintő változások bemutatását helyezi a középpontba. Meg kell mutatni, milyen új esélyekkel, lehetőségekkel, veszélyekkel jár tagságunk az egyes társadalmi csoportok számára, mik a részletes szabályok és eljárások.

3. A kommunikációt interaktívvá kell tenni. Ennek feltétele az interaktív eszközök és módszerek kidolgozása, azok folyamatos alkalmazása az EU-kommunikációs stratégia végrehajtásában. A társadalom minden rétegéhez eljuttatott, személyre szabott tájékoztatás (telefonos információs szolgálat, körlevél, elektronikus levél, web) lehetővé teszi, hogy az állampolgárok felismerjék személyes érintettségüket és érdeküket, csökkenteni félelmüket az ismeretlentől, lehetővé teszi az aktív felkészülést.

Az EU-csatlakozás kommunikációs üzeneteinek el kell jutniuk valamennyi, jelentős társadalmi csoporthoz, lehetővé téve, hogy e csoportok tagjai személyesen azonosuljanak uniós tagságunkkal. Különösen fontos célcsoportok: a fiatal nemzedék, a mezőgazdaságból élők, a kis- és középvállalkozók, akik számára a legnagyobb kihívást, lehetőségeket és kockázatokat hordoz EU-csatlakozásunk, valamint a nők és a nyugdíjasok, akik jelentős részét az eddigi integrációs kommunikáció során nem sikerült megszólítani.

4. A minisztériumoknak és az országos hatáskörű szervezeteknek aktív szerepet kell játszaniuk az EU-csatlakozás kommunikációs feladatainak végrehajtásában. Ennek során figyelembe véve a Külügyminisztériumnak a csatlakozási folyamattal kapcsolatos szakmai-kommunikációs irányelveit

- meg kell határozni, mely társadalmi csoportokat érint a szakterület tevékenysége, mert ezek lesznek az ágazati EU-kommunikáció célcsoportjai,
- át kell tekinteni, hogy e célcsoportok életében milyen változásokat hozhat a csatlakozás, és lehetővé kell tenni az öntevékeny felkészülést,
- a célcsoportokhoz aktív kommunikációval el kell juttatni a számukra fontos, uniós információkat,
- kreatív munkával, a célcsoportokat képviselő társadalmi szervezetekkel egyeztetve és együttműködve meg kell találni, milyen módokon juthat el a leghatásosabban a célcsoportokhoz az EU-csatlakozásról szóló tájékoztatás, válaszolhatók meg az adott csoport tagjainak kérdései,
- össze kell fogni az adott kormányzati intézmény EU-kommunikációs feladatokra alkalmas tevékenységeit (médiakapcsolatok, rendezvények, kiadványok, szakmai fórumok, pályázatok, PR kampányok, társadalmi kapcsolatok stb.),
- az ágazatban a csatlakozás információit hozzáférhetővé kell tenni a többi kormányzati szerv, valamint a szakmai, érdek-képviseleti és civil szervezetek, illetve az állampolgárok számára,
- a feladattervek kidolgozásánál külön figyelmet kell fordítani az EU-csatlakozásról szóló népszavazást megelőző időszak feladataira.

5. A Külügyminisztérium egyre intenzívebben továbbítja a csatlakozási információkat a többi tárcának és a társadalomnak, miközben a legkompetensebb szakmai szervek és a tárcák aktívabb szerepével decentralizálásra kerül az EU-csatlakozás közpolitikai információinak a közvetítése. Ez a kormányzati koordináció egybevág az Európai Unió kommunikációs stratégiájának egyik legfontosabb alapelveivel, hogy a társadalmi csoportok a hozzájuk legközelebb álló, legfelkészültebb szervtől kapják meg a csatlakozás információit.

6. Az EU-csatlakozás kommunikációs stratégiájának kiemelten fontos elve a partnerség. A Kormánynak és a tárcáknak is a legszélesebb körben együtt kell működniük a civil társadalom és a magánszféra csoportjaival, intézményeivel. A partnerség közös tervezést, közösen megvalósított feladatokat és együttes értékelést eredményez. Ennek mechanizmusait ki kell alakítani.

A partnerségben kiemelt szerepet kap az Európai Unió Kommunikációs Közalapítvány, amelynek működési sajátosságai, testületei és programjai összekapcsolják a kormányzati és a társadalmi szféra tevékenységét.

A Kormány közvetlenül és a Közalapítvány segítségével is arra törekszik, hogy minden fontos társadalmi intézménnyel együttműködve valósítsa meg a sikeres EU-csatlakozást szolgáló kommunikációs stratégiát.

A MAGYAR TÁRSADALOM EU-KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIÁJA

(SZAKÉRTŐI DOKUMENTUM)
2002. november

BEVEZETÉS

2003-ban Magyarország történetének egyik legfontosabb állomásához érkezett. Az ország európai uniós csatlakozása szempontjából sorsdöntő eseményekre kerül sor. Ebben az évben aláírják a csatlakozási szerződést, s a magyar társadalom népszavazáson nyilvánítja ki akaratát az ország EU-tagságáról. 2004-ben pedig beteljesül Magyarország másfél évtizedes törekvése, az Európai Unióhoz történő csatlakozás.

A jelen kommunikációs stratégia (KS) célja az ország sikeres csatlakozásának segítése. A szerzők abból indultak ki, hogy most - a csatlakozás küszöbén - egyre hangsúlyosabban konkrét, az egyes társadalmi csoportok igényeihez igazított, speciális információkat és ismereteket kell közvetíteni. Az EU-s tagság reális lehetőséget ad az ország számára a felzárkózásra az eddigi tagállamokhoz, és így az ország jövője szempontjából egyedülálló történelmi fordulópontra. Ezt a lehetőséget csak úgy lehet maximálisan kihasználni, ha a társadalom különböző rétegei, csoportjai - a tanároktól kezdve a fiataloktól és a vállalkozókon át a mezőgazdasági termelőkig - minél pontosabb és reálisabb képpel rendelkeznek az EU-tagsággal járó kihívásokról, lehetőségekről és tennivalókról.

A kommunikáció középpontjában ezért a csatlakozásra való belső társadalmi felkészülés segítése áll. Ahhoz, hogy a magyar társadalom sikeres választ tudjon adni a csatlakozás kihívásaira, és élni tudjon a csatlakozással megnyíló lehetőségekkel, az egész társadalom aktív felkészülésére van szükség. Ezt a feladatot a magyar társadalom csoportjainak kell elvégezni. A kormányzat kommunikációs feladata pedig az, hogy a lehető legtöbb segítséget, támogatást és információt adja a társadalomnak a felkészüléshez - felhasználóbarát, interaktív, az elmélyülést lehetővé tévő formában.

A stratégia alapelve az EU-kommunikáció decentralizációja és társadalmiasítása. A KS a magyar kormányzat számára átfogó és középtávra szóló (2-3 év) kommunikációs stratégiát jelöl ki. Ennek keretében a kormányzati EU-kommunikációt decentralizálni kell: legyezőszerűen nyitni kell a gazdag szakmai ismeretekkel rendelkező szaktárcák, települési önkormányzatok és segítségükkel a társadalom csoportjai felé. Így lehet leghatékonyabban segíteni a magyar társadalom felkészülését az EU-csatlakozással járó kihívásokra és lehetőségekre, a népszavazásra és a tagság elnyerése utáni első időszakra. Ma, a csatlakozás közeledtével a teljes közigazgatási szektor bevonására, a szaktárcák és az önkormányzatok aktív részvételére van szükség. A szaktárcák rendelkeznek ugyanis a csatlakozás szakterületükre eső részleteivel kapcsolatos legmélyebb, legrészletesebb szaktudással, az önkormányzatok pedig eredményesen támogathatják a helyi közösségek sikeres felkészülését.

Az EU-kommunikáció decentralizációja azonban nem áll meg a kormányzati és önkormányzati szektornál, hanem társadalmi decentralizációt is jelent. Az EU-csatlakozásról szóló vita, a megnyíló lehetőségek kihasználása az egész társadalom érdeke. A KS ezért újfajta szerződés és összefogás lehetőségét kínálja a magyar társadalomnak. Újfajta, sokoldalú, sokszereplős kommunikációt kell folytatnunk arról, hogyan élhetünk a csatlakozásból következő új lehetőségekkel. A KS támogatja és szervezeti kereteket biztosít ahhoz, hogy az EU-ról szóló kommunikációba aktívan be tudjanak kapcsolódni a helyi közösségek, a civil társadalom, a gazdasági szféra szakmai és érdek-képviselői szervezetei. A kommunikációs stratégia megvalósítása négyirányú (kormányzati, területi, szakmai-érdek-képviselői és civil) decentralizáción keresztül történik. Így biztosítható az ország és a társadalom egészének cselekvő részvétele a tagságra való sikeres felkészülésben. A stratégia sikeres végrehajtásában fontos szerepet töltenek be az Országgyűlés, a pártok és az egyházak. Tekintettel azonban a szervezetek autonómiájára és sajátosságaira, az anyag nem foglalkozhat velük érdemben.

A KS elkészítéséhez felhasználtunk minden ebben a témában készült rendelkezésre álló korábbi dokumentumot, a magyar társadalom EU-csatlakozási felkészülésének kommunikációs stratégiája című, a PHARE-program keretében készült munkát, a hasonló tartalmú korábbi dokumentumokat és háttéranyagokat. A hazai stratégia illeszkedik az Európai Unióban a tagállamokban és a tagjelölt államokban meghirdetett bővítési kommunikációs stratégiájához (Communications Strategy for Enlargement). Ily módon az EU-ban használt szempontrendszer, szakértelem is hasznosul a hazai stratégiában.

A KS számos kutatás eredményére támaszkodik. A regionális és országos sajtó EU-témájú tartalomelemzései mellett felhasználtuk az országos reprezentatív közvélemény-kutatások, valamint sok fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés eredményeit. Emellett sok személyes interjút készítettünk a közigazgatásban, a civil, érdek-képviselői és vállalati szférában dolgozó, illetve az EU-kommunikációval foglalkozó szakemberekkel itthon és külföldön. Az anyag első változatára számos szóbeli és írásos visszajelzést kaptunk az Európai Bizottság

Magyarországi Delegációjától és a szaktárcáktól, amelyek nagy részét beépítettük a végleges változatba. A kommunikációs stratégia elkészítését a MeH KITKH államtitkára, dr. Baja Ferenc vezetésével létrehozott konzulensi munkacsoport (Böjte József, Bruck Gábor, Hargitai Gábor, Levendel Ádám, Szigetvári Viktor, Vass László) segítette.

Öszintén reméljük, hogy nyilvános dokumentumként a KS közkinccsé fog válni. Arra törekedtünk, hogy az egyes fejezetek önmagukban is érthetőek és logikusak legyenek. Szándékaink szerint a KS nemcsak a kormányzati szektor és az önkormányzatok, hanem a média, a civil, szakmai és érdek-képviselői szervezetek, a főiskolák, egyetemek, EU-tanulmányi központok, oktatási intézmények, az EU információs tanácsadással foglalkozó irodák, információs pontok és minden magyar állampolgár számára is hozzáférhető lesz, és így hozzájárulhat a magyar társadalom, Magyarország sikeres EU-tagságához.

*EU Kommunikációs Szakértői Műhely
(Horváth Zoltán, Husz Dóra, Sarlós Gábor, Sükösd Miklós)*

2002. november

VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

ELSŐ RÉSZ

KONTEXTUS ÉS KIHÍVÁSOK

I. A KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA KONTEXTUSA

A döntés megszületett: Magyarország 2004-ben csatlakozhat az Európai Unióhoz. Magyarországon a magyar állampolgárokon múlik, hogy az ország él-e a lehetőséggel. Ehhez arra van szükség, hogy a magyar társadalom birtokában legyen a sikeres tagsághoz szükséges ismereteknek, megfelelően tájékozott és felkészült legyen, és így az állampolgárok a 2003. tavaszán a csatlakozásról megrendezésre kerülő népszavazáson felelősségteljesen tudjanak dönteni. A társadalom tájékoztatása - a sikeres tagságra való felkészítés és a népszavazáson meghozandó megalapozott döntés elősegítése - a kommunikációs stratégia (KS) feladata.

Magyarország számára az európai integráció, az európai egységes piacba való betagozódás a felzárkózás eszköze és történelmi lehetősége. A csatlakozás hozzájárul annak az átmenetnek a gyorsabb lezárásához, amelynek során a demokratikus Magyarország stabil, fejlett gazdaságú, jólétben élő országgá válik.

A bővítés az EU számára 2002 második felére a prioritások prioritásává vált. A magyar kommunikációs stratégiát az Európai Unió belüli folyamatokkal, prioritásokkal, valamint az Európai Bizottság bővítési kommunikációs stratégiájával összhangban kell megvalósítani. Ennek érdekében szorosan együtt kell működni, folyamatosan koordinálni kell a kommunikációs tevékenységet az Európai Bizottság Magyarországi Delegációjával.

II. KOMMUNIKÁCIÓS KIHÍVÁSOK, VESZÉLYEK

A kihívások egy része olyan adottság, amelyekkel a stratégia végrehajtása során mindvégig számolni kell. Más részük olyan veszélyforrás, melyek jelentőségét a stratégia visszajelzési mechanizmusai segítségével csökkenteni lehet.

1. Társadalmi kihívások

- *Társadalmi megosztottság:* A csatlakozás hosszú távú sikere múlhat azon, hogy sikerül-e a magyar EU-tagság ügyét valóban össznemzeti, ösztársadalmi feladatként átélni és bemutatni.

- *A felkészülés elmulasztása:* Az EU-tagság nem kínál automatikus megoldásokat, a sikeres tagság feltétele a felkészülés.

- *A nyelvtudás hiánya:* A magyar társadalom rendkívül alacsony szintű idegennyelv-tudása a csatlakozás után az EU-tagságból adódó lehetőségek kihasználásának legfőbb gátja lehet.

- *Irreális illúziók:* A magyar közvélemény az EU-ról alkotott erősen idealista képe és a csatlakozás következményeivel kapcsolatos irreális várakozások a csatlakozás utáni kiábrándulás veszélyét hordozzák magukban.

- *Közömbösség:* A széles közvélemény érdeklődésének felkeltéséhez a csatlakozás kérdéseit ki kell emelni a külpolitikai, sőt a politikai kategóriából, és a kommunikációnak az uniós tagság mindennapi életben megjelenő hatásait is be kell mutatni.

2. Szervezeti kihívások

- *Kormányzati decentralizáció:* Az átlagpolgár sokszor nem tudja, ki az EU-val kapcsolatos információk gazdája, hova fordulhat, honnan tájékozódhat. A lakosság tájékoztatásában hiányzik a szaktárcák közti hatékony munkamegosztás. A kommunikáció jelenlegi szakaszában a szaktárcák bevonására és a hatékony kommunikációs munkamegosztás struktúrájának kialakítására van szükség.

- *A kommunikáció társadalmisítása:* Az egyes társadalmi csoportok felkészülése a tagságra elengedhetetlen. Ezt a folyamatot a kormányzat csak segíteni tudja. A taggá válás előtti utolsó szakaszban és a tagság ideje alatt ezért kiemelt jelentőségű a szakmai-érdek-képviselői, civil és regionális szervezetek partnerként való bevonása a kommunikációba. Segítségükkel jöhet létre a csoportspecifikus aktív felkészülés, amely a sikeres tagság garanciája.

3. Külső tényezők

A külső (nemzetközi) tényezők speciális helyet foglalnak el a kommunikációs kihívások között, mivel jellegükből fakadóan ezeket tudja legkevésbé alakítani a kommunikációs stratégia.

- *A mozgó célpont problémája:* A magyar csatlakozásig is olyan meghatározó események történnek az EU-n belül, amelyek jelentősen alakítani fogják az unió működését. Ezek a kérdések alapvetően befolyásolják a magyar EU-tagság feltételrendszerét.

- *A határon túli magyarság problematikája:* Ukrajna és Jugoszlávia állampolgárai számára a 10 tagjelölt ország csatlakozását követően is várhatóan vízumköteles lesz az Európai Unióba való beutazás. E területek magyar kisebbségeinek helyzete így továbbra is bizonytalanságot okozhat a magyar társadalom egy része és az érintett kisebbség körében.

- *Az Európai Unió bővítési kommunikációs stratégiájának követelményei:* Az EU jelenlegi tagországai és saját szervezetei számára kötelező kommunikációs irányelveknek a kommunikációs stratégiában való érvényesítése biztosíthatja Magyarország számára a zökkenőmentes átmenetet a tagjelölt szerepből a teljes jogú tag helyzetébe az integrációs kommunikáció területén.

MÁSODIK RÉSZ

CÉLOK ÉS ÜZENETEK

III. A KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA CÉLJAI

1. A kommunikációs stratégia két fő célja

A) Sikeres EU-tagság

Az EU-tagság önmagában kevés. Az ország sikeres tagságot akar. A siker feltétele, hogy a magyar társadalom felkészülten lépjen be az Európai Unióba. A KS célja ezért magára az EU-tagságra való felkészítés és felkészülés. A kommunikációnak olyan készségek kialakítását kell segítenie, amelyek a csatlakozásig tartó felkészülésben és a csatlakozás utáni érvényesülésben egyaránt fontosak. A KS időszakában ezért az interaktív információs stratégia a meghatározó. A kommunikációs stratégia passzív felkészítés helyett ösztönzi az aktív felkészülést. Ez részvételt, interaktív információcserét és konkrét tevékenységet jelent az esélyek, lehetőségek és elvárások felismerése alapján.

A sikeres tagság feltétele, hogy a társadalom érintett csoportjai és az egyének tisztában legyenek azzal, hogy a tagság számukra: milyen hatásokkal jár, milyen lehetőségeket teremt, és milyen feladatokat kell elvégezniük a siker érdekében. Mindezek ismerete jelenti a felkészülést a tagságra. A KS-nek ezt a felkészülést kell minden eszközzel segítenie. Egyrészt tudatosítania kell a felkészülés fontosságát, másrészt biztosítania kell az ehhez szükséges információkat.

A sikeres tagság feltételeinek megismertetése csoportspecifikus tájékoztatást tesz szükségessé, amely csak a kommunikációs stratégia kormányzati decentralizációja és társadalmisítása (civil, szakmai-érdek-képviselői és regionális decentralizáció) révén érhető el.

B) Személyes azonosulás a magyar EU-tagsággal

Az EU-csatlakozással Magyarország történelmi válaszúthoz érkezik. A csatlakozáshoz nélkülözhetetlen az állampolgárok döntése. A népszavazással a társadalom minden tagja döntési helyzetbe kerül. Ez a döntés nem jöhet létre személyes érintettség, érzelmi kötődés nélkül. A KS-nek mozgósítania kell a tagságról szóló népszavazáson való részvételre.

Az EU-tagság melletti elköteleződés az európai értékrenddel való azonosulást jelenti, amit a kommunikációs stratégiának segítenie kell. Az EU alapértékei mind olyan értékek, amelyek a magyar lakosság, a magyar választópolgárok számára is meghatározó prioritások.

A csatlakozással megerősödik a magyar társadalomban az európai országok közösségéhez való tartozás érzése. A KS célja e folyamat segítése. Ehhez a kommunikációnak tudatosítania kell: mit kapok, és mit adok a közösségnek. Mindez erősíti az európai és nemzeti identitást, és ezen belül a nemzeti értékek megismertetésének lehetőségét.

A csatlakozással Magyarország mindennapjaiban az eddigi hagyományos belpolitikai-külpolitikai tematikai megosztottság mellett megjelenik egy harmadik terület, az európai közösségi szféra. A kommunikációnak a harmadik szférában való otthonos mozgásra fel kell készítenie a társadalmat.

A népszavazási részvétellel való mozgósítás ne párosuljon meggyőzésre irányuló kampánnyal. Az előnyök túlzott hangsúlyozása ugyanis csodaváráshoz vezethet, ami komoly veszélyeket hordoz. Ilyen elsősorban a csatlakozás utáni kiábrándulás veszélye. A tartós támogatottságot a valós ismereteken alapuló érzelmi kötődéssel lehet elérni. A mozgósítás időszakát fel kell használni az elérhető információs források széles körű népszerűsítésére.

2. Az 5É

A két fő cél megvalósítása érdekében a kommunikációs stratégia a felkészülést és az önálló véleményformálást segítő elő értékek, érvek és érdekek alapján, az érintettség tudatosításával és az érzelmi azonosulással (az 5É).

Érdek: A kommunikáció akkor sikeres, ha az egyének felismerik, hogy a csatlakozás - túl az ország érdekein - közvetlen, személyes érdekük is.

Érintettség: A kommunikációs stratégiának tudatosítania kell, hogy a csatlakozást kísérő változások befolyásolják az egyén szűkebb lakóhelyének, családjának sorsát, sőt személyes életét is.

Értékek: Az Európai Uniót az európai értékeken keresztül célszerű bemutatni: közös kulturális hagyományok, demokrácia, a tisztességes verseny kultúrája, tolerancia, szolidaritás stb.

Érvek: A kommunikációs stratégia érvközpontú kommunikációra épít. Ennek célja az önálló véleményformálás segítése, a megalapozatlan félelmek, tévhitek cáfolása. Érveken keresztül történik a felkészüléshez szükséges információk ismertetése.

Érzelmeik: A népszavazási döntéshez és az unióhoz való tartozáshoz az állampolgárok személyes érzelmi elköteleződésére is szükség van.

3. Az EU-kommunikáció befogadó szintjei

Az önálló véleményformálást elő kell segíteni a sokrétű, számos fórumon folytatott társadalmi vita ösztönzésével. Az alapértékek mellett fokozatosan differenciált, konkretizáló, személyre és társadalmi csoportra szabott tájékoztatás szükséges. Meg kell teremteni az önálló, elmélyült tájékozódás feltételeit is. Az érdeket és érintettséget a kommunikációban a társadalom különböző szintjeire le kell bontani. Ezt segíti a kommunikációs stratégia négyirányú decentralizációja (kormányzati, civil, szakmai-érdek-képviselői és regionális).

A kommunikáció szintjei a következők: egyének (állampolgárok), családok, szervezetek, társadalmi csoportok (rétegek), társadalom (össznmzeti szint). A különböző szintekre, illetve azok csoportjaira szabott kommunikációban a KS-nek kiemelten támaszkodnia kell partnerszervezetekre (szaktárcákra, érdek-képviselői szervezetekre, civil szervezetekre stb.) ahhoz, hogy a csatlakozás egyes társadalmi, szakmai és érdekcsoportok életét érintő hatásairól, következményeiről hatékonyan tudjon tájékoztatni.

IV. A KOMMUNIKÁCIÓ ÁLTALÁNOS ÜZENETEI

1. Az általános üzenetek alapkérdései

Az üzeneteknek választ kell adniuk a Magyarország csatlakozásával kapcsolatban felmerülő alapkérdésekre minden befogadói szint esetében:

- Mi az Európai Unió? - Valós kép definiálása értékek és érvek közvetítésével,
- Mit jelent számomra a tagság? - Közvetlen érdek és érintettség tudatosítása,
- Mit adok, és mit kapok az Európai Unióval? - Érzelmi azonosulás elősegítése.

2. Az általános üzenetek funkciói

Az általános üzenetek a minden célcsoportot megszólító közös üzeneteket, kommunikációs tematikákat jelenítik meg. Az általános üzenetek fő funkciói:

- Minden célcsoportot, azaz a társadalom egészét elérjék, megszólítsák,
- Értelmezési keretet adjanak a célcsoportoknak megfogalmazott specifikus üzeneteknek,
- Az érintettség hangsúlyozásával felkeltsék az egyes csoportok, egyének érdeklődését a rájuk vonatkozó specifikus üzenetek irányába.

Fontos kiemelni, hogy a KS időszakában a hangsúlyt az általános üzenetekről az egyes szakmák, érdekcsoportok, régiók érdekelttségét közvetlenül megmutató specifikus üzenetekre, információkra kell helyezni. A specifikus üzenetek képezik a KS hangsúlyos területét. Ezek kidolgozásában a négyirányú decentralizációban részt vevő partnerszervezetekre (a kormányzatra, a szakmai-érdek-képviselői, civil és regionális szervezetekre) kell támaszkodni.

3. A központi és kiemelt üzenetek

A központi üzenet:

Az EU lehetőségeket teremt. - Az EU eszköz a felzárkózásra. - Az EU gyermekeink jövője.

A kommunikáció központi üzenete: Az Európai Unió lehetőségeket teremt mindannyiunk számára, ha felkészültek vagyunk, élünk ezekkel, eszközt kapunk felzárkózásunkra és biztosítjuk gyermekeink jövőjét. A lehetőségekből a társadalom, a csoport és az egyén is részesül.

A kommunikáció üzeneteinek a tagságból következő lehetőségeket, az ezekre való felkészülés fontosságát és a jövő szempontjait kell hangsúlyozniuk.

A tájékoztatásból fakadó üzenet:

Akarj tudni az EU-ról! Az információk elérhetők!

A passzív és aktív befogadást egyaránt elő kell segíteniük a KS üzeneteinek. Ezért a KS egyik meghatározó üzenetének éppen az információk elérhetőségét kell bemutatnia, proaktívan választ adva arra a kérdésre, hogy: Hol tudok tájékoztatást kapni az engem érdeklő és érintő kérdésekben?

Az általános üzenetek révén biztosítani kell, hogy aki igényli, az könnyen tudja megismerni és megtalálni az alapinformációknál bővebb több információ elérhetőségét. A KS-nek a négyirányú decentralizációval biztosítani kell, hogy az információk (a célcsoport-specifikus üzenetek) valóban rendelkezésre álljanak, könnyen hozzáférhetők legyenek.

A mozgósítási szakasz kiemelt üzenete:

Neked is döntened kell: Európához akarsz-e tartozni?

A népszavazásból fakadó döntési helyzet külön kiemelt üzenet megfogalmazását teszi szükségessé, amely a mozgósítási szakaszban a központi üzenet rangjára emelkedik. A KS arra buzdítja az állampolgárokat, hogy gyakorolják demokratikus jogukat a történelmi jelentőségű, Magyarország jövője szempontjából döntő fontosságú népszavazáson. A KS üzenetének hangsúlyoznia kell, hogy mindenki személyes döntésére szükség van. A döntés téje az, hogy hova tartozzon Magyarország és a magyar állampolgárok. Magyarország ezeréves történelme, kultúrája, gazdasági és emberi kapcsolatai Európához, az európai országok közösségéhez fűzik. A csatlakozásról szóló döntés ennek megerősítéséről szól.

A mozgósítási szakasz kiemelt üzenetét össze kell kapcsolni az információk elérhetőségét hangsúlyozó üzenettel. A döntési helyzetből fakadó nyitottság a legjobb alkalom az információk eljuttatására.

4. Az általános üzenetek tematikái

A központi üzenetekhez kapcsolódóan a KS időszakában két általános üzenettematika különül el:

- Az Európai Unió értékei,
- A magyar csatlakozás indokai és hatásai, Magyarország értékei.

4.1. Az Európai Unió értékei

Az Európai Unió céljait, eredményeit, fejlődését és működését bemutató tájékoztatás az EU alapértékeinek, továbbá létrehozása, működése motivációinak ismertetésére épül. Íme ezek közül néhány: Az EU egységes piac, Az európai kultúra: egység a sokféleségben, Az EU eszmék és érdekek közössége, Az EU csökkenti a térségi egyenlőtlenségeket, Az EU esélyt ad a lemaradóknak, Az EU biztonságot nyújt tagjainak, Az EU támogatja a vidéket, Közös fellépés, tisztább környezet, Gyors és minőségi közlekedés, Egységes valuta, pénzügyi stabilitás, Az EU követelményeket támaszt tagországaival szemben.

4.2. A magyar csatlakozás motivációi és hatásai, Magyarország értékei

A csatlakozás indokait (motivációs tényezőit), várt hatásait és az ezekből adódó feladatokat az érintettség hangsúlyozásával célszerű bemutatni, segítve az állampolgárok érzelmi azonosulását az uniós tagsággal. Íme néhány idevonatkozó üzenet: Az EU-tagság rólad szól, Gazdagítjuk az EU-t, Magyarország Európához tartozik, Részt veszünk az európai döntésekben, A magyar nemzet újraegyesül az Európai Unióban, Az alkalmazkodás Magyarország érdeke, Tanuljunk nyelveket!

Az EU-tagságból, illetve a tagságra való felkészülésből eredő hatások szoros összefüggésben állnak az EU-alapértékekkel. Az ezekből adódó üzenetekből íme néhány: Magyarország részese lesz az egységes piacnak, Az európai állampolgársággal minden magyar állampolgár többletjogokat élvez, Magyarország részesül az EU által nyújtott gazdasági és regionális támogatásokból, Magyarország határai biztonságosabbá válnak, Támogatáshoz jut a magyar vidék stb.

HARMADIK RÉSZ

A VÉGREHAJTÁS FELTÉTELEI

V. A KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA SZAKASZOLÁSA

1. A KS szakaszai

A szakaszok ismertetése előtt le kell szögezni:

- A KS legfontosabb feladata a magyar társadalom felkészítése, ezért a tájékoztatás végigvonul a KS időszakában. A tájékoztatás mellett ugyanilyen súllyal bír a tájékoztatói lehetőségek megteremtése.

- Szükség van az állampolgárok részvételét ösztönző mozgósításra, a személyes azonosulás elősegítésére, különösen a népszavazáskor. A mozgósítást is fel kell ugyanakkor használni a tájékoztatásra és a tájékoztatói lehetőségek megismertetésére.

- A magyar társadalom felkészítése folyamatos feladat, így a szakaszolásnak túl kell mennie a csatlakozás időpontján. Mindezek alapján a tájékoztatási kommunikációs tevékenység alábbi tagolására nyílik lehetőség.

1. szakasz: Tájékoztatás - mozgósítás előkészítése

- kezdési időpont: 2002. december 1.

- lezárási időpont: a népszavazást megelőzően 6 héttel

- cél: átfogó tájékoztatás és az elmélyült tájékozódás lehetőségeinek megismerése

- eszközei: a kommunikáció széles eszköztára

- jellemzői: korrek, kiegyensúlyozott, sokirányú, szakszerű, az általános üzenetek keretében helyezett általános és célcsoport-specifikus tájékoztatás

2. szakasz: Mozdósítás (és tájékoztatás)

- kezdési időpont: a népszavazást megelőzően 6 héttel

- lezárási időpont: a népszavazás időpontja

- cél: a minél nagyobb arányú részvétel

- eszközei: a kommunikáció széles eszköztára, kibővíve a reklám eszközeivel

- jellemzői: a központi üzenetet, a döntési helyzet fontosságát hangsúlyozó, személyre szóló, ha szükséges provokatív, figyelemfelkeltő, érzelmi elköteleződést ösztönző (a tájékoztatási tevékenység nem szűnik meg, párhuzamosan zajlik!)

3. szakasz: Tájékoztatás - csatlakozás előkészítése

- kezdési időpont: a népszavazást követően

- lezárási időpont: a csatlakozás időpontja

- cél: képes legyen megteremteni az egyénekre, csoportokra szabott tájékoztatói lehetőséget

- eszközei: a kommunikáció széles eszköztára

- jellemzői: interaktív szakmai kommunikáció, decentralizált formában, célcsoport-specifikus üzenetekre építve

4. szakasz: Tájékoztatás - csatlakozást követő időszak

- kezdési időpont: a csatlakozást követően

- lezárási időpont: nincs, a tájékoztatás fenntartására tagállamként folyamatosan szükség van

- cél: minél hatékonyabban elősegíteni az alkalmazkodást, integrálódást

- eszközei: a kommunikáció széles eszköztára

- jellemzői: a kívülről jövő kezdeményezéseken, visszajelzéseken alapuló szakmai és egyéni kommunikáció oly módon, hogy az EU-kommunikációs tevékenység tagságunkból természetesen adódó cselekvésforma legyen

4a. szakasz: Európai parlamenti választásokra történő mozgósítás

- kezdési időpont: két-három hónappal a választások előtt

- lezárási időpont: a választások időpontja

- cél: a minél nagyobb arányú részvétel

- eszközei: a kommunikáció és a társadalmi célú reklám széles eszköztára

- jellemzői: a döntési helyzet fontosságát, a személyes részvételt, hozzájárulást hangsúlyozó

2. Éves akciótervek

A KS többéves, középtávú kommunikációs stratégia. Ennek keretében éves akcióterveket kell készíteni az EU Kommunikációs Központban az EU Kommunikációs Szakértői Műhely és külső szerződő partner(ek) bevonásával. Az éves akciótervek meghatározzák az adott évre, illetve kommunikációs szakaszra a fontosabb kommunikációs tevékenységeket, és költségvetési tervet rendelnek mellé.

3. A kommunikációs stratégia nyilvánossága

A KS szövegét sikerre vitele érdekében az érintettekkel meg kell ismertetni, és biztosítani kell a benne foglaltak társadalmisítását. A KS szövegét ezért nyilvánossá kell tenni, és el kell juttatni az EU-csatlakozási kommunikációban részt vevő intézményeknek és társadalmi partnerszervezetnek. A KS nyilvánosságra hozása a hatékony végrehajtás feltétele.

VI. A KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA VÉGREHAJTÁSÁNAK SZERVEZETE

A kommunikációs stratégia központi koordinációjáért három intézmény felel:

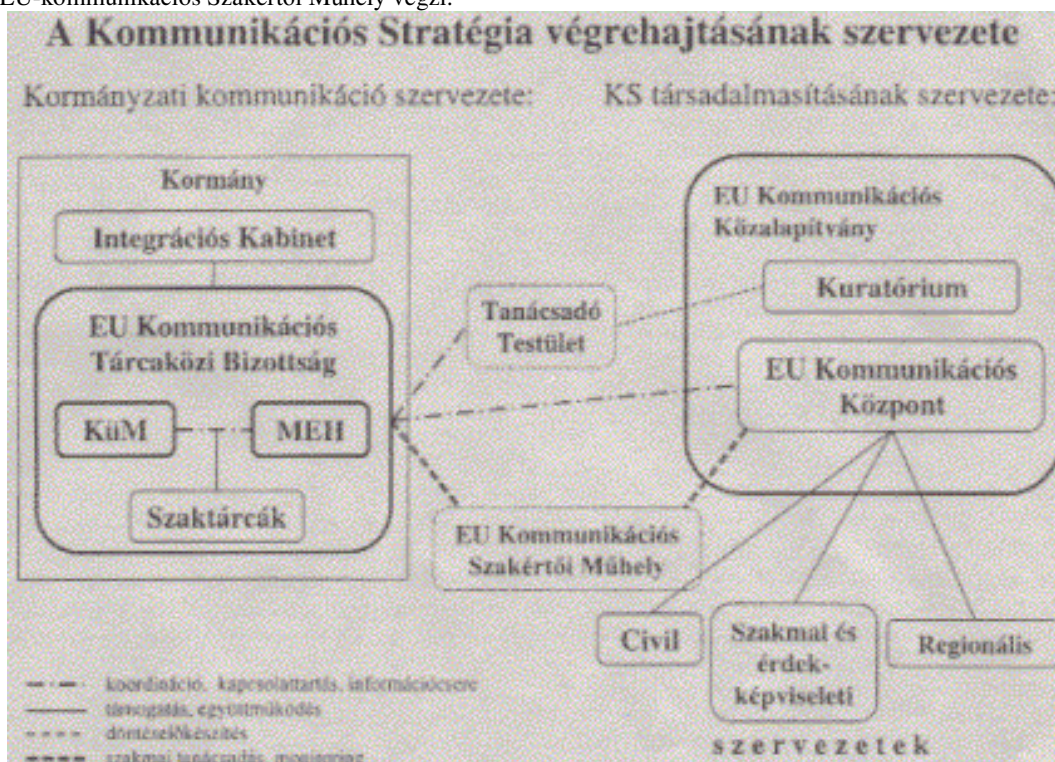
- Az EU Kommunikációs Közalapítvány alatt felállítandó EU Kommunikációs Központ felelős a stratégia társadalmisításáért (a szakmai-érdek-képviselési, civil és területi decentralizációért) és a népszavazásra való

felkészülés irányításáért. Az EU Kommunikációs Közalapítvány célja, hogy aktív partnerként bevonja a kommunikációba és támogassa a szociális partnereket, a szakmai és a civil szféra legfontosabb ernyőszervezeteit, az államigazgatás és az EU-tájékoztatás regionális szintjein elhelyezkedő intézményeket és a széles lakossági tájékoztatást végző legfontosabb multiplikátorcsoportokat.

- Az EU-kommunikációs Tárcaközi Bizottság szolgálja a stratégia kormányzati végrehajtását, és ennek érdekében a szaktárcák EU-kommunikációjának összehangolását. A szaktárcák felelősek a saját területükön működő speciális civil, szakmai-érdek-képviselői és regionális szervezetekkel, valamint multiplikátorcsoportokkal való kapcsolattartásért, célcsoportjaik integrációs felkészülését segítő munkájának támogatásáért.

- A Külügyminisztérium koordinálja egyrészt a kifelé irányuló integrációs kommunikációt, azaz Magyarország bemutatását az EU intézményei, tagországai és lakossága felé, másrészt a befelé irányuló kommunikáció terén a Külügyminisztérium irányítja a tájékoztatást a magyar csatlakozási folyamatról (a csatlakozásról és annak feltételeiről).

A Közalapítvány Kuratóriuma szakmai munkájának tartalmi meghatározását, a döntések előkészítését a Kormány által kinevezett Tanácsadó Testület segíti. A kommunikációs stratégia végrehajtásának szakmai monitoringját és a Közalapítvány EU-kommunikációs Központja munkájának támogatását a külső szakértőkből álló EU-kommunikációs Szakértői Műhely végzi.



1. Az EU-kommunikációs Közalapítvány

A Közalapítvány vezetői testülete a Kuratórium, amely a következő feladatokat látja el:

- Meghozza a kommunikációs kezdeményezések tervezésével és végrehajtásával kapcsolatos stratégiai döntéseket.
- Felügyeli az EU-kommunikációs Központ munkáját.
- Felügyeli a népszavazásra való választói mozgósítást.
- Kialakítja és koordinálja a Közalapítvány kapcsolatait az Országgyűléssel, a pártokkal, valamint az egyházakkal.
- Folyamatos kapcsolatot tart fenn és konzultál a Tanácsadó Testülettel.
- Kialakítja és koordinálja a Közalapítvány nemzetközi kapcsolatait.

Az EU-kommunikációs Központ tevékenysége a KS végrehajtásának központi eleme. A Központ feladata a KS végrehajtásának társadalmasítása és koordinálása, valamint a csatlakozás ügyében rendezendő népszavazásra való mozgósítás.

Ezen belül a Központ látja el a következő feladatköröket:

- A szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetekkel, valamint a szociális partnerekkel való kapcsolatok koordinálása.

- A regionális államigazgatási szintekkel és Európai Információs Pontokkal való kapcsolattartás, kommunikációjuk segítése és koordinálása.
- Multiplikátorcsoportok felé irányuló kommunikáció koordinálása.
- Kapcsolattartás és koordináció az Európai Bizottság Delegációjával és egyéb kommunikátorokkal.
- A népszavazási mozgósító kampány koordinálása és projektmenedzsment.
- Rendezvényszervezési támogatás nyújtása a stratégia végrehajtásába bevont partnerszervezeteknek.
- Információs anyagok és adatbázisok kidolgoz(tat)ása és terjesztése.
- A KS projektjeinek előkészítése, tervezése.
- A KS éves akcióterveinek összeállítása.
- Pályázattal kapcsolatos képzések szakmai-érdek-képviselői, civil és regionális szervezeteknek.

2. Az EU-kommunikációs Tárcaközi Bizottság

Az EU-kommunikációs Tárcaközi Bizottság feladatai a következők:

- A tárcaszintű kommunikációs stratégiák kialakításának és végrehajtásának felügyelete.
- A kormány rendszeres tájékoztatása a kommunikációs stratégia alakulásáról.
- A különböző minisztériumokban folyó EU-kommunikációs munka hatékony koordinációja.
- Rendszeres tartalmi információcsere, egységes üzenetek kialakításának elősegítése.
- Közös projektek és közös finanszírozás tervezése.
- A két- és többoldalú együttműködés rendjének megállapítása, a különböző intézményeknél dolgozó projektvezetők együttműködésének kialakítása.

A bizottság elnöke a Miniszterelnöki Hivatal kormányzati informatikai és civil kapcsolatokért felelős politikai államtitkára, társelnökei a Külügyminisztérium illetékes államtitkára, a MeH koalíciós együttműködésért felelős politikai államtitkára, valamint a MeH Kormányzati Kommunikációs Központjának a vezetője.

Az EUKTB állandó tagjai a következők:

- A tárcák EU-kommunikációjáért felelős szervezeti egységek vezetői.
- A MeH kormányzati Stratégiai Elemző Központjának vezetője.
- A MeH Nemzeti Fejlesztési Terv és EU-támogatások Hivatalának kommunikációs elnökhelyettese.

Az EUKTB ülésein állandó meghívottként jelen van az EU-kommunikációs Közalapítvány vezetője.

3. Külügyminisztérium és a szaktárcák

A Külügyminisztérium kiemelt szerepet tölt be az EU-kommunikációs stratégia végrehajtásában:

- A Külügyminisztérium irányítja Magyarország külső kommunikációját az EU intézményei, tagországai és társadalmi felé.

- A Külügyminisztérium a magyar csatlakozási folyamatról szóló belső tájékoztatás szakmai felelőse.

A minisztériumok feladatai a következők:

- A területükön aktív legfontosabb szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetekkel való kapcsolatok koordinálása.
- A területükön aktív multiplikátorcsoportok felé irányuló kommunikáció koordinálása.
- A területükön aktív további kommunikátorokkal való kapcsolattartás.
- A minisztériumok szervezetén belül a kommunikációs stratégiával összefüggő feladatok koordinálása.

NEGYEDIK RÉSZ

A KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA NÉGYES DECENTRALIZÁCIÓJA

VII. KORMÁNYZATI DECENTRALIZÁCIÓ

1. A kormányzati decentralizáció szerepe az EU-kommunikációban

Magyarország EU-tagságának közeledtével a kommunikáció hangsúlya a tagságra való belső felkészülésre helyeződött át. Az EU-integráció kommunikációs folyamatában ezért a kormányzat erőfeszítései nem korlátozódhatnak az EU Közalapítvány, a MeH és a Külügyminisztérium munkájára. Az EU-tagságra való felkészülés kommunikációjába be kell vonni a kormányzat egészét, minden szaktárcát. A kormányzati EU-kommunikációt decentralizálni kell, legyezőszerűen ki kell nyitni a szaktárcák, és segítségükkel a társadalom csoportjai felé. A szaktárcák rendelkeznek az EU-csatlakozás szakterületükre eső részleteivel kapcsolatos legmélyebb, legrészletesebb szaktudással. Ezt a tudást hatékonyan kommunikálni kell.

2. Kommunikációs kihívások

A kommunikáció kormányzati decentralizációjának legfőbb kihívása, hogy bővíteni kell a szaktárcák EU-kommunikációs kapacitását. A szaktárcáknak az EU-csatlakozáshoz kapcsolódó célzott, konkrét, szakmaspecifikus információkat és üzeneteket kell nyújtaniuk az érintett szakmai-érdek-képviselői, civil és lakossági csoportok számára. A tárcaszintű kommunikációban bővíteni kell

- az EU-integrációval foglalkozó szervezeti egység kommunikációs kapacitását,
- a kommunikációs irodák (sajtó- és szövvivői irodák, PR-csoportok) EU-csatlakozással kapcsolatos kommunikációját,

- a civil/társadalmi kapcsolatokkal foglalkozó egység EU-kommunikációját,
- a közönségszolgálat ez irányú tevékenységét.

3. Célok

A KS legfontosabb céljai a kormányzati decentralizáció területén a következők:

- hatékony kommunikációs munkamegosztás a szaktárcák között,
- a szaktárcák kommunikációs eszközökkel segítsék a szakmai, érdek-képviselési csoportok, vállalkozók, munkavállalók, társadalmi csoportok hatékony felkészülését a csatlakozás utáni helyzetre,
- a szaktárcák bővítsék EU-kommunikációs kapacitásukat, tegyék közkinccsé a rendelkezésükre álló részletes szaktudást,
- sokszereplőssé, többirányúvá, nyitottá és interaktívvá kell tenni a kommunikációt.

4. Specifikus üzenetek

Az általános üzenetek egyrészt keretet adnak az egyes célcsoportok számára megfogalmazott specifikus üzeneteknek. Másrészt felkeltik az egyes csoportok érdeklődését a saját lehetőségeiket, felkészülésüket érintő specifikus információk iránt.

A specifikus üzenetek az adott terület EU-csatlakozásból következő kihívásaira adnak releváns válaszokat. A tárcaszintű kommunikációs stratégia keretében a kihívásokra válaszalternatívákat kell kidolgozni az érintett társadalmi részterületek, ágazatok, csoportok számára. Az érintettek számára meg kell mutatni a tagságból következő új lehetőségeket, kihívásokat, és konkrét szakmai információkat kell nyújtani a felkészüléshez.

5. A megvalósítás szervezete

A KS keretében

- Minisztériumi EU-kommunikációs stratégiákat és éves akciótervetet kell létrehozni. Ezek meghatározzák a kommunikáció céljait, prioritásait, eszközeit.

- Minden minisztériumon belül létre kell hozni az EU-kommunikáció koordináló szervét. Ez összehangolja az EU-kommunikációban részt vevő belső szervezeti egységek tevékenységét és a minisztériumi kommunikációs stratégia végrehajtását.

- Létre kell hozni az EU-kommunikációs Tárcaközi Bizottságot. A minisztériumok itt koordinálják EU-kommunikációs tevékenységüket, projektjeiket.

VIII. TERÜLETI DECENTRALIZÁCIÓ

1. A területi decentralizáció szerepe az EU-kommunikációban

A KS társadalmiasításában alapvető szerepet játszik a területi decentralizáció, a megyék, a kistérségek, a települések intézményeinek, szervezeteinek szintjén megvalósuló kommunikáció. A helyi szervezetek vannak a legjobb helyzetben arra, hogy bevonják a helyi közösségeket a csatlakozási felkészülésbe. Magyarország minden településén - községek, városok, főváros és kerületek - kapjanak lehetőséget az ott élők az EU-kommunikációba való bekapcsolódásra. A helyi szinten az önkormányzatok mellett az iskolák, művelődési házak, könyvtárak, civil és szakmai-érdek-képviselési szervezetek a kommunikáció hatékony közvetítő egységei. A helyi EU-kommunikáció szakmai tanácsadását az Európai Információs Pontok végzik.

2. Kommunikációs kihívások

A KS területi decentralizációjában a következő kihívásokkal kell szembenézni:

- A csatlakozás térben túl távolinak és elvontnak tűnhet a helyi közösségek számára.
- A közömbösség a lehetőségek elszalasztásához vezethet, és alacsony részvételt eredményezhet a népszavazáson.

- A helyi rendezvények jó lehetőséget kínálnak az érintettség felismerésére, az azonosulásra.

- Hatékonyan fel lehet hívni a figyelmet a csatlakozással megnyíló lehetőségekre és az információk elérhetőségére.

- Új szervezeti kereteket kell létrehozni, és forrásokat kell biztosítani a helyi EU-kommunikációhoz.

3. Célok

A KS legfontosabb céljai a területi decentralizációban:

- A csatlakozás kérdéskörének közelebb hozása (fizikai értelemben és jelképesen), kézzelfoghatóvá tétele a helyi közösségek számára.

- Az érintettség érzésének felkeltése, az érdekek és érvek felismerésének segítése.

- Az érzelmi azonosulás lehetőségének megteremtése.

- Az adott térségek számára is megnyíló lehetőségek és kihívások bemutatása.

- A speciális információs szolgáltatásokra való figyelemfelhívás.

- A magas népszavazási részvétel érdekében a mozgósítás támogatása.

4. Specifikus üzenetek

A helyi önkormányzatok, kistérségek, régiók az EU-támogatások legfontosabb kedvezményezettjei közé tartoznak. Ennek tudatosítása a feljük irányuló kommunikáció fő specifikus üzenete. Azt kell tudatosítani, hogy a források rendelkezésre állnak, de csak annak, aki színvonalas pályázatot készít erős projektekkel, és biztosítani tudja a társfinanszírozást is. Már ma is érdemes felkészülni, mert rendelkezésre állnak az előcsatlakozási alapok. A tagság után azonban a támogatási lehetőségek nagyban növekedni fognak.

5. A megvalósítás szervezete

Az EU-kommunikáció területi decentralizációja kétszintű rendszerben valósul meg:

- Az EUKK a megyei közgyűlésekhez telepíti az elérhető kommunikációs pályázati forrásokat, valamint a megyei jogú városok, a főváros és a budapesti kerületek számára feladatátvállalási megállapodások keretében szintén feladatokat és forrásokat ad át.
- A megyei közgyűlések nyilvános pályázatokat hirdetnek helyi és regionális EU-kommunikációs tevékenységek részleges finanszírozására. Erre az adott megyében található városi és községi önkormányzatok, oktatási és közművelődési intézmények, a megyében bejegyzett, helyi tevékenységet végző civil és szakmai szervezetek pályázhatnak.
- A helyi kommunikációs tevékenységet a megyei Európai Információs Pontok segítik szakmai és kommunikációs tanácsadással.

IX. SZAKMAI ÉS ÉRDEK-KÉPVISELETI DECENTRALIZÁCIÓ

1. A gazdasági szféra szerepe az EU-kommunikációban

Magyarország EU-tagságának sikere alapvetően az egységes piacba való betagozódásától függ. Az egységes piac hatalmas lehetőséget rejt magában a magyar gazdaság számára. Ezt a lehetőséget azonban csak felkészülten lehet kihasználni, ezért kulcsfontosságú, hogy a gazdasági szereplők megfelelően tájékozottak és felkészültek legyenek a csatlakozásra. Abban, hogy az egyes szakmák felismerjék lehetőségeiket és feladataikat, kiemelkedő közvetítő szerepet játszanak a szakmai és érdek-képviselői szervezetek. A kommunikációs stratégia számára ezek a közvetítő szervezetek tekinthetők a kommunikáció elsődleges célcsoportjának. A hazai szakmai és érdek-képviselői szervezetek intézményi kialakulatlansága, hiányos eszköz- és forrásellátottsága miatt számolni kell azzal, hogy a Kormányt aktívabban kell szakmailag és pénzügyileg támogatnia a hazai szakmai szövetségeket és érdekképviselőket, mint az Nyugat-Európában megszokott.

2. Kommunikációs kihívások

A kommunikáció szakmai-érdek-képviselői decentralizációjának legfőbb kihívása a célzott, konkrét és mindenekelőtt szakmaspecifikus információk kidolgozása és terjesztése. Az eddigi integrációs kommunikáció problémáit egyrészt az általános információk túlsúlya, másrészt az egyes nagyvállalatoknál, szakmai és érdek-képviselői szervezeteknél összegyűlt specifikus információk terjesztésének hiányosságai jelentették. A jövőben minden érintett szaktárcának, kormányzati szervnek fel kell vállalnia a szakterületén tevékenykedő szakmai és érdek-képviselői szervezetek felé irányuló EU-kommunikáció feladatait. További kihívást jelent az európai szervezeteknél dolgozó tisztségviselők, valamint a helyi szervezetek tagállamokban dolgozó képviselői által felhalmozott szakmai tapasztalatok széles körű megismertetése a hazai szervezetek tagságával.

3. Célok

A KS tevékenységének legfontosabb céljai a gazdasági élet szereplői körében a következők:

- Annak tudatosítása, hogy a tagság sikere nagy részben a gazdasági szféra teljesítményén, alkalmazkodóképességén múlik.
- A csatlakozás által teremtett lehetőségek (új piacok, források, támogatások stb.) megismertetése.
- A felkészülés feladatainak és a csatlakozás következményeinek egyértelműsítése.
- Az Európai Unió közösségi vívmányai (az *acquis*) vállalati szférát érintő részeinek átvételével és alkalmazásával kapcsolatos információk és feladatok megismertetése.
- Az Európai Unió gazdasággal kapcsolatos prioritási területeinek megismertetése.
- Partneri viszony kialakítása a kormányzati szféra és a gazdasági, érdek-képviselői, szakmai szféra között, melynek segítségével az EU-csatlakozással kapcsolatos felkészülési feladatokat szoros együttműködés keretén belül lehet egyeztetni és elvégezni.
- A speciális információigények kielégítése, konkrét és célzott szakmai tájékoztatás.
- Annak tudatosítása, hogy az EU-csatlakozás a legfőbb eszköze annak a modernizációs folyamatnak, amely Magyarországot, a magyar vállalkozásokat a legfejlettebb piacgazdaságok, illetve a legversenyképesebb piaci szereplők közé emeli.

4. Specifikus üzenetek

A gazdasági szféra esetében az általános üzenetek közül elsősorban a lehetőségeket, a felkészülést és a jövőt hangsúlyozó központi üzenet adja a kommunikáció keretét. Ugyanakkor a gazdaság szereplőit elsősorban az őket érintő célcsoport-specifikus üzenetek, szakmai információk érdeklik. Így őket megcélozva elsősorban nem a szó szoros értelmében vett üzeneteket kell küldeni, hanem rendszeres, szakszerű, céltudatos információs és támogató szervezőtevékenység és intézményrendszer szükséges, a KS azon központi üzenetére támaszkodva, amely az információk elérhetőségét hangsúlyozza.

A szakmai üzenetek két fő típusát különböztethetjük meg:

- A fő szakmacsoportokra lebontható specifikus üzenetek: Ezek a minisztériumok és a vonatkozó szakmai-érdek-képviselői szervezetek által közösen kidolgozandó üzenetek szakmacsoportonként mutatják be az adott szakmára, ágazatra vonatkozó speciális feltételeket és szabályokat (pl. az adott területre vonatkozó csomagolási, minőségvédelmi, fogyasztóvédelmi rendelkezéseket).

- Horizontális üzenetek: Ezek a minden szakmára vagy az ágazatok többségére együttesen vonatkozó, a vállalatok, gazdálkodási szervezetek működésével kapcsolatos információkat bemutató üzenetek, amelyeket elsősorban a szaktárcáknak és a legnagyobb szakmai, érdek-képviselői ernyőszervezeteknek közösen kell kidolgozniuk és tagságuk, valamint a kisebb szakmai szervezetek körében széles körben terjeszteniük.

5. A megvalósítás szervezete

A szakmai és érdek-képviselői szervezetek autonóm módon, piaci és érdek-képviselői érdekeiknek megfelelően vesznek részt az EU-kommunikációban. EU-kommunikációs tevékenységüket egyfelől az EU-kommunikációs Központ, másfelől a szaktárcák segítik. A támogatás kétféleképpen történik: nyilvános pályázatok útján és információs szolgáltatásokkal.

A KS számára emellett alapvető jelentőségűek a sokszereplős érdekegyeztető és konzultatív fórumok, többek között az Országos Érdekegyeztető Tanács és az Európai Integrációs Tanács.

X. CIVIL TÁRSADALMI DECENTRALIZÁCIÓ

1. A civil szervezetek szerepe az EU-kommunikációban

A civil szektor aktív szerepe elengedhetetlen Magyarország sikeres EU-csatlakozásához. A helyi és ágazati civil szervezetek kulcsszerepet játszanak a társadalom felkészülésében. A KS társadalmisításának programját csak a civil társadalmat alkotó szervezetekkel partnerségben lehet megvalósítani. A piaci, az állami-önkormányzati és a civil szféra közti munkamegosztás és együttműködés felhasználása az EU-kommunikációban össztársadalmi érdek. A civil társadalom az önkéntesség, a függetlenség, az egyéni kezdeményezés, a pluralizmus és a szolidaritás értékeinek megtestesítője.

Az EU-kommunikáció civil társadalmi decentralizációjának alapelvei:

- A civil nonprofit tevékenység erősíti a társadalmi kommunikációt és hozzáadott értéket képvisel.
- A kormányzati és civil szerepvállalás azonos rangú, kiegészítő szerepet játszik.
- A kormányzati és civil szervezetek kapcsolatát az intézményesített partneri viszony jellemzi.

2. Kommunikációs kihívások

Az EU-kommunikációban a civil szervezetek jelentős feladatokat tudnak átvenni a kormányzattól. Tiszteletben kell azonban tartani, hogy a civil szervezetek a kormányzattól független, öntevékeny egyesületek, alapítványok, klubok, körök, amelyek elsősorban tagságuk érdeklődését fejezik ki, és érdekeit képviselik. Kihívást jelent a civil szektor erős belső differenciálódása: sok szervezet az erőforrások és infrastrukturális feltételek hiányával küzd, ugyanakkor létrejött egy szűk, professzionizálódott szervezeti kör. Emellett a civil szféra is leképezi az országban létrejött területi egyenlőtlenségeket.

A szaktárcáknak szerepet kell vállalniuk a szakterületükön tevékenykedő civil szervezetek EU-kommunikációjának támogatásában. További kihívást jelent a civil szervezeteknél felhalmozott szakmai tapasztalatok megismertetése a hazai szervezetek tagságával és a szélesebb közvéleménnyel.

3. Célok

A KS legfontosabb céljai a civil szféra szervezetei körében a következők:

- A civil szervezetek kreatív és innovatív kommunikációs ötleteinek hasznosítása az EU-kommunikációs programokban.
- A civil szervezetek hatékony bevonása a KS kiemelt társadalmi célcsoportjainak megszólításába.
- A helyi civil szervezetek közvetítsék az elérhető tudást és információkat a helyi társadalmakban.
- Az ágazati civil szervezetek esetében a speciális információszerzés segítése.
- Az EU-csatlakozással a civil szervezetek számára megteremtett pályázati és egyéb lehetőségek (források, támogatások) megismertetése és a pályázatírási készségek fejlesztése.

4. Specifikus üzenetek

Az általános üzenetek közül a civil szervezetek számára is elsősorban a lehetőségeket, a felkészülést és a jövőt hangsúlyozó központi üzenet adja a kommunikáció keretét.

- *A civil szektor egészének szóló üzenetek:* A csatlakozás új lehetőségeket ad a civil szektornak, Az EU pályázati információk elérhetőek, Lépni kell, aktivitásra és tanulásra van szükség, A civil szervezetek a Kormány partnerei a felkészülési folyamatban.

Az ágazati civil szervezeteket - hasonlóan a gazdasági szereplőkhöz - elsősorban az őket érintő specifikus üzenetek és szakmai információk érdeklik. Így őket megcélözva elsősorban nem a szó szoros értelmében vett üzeneteket kell küldeni, hanem rendszeres, szakszerű, céltudatos információs és támogató rendszer szükséges.

- *Az ágazati civil szervezeteknek szóló specifikus üzenetek:* Ezek a minisztériumok és a vonatkozó civil szervezetek által közösen kidolgozandó üzenetek ágazatonként, szakterületenként mutatják be az adott ágazatra, területre vonatkozó speciális helyzetet, trendeket, szabályozást, a civilek számára fontos jellemzőket az EU-csatlakozás kontextusában.

5. A megvalósítás szervezete

A civil szervezetek autonóm módon, önkéntes alapon vesznek részt az EU-kommunikációban. EU-kommunikációs tevékenységüket egyfelől az EU Kommunikációs Központ, másfelől a szaktárcák segítik. A támogatás kétféleképpen történik: nyilvános pályázatok útján és információs szolgáltatásokkal. A pályázattal kapcsolatba be kell vonni a civil szektort és a civil pályázattal kapcsolatban jól ismerő nonprofit szervezeteket. A civil szervezetek támogatása kételemű rendszerben valósul meg:

- Az EUKK a megyei közgyűlésekhez telepíti a helyi civil szervezetek számára elérhető pályázati forrásokat. A megyei közgyűlések nyilvános pályázatokot hirdetnek helyi és regionális EU-kommunikációs tevékenységek részleges finanszírozására. Erre az adott megyében bejegyzett, helyi tevékenységet végző civil és szakmai szervezetek pályázhatnak.

- Az országos tevékenységet kifejtő, ágazati vagy specifikus tevékenységet kifejtő szervezetek közvetlenül az EUKK-hoz, illetve a szaktárcákhoz pályázhatnak EU-kommunikációs tevékenységek részleges finanszírozására.

ÖTÖDIK RÉSZ

A KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA CÉLCSOPORTJAI

XI. KÖZVETÍTŐ CSOPORTOK

A közvetítő csoportok, az ún. multiplikátorok hitelességük, ismertségük, szakmai tevékenységük révén önmaguknál jóval tágabb közösséghez továbbítanak rendszeresen információt. A társadalmi véleményirányítók nagy szerepet játszanak az értelmezési keretek, a közéleti tematika és napirend alakításában.

1. Újságírók

Az újságírók az egyik leghatékonyabb közvetítői célcsoportot alkotják. A média intézményrendszerét, a célcsoport összetételét és így a közvetítésük révén elérhető célcsoportokat a nagyfokú heterogenitás jellemzi.

Az újságíró-társadalom rétegzettsége mellett a legnagyobb kihívást az EU-témákkal foglalkozó újságírói kör jelentős szélesítése, a külpolitikai szemléletű megközelítés helyett a közösségi politikák és a belső felkészülés követésének ösztönzése, a téma előtérbe helyezését szolgáló támogatási formák kialakítása és az on-line média jelentőségének figyelembevétele jelenti.

Az újságírói üzeneteket illetően ezek részben egybeesnek az általuk szolgált társadalmi célcsoportoknak szóló üzenetekkel, részben pedig a partnerszerep felajánlására vonatkoznak.

2. Tanárok, pedagógusok

A tanárok és pedagógusok döntő mértékben tudnak ahhoz hozzájárulni, hogy a mai gyerekek és fiatalok felnőtt korukban eredményesen élhessenek az EU-tagság nyújtotta lehetőségekkel. Az egész magyar társadalom szempontjából fontos és kiemelten kezelendő a pedagógusok felkészültsége arra, hogy minél több hatékony, az unióban való érvényesüléshez szükséges tudást és készséget kínálhassanak a gyerekeknek.

A legnagyobb kihívást az európai dimenzió oktatásának elmaradása, a pedagógusok jelentős információhiánya adja. Hiányzik az a rendszeres, módszeres tanártovábbképzés, amely az alapvető intézményi kérdésektől a speciális oktatáspolitikai témáig lefedi az EU és a csatlakozás kérdéskörét. Emellett szintén fontos tennivalókat követel az idegen nyelvi EU- és pedagógiai szaknyelv elsajátításának hiánya, a tantárgyak és szakterületek közötti érintkezés alacsony szintje, egy új típusú tanár-diák viszony kialakításának szükségessége és az EU tevékenységek iskolai beillesztésének feladata.

A pedagógusok esetében az üzenetek között az érintettség, a felelősség, a hozzájárulás képessége és a jövő generációjának esélyteremtése szerepel.

3. Tudományos kutatók, egyetemi és főiskolai tanárok

Az EU-tematikával foglalkozó tudományos kutatók, egyetemi és főiskolai tanárok, intézményvezetők (egyetemek, MTA, kutatóintézetek) kiemelt közvetítő szerepet töltenek be kutatóként, oktatóként, szakértőként és vezetőként egyaránt. Nemcsak közvetlenül képesek maguk is jelentős szaktudást létrehozni, de jelentős szerepet játszanak egy új szemléletű értelmiségi nemzedék formálásában is.

Komoly kihívást jelent esetükben a rendelkezésre álló EU-szakirodalom aránytalansága, a szaknyelvi, a pályázatírási és a tanulmánykészítési ismeretek egyetlen színvonalra.

A kutatók és tanárok számára a partnerszerep felajánlása és az elmélyült, részletes és releváns tudás megszerzése, majd továbbadása feltételeinek biztosítása a legfontosabb feladat.

4. Közéleti személyiségek

A közéleti személyiségek rendelkeznek azzal a hitelességgel, amely révén a folyamatosan felértékelődő érzelmi tényezőket is csatasorba tudják állítani az EU iránti érdeklődés felkeltésére, az érintettség felismerésére. Multiplikátorként történő bevonásuk révén olyan célcsoportokat érhetünk el, amelyek közömbösek vagy akár zártak a kommunikáció intézményesített módszereivel szemben.

A kommunikációba történő bevonásuk több kihívást is felvet. Szembe kell nézni a közéleti személyiségek csoportjainak - művészek, színészek, médiaszemélyiségek, tudósok, rangos díjak birtokosai, sportolók - heterogenitásával, a csatlakozáshoz fűződő viszonyuk szerinti differenciáltsággal és a személyi autonómia megőrzésének szándékával.

A részvételükkel végzett kommunikáció során cél, hogy növekedjen az EU-kommunikáció hitelessége, részvételük kisugárzódjék, és előtérbe helyeződjön az alkotó ember, az értékteremtés, a sokszínűség megőrzésének gondolatvilága.

XII. TÁRSADALMI CÉLCSOPORTOK

A kommunikációs stratégia végrehajtása során kiemelt figyelmet érdemlő lakossági célcsoportok meghatározása két szempontrendszer mentén történt:

- Az érintettség intenzitása szerint.
- A bizonytalanság, közömbösség mértéke szerint.

A kiemelt lakossági célcsoportok a következők:

1. Fiatalok

E célcsoport a kommunikáció szempontjából legfontosabbnak tekinthető jellemzői a lakosság egészénél magasabb iskolázottsága, a lakossági átlagot messze meghaladó idegennyelv-tudása, az EU-csatlakozás átlagot meghaladó támogatottsága, valamint az aktív információkeresésre való nyitottsága.

A kommunikáció fontos törekvése a fiatalok információközvetítőként, véleményformálóként való bevonása és aktivizálása a családjuk, szüleik és nagyszüleik felé való kommunikációban. A kommunikáció további céljai az aktív felkészülés és nyelvtanulás alapvető fontosságának tudatosítása. A fiatalok felé irányuló kommunikáció kulcsfogalmai az érintettség, a lehetőségek, a nyitottság, a tanulás és a jövő.

2. Mezőgazdaságból élők

E célcsoport körében a lakossági átlagnál jóval magasabb a községekben élők, az idősek és az alacsonyan iskolázottak aránya. A csoport a lakosság egészénél kevésbé bízik a csatlakozásnak az ország életére, és különösen a mezőgazdasági szektorra gyakorolt pozitív hatásaiban; integrációs érdeklődése és ismeretei is elmaradnak az átlagtól, és nem jellemző rájuk az aktív információkeresésre való törekvés.

A feljük irányuló kommunikáció célja az érintettség és az aktív felkészülés szükségességének tudatosítása, amely közvetítő szervezetek bevonásával és helyi közösségek véleményformáló erejének figyelembevételével lehetséges. A mezőgazdaságból élők felé irányuló kommunikáció kulcsfogalmai az érintettség, a lehetőség, a támogatások, az anyagi biztonság, a vidékfejlesztés, a felkészülés és a modernizáció.

3. Kis- és középvállalkozók (KKV-k)

A kis- és középvállalkozások vezetői a lakosság egészénél jóval aránytalanul és lényegesen pozitívabban gondolkodnak a csatlakozás előny-hátrány mérlegéről. A kommunikációs stratégia számára ugyanakkor kihívást jelent a KKV-k ellentmondásos viszonyulása a csatlakozás kérdéséhez: egyrészt a piac bővüléséből adódó lehetőségek kapcsán nagyfokú bizakodás, másrészt a növekvő verseny miatt erős félelem jellemzi a KKV-kat.

A kommunikációs stratégia fő törekvése a KKV-k aktív felkészülésének és az aktív, piacszerző vállalati stratégiák kialakításának ösztönzése. A KKV-k felkészítésének és felkészülésének kulcsa a specializált információ, ami egyrészt széles körű partnerhálózat kiépítését és koordinált működtetését teszi szükségessé, másrészt a partnerintézmények részéről is magas szakmai felkészültséget igényel. A KKV-k felé irányuló

kommunikáció kulcsfogalmai az érintettség, a fejlődés, a piacbővülés, a lehetőségek, a csatlakozás mint eszköz, az alkalmazkodás, a felkészülés, a versenyképesség és a modernizáció.

4. Nők

A nők körében a férfiakénál jóval alacsonyabb a csatlakozás előnyeinek túlsúlyát valószínűsítő, és magasabb a bizonytalanok és a semmilyen hatásra nem számíthatók aránya. Integrációs érdeklődésük és ismeretszintjük, valamint aktív információkeresésre való hajlamuk is elmarad az átlagtól. Az eddigi kommunikáció által meg nem szólított, alacsonyabban iskolázott, idősebb és háztartásbeli nők esetében a hatékony tájékoztatás feltétele a csatlakozás kérdéskörének kiemelése a külpolitikai (és lehetőség szerint a politikai) kategóriából.

Az érintettség tudatosítása érdekében a nők felé irányuló kommunikáció alapegységévé a családot, a gyerekeket kell tenni. A kommunikáció másik fontos célja az EU emberközelivé tétele, annak bizonyítása, hogy az EU nemcsak a politikusok, elitcsoportok számára hoz előnyöket. A nőket megcélzó kommunikáció kulcsfogalmai a család, a gyerekek előtt megnyíló lehetőségek, a jövő, a béke, az anyagi biztonság, a szolidaritás, a minőségi életkörülmények és az esélyegyenlőség.

5. Nyugdíjasok

A magyar felnőtt népesség egyharmadát kitevő nyugdíjasok körében a lakossági átlagnál jóval nagyobb az EU-csatlakozással kapcsolatban bizonytalanok, a saját és családjuk életében semmilyen hatásra nem számíthatók aránya. Integrációs érdeklődésük és ismeretszintjük messze elmarad az átlagtól.

A nyugdíjasokat megszólító kommunikáció elsődleges célja családjuk, gyermekeik, unokáik érintettségének, az ő előttük megnyíló új lehetőségeknek a tudatosítása. A nyugdíjasok felé irányuló kommunikáció kulcsfogalmai a béke, a biztonság, a szolidaritás és a családjuk, gyermekeik és unokáik előtt megnyíló lehetőségek, az ő jövőjük.

HATODIK RÉSZ

PROJEKTEK ÉS VISSZACSATOLÁS

XIII. KIEMELT PROJEKTEK

Alapítványi levél intézményi támogatók megnyerésére

Az EU-kommunikációs Közalapítvány levelet küld jelentős intézményeknek, szakmai és civil szerveződéseknek, amelyben Magyarország EU-csatlakozásának támogatására hívja fel őket. A Kormány aktív partnerséget kínál: az érintett szervezetek, a levélhez csatolt felhívás visszaküldésével nyilvánosan is kiállnak Magyarország belépése mellett. A támogató nyilatkozatot aláíró szervezetek neve szerepel a megnyíló EU-portál nyitólapján. A lista folyamatosan bővül több száz, a csatlakozást támogató közismert intézmény, vállalat, szakmai és civil szerveződés nevével. Az aláíró szervezetek a KS későbbi szakaszaiban is fontos partnerek lehetnek.

Alapítványi levél az állampolgárok tájékoztatására

Az alkotmánymódosítás után az EU-kommunikációs Közalapítvány minden magyar állampolgárnak levelet ír a megnyíló lehetőségekről. A levél tájékoztat a csatlakozás forgatókönyvéről, az elérhető információforrásokról. Az Alapítvány minden magyar polgárt felkér, hogy személyesen is vegyen részt a települését érintő Hozomány-program kialakításában.

A levél tartalmaz egy visszajelzési kártyát, amelynek visszaküldésével mindenki felteheti az öt leginkább foglalkoztató kérdéseket, és egyben hozzájárulhat, hogy a csatlakozással kapcsolatos információkkal a későbbiekben is megkeressék. Ez egy EU-adatbázis és címlista építése szempontjából is kiemelt fontosságú.

Hozomány-program

A kommunikáció nem csak arról szól, mit ad nekünk Európa, hanem arról is, mit adunk mi Európának: Mi a mi hozzájárulásunk a közös európai fejlődéshez, sokszínűséghez? Mire vagyunk mi a legbüszkébbek? A cél az, hogy minden magyarországi település meghatározza azt az egy elemet, amivel hozzájárul Európához, az európai kultúra gazdagításához. A Hozományt alkotó hozzájárulást a település önkormányzatának ünnepi ülése határozza meg az ott élők javaslatai közül választva. A hozomány lehet konkrét tárgy, híres épület, a település híres szülöttje, népszokás, alkotóközösség vagy bármilyen helyi nevezetesség. A Hozományt a megyék gyűjtik, amelyeket bemutathatnak az Európa Napokon. A Hozomány-program összegzéseként díszes album és CD-ROM készül a 3200 magyar település hozományáról. Ez az album a későbbiekben a csatlakozás jelképeként vagy akár állami szintű reprezentatív ajándékként átadható.

Európai üzenet: Harangzúgás hirdesse lobogásod

A Hozomány-programra jelentkezett minden település kap egy európai uniós zászlót, amelyet az európai szabadság magyar ünnepén, március 15-én a magyar zászlóval együtt húznak fel. A Nemzeti Ünnepen minden település ünnepségét úgy szervezi, hogy a zászló felhúzása egybekapcsolódik az egyik legfontosabb - és ugyanakkor külföldön legkevésbé ismert - magyar hagyománnyal, a déli harangozással. A 2003. március 15-i déli harangszó, az európai zászlónak a magyar zászlóval együtt történő felhúzása azt üzeni: az ország újból teljes jogú része lett Európának, Európának pedig üzeni, hogy egy olyan ország csatlakozik most a közösséghez, amelyik évszázadok óta küzd az európai népek függetlenségének megőrzéséért.

Európai Tájéoló

Az országjáró roadshow indul: egy külön erre a célra kialakított, speciális kamion járja az országot. A kamion egyes megállóinak programját a régiók szervezik, az előzetes beharangozás révén az egyes állomások körzetéből is oda tudják vonzani az érdeklődőket, így az egész országra kiterjed az Európai Tájéoló hatása. A kamion az egyes megállóknál átalakítható: előadások, fórumok, kiállítások, filmvetítések és más programok helyszínékként működik. A programsorozat révén nagyon sok olyan ember számára teremthető személyes élmény, akik más eszközökkel egyébként nehezen érhetők el.

Fiatal Európai Önkéntesek

Az utolsó éves hallgatók egy-két hónapos szakmai gyakorlat keretében támogatást nyújtanak egy-egy magyarországi település EU-kommunikációs felkészülési programjának kialakításához. A két hónap egy hetét a diákok egy európai uniós településen tölthetik, majd az ott tanultakat a saját településük javára kamatoztathatják.

Bolyai beszélgetések

A kiemelkedő tudást meg kell becsülni. A legjobb diákok fejlődését és elismerését szolgálja a Bolyai beszélgetések programja, ahol a legjobbak a média nyilvánossága előtt találkozhatnak és beszélgetnek Magyarországon és Európa vezető tudósaival.

Közösségi Fesztivál

A népszavazás napja - esetleg a csatlakozási szerződés aláírásának napja - lehet a helyi közösségek fesztiváljának ünnepe. Az egész napos helyi ünnepségek (kirakodóvásár, színjátszó körök, énekkarok műsorai, nemzetiségi műsorok, koncertek, utcabál) oldják a hivatalos jelleget, és a csatlakozás szempontjából fontos napot a közös öröm eseményévé emelik.

Európa Óra

A csatlakozási szerződés athéni ünnepélyes aláírásával visszavonhatatlanul elindul a visszaszámlálás. Ennek megerősítését, a jelképes visszaszámlálást bizonyítja az az óra, amely Budapest egyik központi fekvésű helyén kerül felállításra. Az Európa Óra percenkénti visszaszámlálással tudatosítja a csatlakozás közeledtét. Az óra figyelemfelkeltő jellege révén alkalmas az EU-portál címének és a call-center telefonszámának közzétételére.

Május 9. - Európa Nap

Magyarország először ünnepli saját ünnepeként a május 9-ei Európa Napot. Nem protokollesemény, hanem igazi ünnep kerül megszervezésre, amelynek részesei lehetnek az EU Delegáció és a követségek is. A jelentős mértékben az önkéntességre építő ünnep jelzi az ország minden lakója és a külvilág számára, hogy Magyarország Európa részének tekinti magát.

EU Klubok Hálózata (EKH)

A helyi kezdeményezések terét teremti meg az EU Klubok Hálózata. A teleházak, közművelődési intézmények, iskolák, az Európai Információs Pontok, valamint az előcsatlakozás és a csatlakozás folyamatában már bizonyított szakmai és civil szervezetek együttműködése biztosítja a klubok létrejöttének, fenntartásának és működésének kereteit. Az országos kiterjedésű hálózat mindenki számára lehetőséget kínál a bekapcsolódásra, a személyes részvételre, az átélve tanulás élményének megszerzésére, programjaival pedig - filmklub, fotókiállítás, vetélkedők stb. - a széles körű, közvetlen és aktív ismeretszerzést szolgálja.

Egy nap Magyarország életéből album

Az ország legnevesebb fotóművészeinek közreműködésével készül egy olyan reprezentatív kiadású fotóalbum, amely Magyarország egy napját rögzíti képekben. A kiválasztott dátum lehet 2003. május 9-e. Az album egyszerre képes fontos, pozitív képi üzeneteket megjeleníteni. A fotógyűjtemény bemutatására Magyarországon és külföldön egyaránt bemutatható fotókiállítást érdemes szervezni.

Ablak Európára, ablak Magyarországra - országos vetélkedő

Országos vetélkedősorozat indul, amely egyszerre képes arra, hogy ösztönözze a felkészülést, ugyanakkor elismerést szerezzen a legfelkészültebbeknek. A vetélkedő koncepciója olyan módon kerül kialakításra, hogy a település fejlődése és a vetélkedőn nyújtott teljesítmény egyaránt szerepet játsszon. Fontos, hogy ez ne elit csapatok versengésén alapuljon, hanem a település minél több lakóját képes legyen megmozgatni. A vetélkedő során egyforma fontosságot kapnak a sikeres csatlakozáshoz szükséges európai ismeretek és az Európai Uniónak adott magyar hozomány.

Regionális Európa Napok

Az egyes regionális és települési központokban politikai és szakmai fórum sorozat kerül megrendezésre. Célja a helyi lakosok és a fontos szakterületek (turizmus, civil szervezetek, környezetvédelem stb.) képviselőinek fokozottabb tájékoztatása. A fórumok vendégei három diplomata (köztük a soros EU-elnök ország és a Delegáció diplomatája), a Kormány, a parlamenti pártok képviselői, valamint a helyi polgármester. A fórum olyan, a csatlakozással kapcsolatos témákat tárgyal, amelyek az adott térség számára különös jelentőséggel bírnak. A Regionális Európa Napok előkészítésében és szervezésében részt vesznek a helyi művelődési intézmények, iskolák és a helyi média is.

Kiváló Európai Iskola

Az EU a magas feltételeket teljesítő iskoláknak a nagy presztízsű Kiváló Európai Iskola (European School of Excellence) címet adományozza. A minősítést Magyarország is bevezetheti, mert ennek révén összekapcsolódik Európa és az oktatás ügye, a minősítés nagyban emeli az iskolák presztízsét, az intézmények között verseny indul a cím elnyeréséért, s ez a hazai oktatási rendszer egészére pozitív hatással van. A program új szakmai lehetőségeket kínál az aktív, innovatív pedagógusoknak és intézményvezetőknek és nő az európai iskolai cserekapcsolatok lehetősége.

A magyar Kiváló Európai Iskolák hálózatot alkotnak: e hálózat rendezvényeket, versenyeket szervez, belső képzést folytat, az EU-képzés hazai motorjává válik.

Európai Közéleti Társaság

Európai Közéleti Társaság jön létre, amelynek tagjai a csatlakozás szószólóiként tudnak megjelenni különböző eseményeken. A Közéleti Társaság tagjai művészek, tudósok, sportolók, médiaszemélyiségek, orvosok, egyházi vezetők vagy akár üzletemberek lehetnek, akik támogatják a csatlakozást.

A Társaság kialakítását a Közalapítvány kezdeményezi: az induló csapat felkérése után a csatlakozás lehetősége mindenki előtt nyitva áll, kritériuma csak az ismertség, a hitelesség, a saját szakterületen végzett példaértékű munka lehet.

A Közéleti Társaság tagjai a médialehetőségeket kihasználva arcot és hitelességet adnak az Európai Unió ügyének.

Magyarország Klub

Neves külföldi közéleti személyek részvételével Magyarország Klub alakul. Olyan európai művészek, sportolók, politikusok és más közéleti személyiségek a tagjai, akik hiteles módon tudják képviselni: Európa gazdagodik Magyarország csatlakozásával.

A Klub tagjai részt vehetnek a különböző magyarországi EU-kommunikációs eseményeken. Megrendezhető egy olyan, nemzetközi léptékű médiaesemény is, amikor egyszerre jelennek meg a Klub tagjai.

Tanuljunk nyelveket!

A KS kereteit meghaladja a nyelvtanulás népszerűsítése. Támogatásra van szükség az EU-konform szintű idegennyelv-tudás minél szélesebb körben történő elsajátítása érdekében. Arra kell törekedni, hogy minél többen felismerjék, hogy a használható (európai) idegennyelv-tudás az egyik legfontosabb eleme az egyéni sikernek.

Európai testvériskola-rendszer bővítése

Az Európai Unió működésének tényleges megismerését csak a személyes tapasztalatszerzés biztosíthatja. A sok iskolában már működő testvériskolai rendszert információk közvetítésével, a keretek biztosításával, az egységes feltételrendszer kialakításával lehet erősíteni. A fiatalok személyes élményei kisugárzódnak, befolyásolják a család gondolkodását, Európai Unióról alkotott képét. Emellett Magyarország megismertetésében, elfogadtatásban is jelentős szerepet játszhatnak a hozzánk látogató diákok személyes élményei. Jó ütemezéssel megvalósítható, hogy a külföldi diákok a helyi Európa Napok idején vagy az Európai Tájékoztató kamion érkezésekor jöjjenek Magyarországra.

Diákújságok szerkesztőinek továbbképzése, illetve csereprogramja

Szinte minden közép- és főiskola rendelkezik saját diákújsággal. A diákújságok szerkesztői, az újságban rendszeresen író diákok véleményvezérei szerepet töltenek be. Tájékoztatásuk, megnyerésük hatással van az EU-

csatlakozás iskolai megítélésére. Lehetővé kell tenni számukra, hogy megismerjék egy EU-tagország iskoláját és azon belül a diákújság működését, emellett a brüsszeli/maastrichti Európai Újságíró Iskolában is látogatást tehessenek.

Nyilvános szakértői adatbázis

Egyre nő az igény olyan szakértők iránt, akik egy-egy szakterület EU-sajátosságaiban otthon vannak. Az információáramlást nagymértékben megkönnyíti, ha ezeknek a szakembereknek az adatai - természetesen a személyiségi jogok szigorú tiszteletben tartásával - adatbázis formájában nyilvánosan hozzáférhetőek. Az adatbázis létrehozásához és naprakészen tartásához szükség van a megfelelő szakmai szervezetek, illetve szaktárcák bevonására.

Az adatbázisra alapozva önálló szolgáltatás is létrehozható: Az ún. Speakers Bureau-rendszer keretében a Közalapítvány vállalja, hogy adott témájú megkeresés kapcsán előadót, szakértőt tud ajánlani.

Mi már készen állunk! - Országos kis- és középvállalkozói EU-pályázat

A kis- és középvállalkozások felkészülését nagymértékben ösztönözheti olyan díj létrehozása, amelyet a leginkább EU-érett vállalkozások kaphatnak meg. Ehhez egyértelmű kritériumrendszert kell kidolgozni, amellyel az EU-felkészülést fémjelezni lehet (pl. minőség, exportnövekedés, munkatársak szakképzése, új technológia kifejlesztése vagy meghonosítása stb.). A szakmai szervezetek (MGYOSZ, VOSZ, MKIK) és az EU-delegáció bevonása is fontos eleme a programnak.

XIV. VISSZACSATOLÁS

A KS végrehajtása során mindvégig fontos tudni, hol tart a stratégia, miként alakul a csatlakozással kapcsolatos közvélemény, hogyan bővül a magyarok ismerete, milyen hatékonysággal folyik a stratégia megvalósítása. Ennek során számos, eltérő típusú kommunikációs tevékenység folyik egy időben. A nyomon követésre többféle módszert alkalmazunk:

- *Monitorozás:* A monitorozás a pályázaton támogatott kommunikációs tevékenységek ellenőrzését és minőségbiztosítását szolgálja.

- *Kommunikációs projektek hatásmérése:* Az egyes, konkrét kommunikációs projektek, tevékenységek hatásáról ad visszajelzést sztenderdizált, kvantifikálható módszerekkel.

- *Véleménykutatás:* A kvantitatív közvélemény-kutatások és a kvalitatív vizsgálatok a lakosság, illetve meghatározott célcsoportok véleményváltozásának követésére, illetve a vélemények szerkezetének elemzésére ad lehetőséget.

- *Média- és sajtóelemzés:* A kvantitatív tartomelemzés a média fő tematikáinak gyakoriságát, arányát és azok változását követi. A kvalitatív diskurzuselemzés a média értelmezési kereteiről, jelentéstípusairól, a közbeszéd szerkezetéről ad visszajelzést.

- *Auditálás:* A magyar kommunikációs stratégiáról az Európai Bizottság auditálásának formájában érkező visszajelzés szakmai és politikai hozadékot jelenthet Magyarországnak számára.

ELSŐ RÉSZ

KONTEXTUS ÉS KIHÍVÁSOK

I. A KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA KONTEXTUSA

1. A csatlakozás motivációja: történelmi esély Magyarország számára

A magyarországi rendszerváltás, a demokrácia és a piacgazdaság kialakítása, az ország szuverenitásának visszanyerése lényegében egybeesett a globalizáció minden korábbinál erőteljesebb terjedésével, új, a megelőzőeknél sokkal dinamikusabb és intenzívebb szakaszba jutásával.

A nyolcvanas-kilencvenes évekre a korábbiaknál sokkal nyíltabbá és egyértelműbbé vált, hogy a gazdaság - más szférák rovására - egyre dominánsabb szerepet tölt be a világban, és e folyamatban az államok sikeressége a globális piacba való integráltságuk függvénye. A pénzpiacok liberalizálásának, az áru- és szolgáltatás piacok intenzív megnyitásának és deregulálásának, a transznacionális vállalatok hihetetlen ütemű terjeszkedésének, az információs társadalom robbanásszerű kiépülésének korában a versenyképesség meghatározó tényezője a világpiaci tendenciákhoz való gyors alkalmazkodás lett, amely csak nagyfokú integráltságon keresztül lehetséges. Kis, zárt piacon ugyanis lehetetlen kialakítani a versenyképesség feltételeit, aminek következtében felértékelődtek és megerősödtek a regionális integrációk, és még érzékelhetőbbé vált a régiók globális piacon történő versenye. E folyamatot minden eddiginél jobban jellemzi a Triád - azaz Észak-Amerika (USA), Európa

(EU) és a Távol-Kelet (Japán) - versenye, illetve a Triádon belüli integrálódási törekvések, például belső piaci viszonyok kialakítására.

A regionális integráció folyamata legerőteljesebben Európán belül ment végbe, ahol sok, viszonylag kisméretű fejlett ország van, amelyek ugyanakkor a globalizáció mai szakaszában már nem engedhetik meg maguknak, hogy teljesen önállóan próbáljanak meg helytállni. Az Európai Unió által a nyolcvanas-kilencvenes évek fordulóján végrehajtott lépések, az egységes piac, majd a maastrichti gazdasági és politikai unió programja a globalizációs kihívásokra adott, a részt vevő államok közös érdekein alapuló logikus válaszok voltak. E lépések ugyanakkor az EU-n kívüli európai országok számára is világossá tették, hogy az integrálódás folyamatából való kimaradás a világpiaci versenyben való lemaradással járhat együtt. Ezt felismerve kapcsolódtak be az európai integrációba korábban hagyományosan önállóan sikeres államok is, mint Ausztria, Svédország és Finnország. Ugyanez a tendencia motiválja a szuverenitásokat - éppen a globalizáció új szakaszának terjedésével párhuzamosan - visszanyert közép- és kelet-európai országokat is az Európai Unió felé. Mindezt esetükben - a globalizáció pozitív következményeinek kihasználása és negatív hatásaitól való védelem biztosítása mellett - az is erősíti, hogy az Európai Unió a globális piacokon való helytállás mellett a felzárkózás, az utolérés esélyét is kínálja a kevésbé fejlett tagállamok számára. (Ezt bizonyítja Írország példája, amely 30 év alatt az egy főre jutó GDP-t tekintve az EU-átlag feléről indulva meghaladta az uniós átlagszintet.)

A kis, belső piaccal rendelkező országok számára a regionális integráció ma már az egyik legfontosabb eszköz a világpiacon való érvényesüléshez, így a felzárkózásra törekvő Magyarország számára is elengedhetetlen követelmény. Ezért az integrációra való igény mindjárt a szuverenitás visszanyerését követően logikusan jelentkezett Magyarországon is. E tekintetben az egyetlen reális geopolitikai alternatívaként az Európai Unióhoz történő csatlakozás merülhetett fel. Más integráció Európában nincs, és valószínűleg sikeresen nem is lehetne létrehozni, hiszen a közép- és kelet-európai országok közötti integráció éppen az EU-ban egyébként meglévő források (tőke, technológia) itteni hiánya miatt nem lehet sikeres. Ráadásul az egyébként fejlett államokat tömörítő EFTA EU-ban való feloldódásának folyamata is igazolja, hogy alternatív integráció létrehozása Európában nem tűnik járható útnak.

Az európai integrálódás, az európai egységes piacba való betagozódás - mint a felzárkózás eszköze és történelmi esélye - Magyarországon az 1989-90-es rendszerváltáskor felismerést nyert, és azóta meggyőző és folyamatos támogatást élvez mind a politikai elit, mind a társadalom körében. Az Európai Unióhoz történő csatlakozás célkitűzése a meghatározó politikai erők és az állampolgárok döntő többségében nem kérdőjeleződik meg. A tagsággal kapcsolatos várakozás óriási, ami ugyanakkor érthető. Az EU-csatlakozás ugyanis lehetővé teheti annak az átmenetnek a gyorsabb lezárását, elkerülhetetlen fájdalmainak enyhítését, amelynek során Magyarország stabil, fejlett gazdaságú, jólétben élő orszaggá válik. Az EU-csatlakozás ezért olyan történelmi esély, amely az ország jövőjének szempontjából döntő fontosságú.

Az európai integráció elmúlt ötven éve bizonyítja, hogy az - a kiegyezés, az együttműködés, a partnerség elvére épülve - a benne élő országok számára a jólét, a gazdasági versenyképesség, a stabilitás és a biztonság övezetét jelenti. Az európai integráción belül a tagállamok között feloldódtak a nemzeti konfliktusok, és az Európai Unió egy olyan érdekközösségként tud működni, amely tagjainak lehetővé teszi a világpiacon való sikeresebb érvényesülést, a globális versenyben való egységes fellépést, amin keresztül pedig az állampolgárok számára magasabb jólétet és biztonságot tud teremteni.

A magyar társadalom számára is mindenekelőtt a növekvő versenyképesség, illetve az abból fakadó jólét teszi vonzóvá az Európai Uniót. Egy évtizeddel a rendszerváltást követően ugyanakkor a globális versenybe immár visszakapcsolódott Magyarország számára az EU-csatlakozás nem egyszerűen a világban zajló globalizációból következő regionalizáció és integrálódás természetes folyamatát, hanem a nemzeti érdekek hatékonyabb érvényesítését is jelenti. Magyarország ma már működő piacgazdaságként szervesen vesz részt a világpiaci folyamatokban, és az Európai Unióba való gazdasági-kereskedelmi integráltságának foka is eléri, sőt meghaladja az EU-tagországok átlagát. Ennek megfelelően jelentős mértékben függ az Európai Unió gazdasági döntéseitől, amelyeket azonban jelen pillanatban igazából nem tud befolyásolni. Az EU-tagság így egyben azt is fogja jelenteni Magyarországra, hogy részt vehet a közös döntéshozatalban, saját érdekei szerint befolyásolhatja azokat a döntéseket, amelyeket ma nem tud, de lényegében már ma is kénytelen követni.

Bár Magyarország szilárd politikai intézményekkel bíró stabil demokrácia, amelynek biztonságát egyben NATO-tagsága is szavatolja, az ország számára az EU-tagság politikai értelemben is meghatározó fontosságú. Ma Európában egy ország nemzetközi tekintélye szempontjából kiemelkedő fontosságú az EU-tagság. Egyrészt az EU a demokrácia szimbólumává és garanciájává vált, másrészt az EU halad a politikai unió irányába, és közös fellépése révén egyre fontosabb szerepet tölt be a kül- és biztonságpolitikában. Egy ország érdekérvényesítő képességét, sikerességét e tekintetben is jelentősen javítja EU-tagsága. Különösen jelentős ez a közép- és kelet-európai régióban, ahol a fiatal demokráciák számára a csatlakozás egyben az egyenjogúsodás folyamata is. Az EU-csatlakozás ebben a térségben a nemzeti büszkeséget, öntudatot is erősítő tényező. A közös értékekhez tartozás tudatosodása, a közös kulturális gyökerek felismerése pozitív, stabilizáló hatású folyamat lehet a magyar társadalom fejlődése szempontjából.

A környező országokkal való jobb viszony megteremtésének, a történelmi kiegyezésnek, a határon túli magyarok helyzete javításának is egyik eszköze lehet az EU-tagság, főként, hogy a szomszédos országok is mihamarabb az európai integráció részeivé válnak. Az integráció elősegíti a megbékélést, ahogy ezt például a német-francia történelmi megbékélés mutatja.

Az EU által a kevésbé fejlett tagállamai számára biztosított, a gazdasági és szociális kohéziót szolgáló források magyar gazdaságba való bevonásának szándéka szintén a magyar integrációs törekvések egyik fontos elemét képezi. Az utóbbi években stabilan és folyamatosan áramlott be külföldi tőke Magyarországra. Ugyanakkor az ország fejlődéséhez, az EU-átlaghoz való felzárkózásához még rendkívül komoly infrastrukturális beruházásokra van szükség. Ezek finanszírozásához az EU jelentős támogatást tud nyújtani Magyarország tagsága esetén. Az EU-tól kapható támogatási eszközök így részben biztosíthatják azt a külsőforrás-igényt, amely a magyar gazdaság további fejlődéséhez tartósan szükséges.

Magyarország EU-tagsága mellett szóló érvek közepette ugyanakkor szem előtt kell tartani, hogy az Európai Unió fő célkitűzése az érdekközösségen alapuló egységes piac működtetése. Az egységes piac nem más, mint az EU-nak versenyképessége növelése érdekében a globalizációra adott sikeres válasza. Ezért Magyarország csatlakozásának folyamatában is - csakúgy, mint a tagállamok esetében - ez kiemelkedő prioritás, hiszen hosszú távon ez a tény, és elsősorban nem a támogatási források bevonása, fogja meghatározni a tagságot. Az egységes piac működése - annak olyan kulcselemei, mint például a közös pénz - fogja leginkább befolyásolni az állampolgárok életét is, hiszen ennek keretében születnek mindennapjaikat meghatározó döntések, amelyek folytán saját bőrükön is érezhetővé válnak az EU-tagság következményei.

Az egységes piacba való integrálódás a magyar csatlakozás (és a kapcsolódó elsősorban szakmai kommunikáció) központi eleme, már csak azért is, mert az egységes piac követelményeinek teljesítése, az egységes piacba való tagozódás határozza meg a csatlakozásra való felkészülést, illetve a tagság sikerességét is. Az EU a csatlakozni szándékozó államok számára ugyanis a tagság fő feltételül éppen az egységes piac követelményének (amely a közösségi joganyag meghatározó része) teljesítését szabta. Míg az 1993-ban meghirdetett koppenhágai kritériumokban lefektetett másik két alapfeltétel, a demokratikus politikai intézményrendszer működtetése, valamint a versenyképes, működő piacgazdaság léte Magyarországon lényegében megvalósult, a tagságra való felkészülés már döntően az egységes piacba való bekapcsolódáshoz szükséges közösségi joganyag átvételét és alkalmazását jelenti.

A közösségi joganyag átültetése és alkalmazása nem csak a közigazgatás, de az egész magyar társadalom számára is hatalmas kihívás. Általa ugyanis ugyanolyan versenyfeltételek jönnek létre, amelyek az EU egységes piacán érvényesülnek. Ezáltal Magyarországon is fokozódik a verseny, amelyet ugyanakkor vállalni kell és érdemes, mivel éppen ez a fokozódó versenyhelyzet növeli meg Magyarország versenyképességét a globális piacokon, ami gyorsítja az ország felzárkózását, emeli az állampolgárok jólétét.

Az EU-tagság - mindenekelőtt az egységes piac feltételeinek alkalmazása - tehát óriási politikai, gazdasági és társadalmi erőfeszítést jelent az ország számára, amelynek csak felkészülten tud eleget tenni. Ehhez elengedhetetlen, hogy a társadalom rendelkezzen a szükséges ismeretekkel. Magyarország EU-tagsága csak akkor lehet igazán sikeres, ha a nemzet, a különböző társadalmi és szakmai csoportok, valamint az egyének tisztában vannak azzal, hogy mit jelent számukra az EU-tagság, milyen következményekkel jár, hol érintettek benne, milyen lehetőségeket teremt számukra, és milyen feladatokat von maga után. Amennyiben mindezeket a társadalom ismeri, az EU-tagság által teremtett esélyeket az ország maximálisan és tartósan ki tudja használni.

2. A csatlakozási folyamat helyzete 2002 végén

Az Európai Unióhoz való csatlakozás mint prioritás 1990 óta minden magyar Kormány meghatározó külpolitikai célkitűzése, amelyet a Magyar Országgyűlés és az állampolgárok döntő többsége is támogat.

Az 1990-ben hivatalba lépett első szabadon választott kormány megalakulását követően azonnal kifejezte, hogy az ország célja az európai integrálódás, az Európai Unióhoz (akkor még Európai Közösségekhez) való mielőbbi csatlakozás. Az Európai Közösségek lényegében e szándék kifejezésével párhuzamosan 1990 áprilisában felajánlotta - a visegrádi országoknak - a társulás intézményét, a tagság lehetőségéről azonban nem nyilatkozott. A társulásról a tárgyalások 1990 decemberében meg is kezdődtek, és Magyarországgal egy év múlva, 1991. december 16-án aláírásra került a társulási szerződés, amely elsősorban az ipari szabad kereskedelem megteremtéséről, jogharmonizációs kötelezettségvállalásokról, politikai együttműködésről szólt, a tagság ígérete nélkül. A fordulat az Európai Unió álláspontjában az 1993. júniusi koppenhágai csúcson következett be, amikor a tagállamok bejelentették, hogy azok a közép-kelet-európai országok, amelyek úgy kívánják, taggá válhatnak, amennyiben teljesítik a csatlakozás feltételeit, az ún. koppenhágai kritériumokat [stabilan működő demokratikus intézményrendszer, működő és versenyképes piacgazdaság, a tagsági kötelezettségek (acquis communautaire) átvétele és alkalmazása].

A koppenhágai döntés adta lehetőséggel élve, Magyarország az 1994. március 31-én hozott országgyűlési határozatot követően beadta felvételi kérelmét az Európai Unióhoz. A csatlakozási tárgyalások megkezdésére azonban ekkor az Európai Unió még nem volt hajlandó. Miatán az Európai Bizottság 1997. július 15-én kiadott országvéleményében javasolta a Magyarországgal való tárgyalások megkezdését, az 1997. december 12-13-i

luxemburgi csúcson az EU tagállamai határoztak a Magyarországgal (valamint Csehországgal, Észtországgal, Lengyelországgal, Szlovéniával és Ciprussal) való csatlakozási tárgyalások megindításáról. A csatlakozási tárgyalások megkezdésére 1998. március 31-én került sor. Később az 1999. decemberi helsinki csúcson az EU újabb 6 tagjelölt esetében határozott a csatlakozási tárgyalások megkezdéséről, továbbá Törökországnak is megadta a tagjelölti státust. 2000. február 15-én így - a már majdnem két éve tárgyalásokat folytató 6 ország mellett - újabb 6 (Bulgária, Lettország, Litvánia, Románia, Szlovákia és Málta) is megkezdte a csatlakozási tárgyalásokat az Európai Unióval.

A csatlakozási tárgyalások az első években lassabban haladtak, csupán a kevésbé problémás fejezetekben lehetett jelentősebb haladást elérni. Az EU, amely ebben az időszakban elsősorban a bővítés belső feltételeinek kialakítására koncentrált, nem kívánta gyorsítani a tárgyalásokat. E hozzáállásában egyértelmű fordulatot jelentett a nizzai csúcs, amely elfogadta a bővítéshez elengedhetetlennek tartott intézményi reformokat, és először a bővítési folyamat során konkrét menetrendet határozott meg a tárgyalások folytatására. A nizzai csúcson az EU kimondta, hogy a tárgyalások a legfelkészültebb országokkal 2002 végén lezárhatók lehetnek, és azon reményét fejezte ki, hogy ezen országok már részt vehetnek a 2004-es európai parlamenti választásokon.

A nizzai döntések pozitív iránya már 2001 első felében megmutakozott a csatlakozási tárgyalásokon. 2001. első fél éve egyértelműen az áttörés jegyében zajlott, miután először nyílt lehetőség igazán nehéz fejezetek lezárására (pl. környezetvédelem, tőke szabad mozgása, személyek szabad mozgása), és az EU először fogadott el valóban jelentős kihátású, több évre szóló derogációs igényeket (pl. a környezetvédelem vagy a tőke szabad mozgása területén). A 2001. június 15-16-án megrendezett göteborgi csúcson pedig a tagállamok megerősítették, és még konkrétabbá tették a nizzai időkeretet azáltal, hogy már egyértelmű célként jelölték meg, hogy a legfelkészültebb tagjelöltekkel a csatlakozási tárgyalásokat 2002 végéig lezárják, és a 2004-es európai parlamenti választásokon ezen országok már tagként vegyenek részt.

2001 végére egyértelművé vált, hogy 10 ország (Ciprus, Csehország, Észtország, Lengyelország, Lettország, Litvánia, Magyarország, Málta, Szlovákia és Szlovénia) a tárgyalásokat egy beláthatóan rövid idő alatt, közel vagy akár teljesen egy időben képes lehet lezárni, míg Bulgáriának és Romániának erre nincs esélye. Mindezek alapján, a csatlakozási tárgyalások előrehaladását értékelve, a 2001. december 14-15-én tartott laekeni EU-csúcs megállapíthatta, hogy a nizzai tárgyalási útiterv 2001 folyamán lényegében teljesült. A tagállamok állam- és kormányfői kijelentették, hogy jelentős előrelépés történt, és a korábban tapasztalt lemaradást részben sikerült behozni. Nizzát és Göteborgot megerősítve Laekenben is elkötelezték magukat amellelt, hogy a készen álló tagjelöltekkel 2002 végéig le kell zárni a csatlakozási tárgyalásokat, és így ezek az országok már teljes jogú tagként vehetnek részt a 2004-es európai parlamenti választásokon. A laekeni csúcstalálkozó kiemelkedő jelentősége volt, hogy az unió állam- és kormányfői - a bővítési folyamat során először - konkrétan meg is nevezhető a várhatóan elsőkörös csatlakozókat. Kimondták, hogy amennyiben a tárgyalásokon az előrehaladás üteme állandósul, és a tagjelölt országokban zajló reformok is folytatódnak, úgy Ciprus, Csehország, Észtország, Lengyelország, Lettország, Litvánia, Magyarország, Málta, Szlovákia és Szlovénia készen lehetnek a csatlakozási tárgyalások lezárására 2002 végén, ők esélyesek a nizzai menetrend teljesítésére.

A nagycsoportos bővítés koncepcióját és a nizzai menetrendet erősítette meg a 2002. június 21-22-i sevillai csúcstalálkozó is. Ezen döntés született arról, hogy az Európai unió 2002. októberi brüsszeli csúcstalálkozóján - az Európai Bizottság országjelentései alapján - határozzák meg azon országok körét, amelyekkel az EU 2002 decemberében a koppenhágai csúcstalálkozón lezárhatja a csatlakozási tárgyalásokat. A bizottság október 9-én be is terjesztette országjelentéseit, amelyekben mind Magyarország, mind a másik 9 ország esetében megállapította, hogy a csatlakozás feltételeit 2004 elejére teljesíteni fogják, így javasolta velük a csatlakozási tárgyalások lezárását az év végi koppenhágai csúcson. A tagállamok a bizottság javaslatával egyetértve az október 24-25-i csúcson úgy döntöttek, hogy amennyiben sikerül megegyezni e 10 országgal (a még nyitott pénzügyi kérdésekben), akkor velük a december 12-13-ai koppenhágai csúcson lezárják a tárgyalásokat, és 2003 áprilisában, Athénben aláírják a csatlakozási szerződéseket.

Összességében 2002 végére a korábbi évek során húzóóó, a bővítést akadályozó bizonytalansági tényezők sorát sikerült felszámolni vagy megoldani. Így a pozitív eredményű ír népszavazással elhárult a Nizzai Szerződés életbeléptetésének akadály, az október 24-25-ei brüsszeli csúcson kijelölésre került a csatlakozó 10 ország, valamint a bővítés pénzügyi keretének javaslata. 2002 végére a bővítés világos időkeretbe került, amelyet véglegesen a december 12-13-ai koppenhágai csúcs szentesít. Mindezek alapján Magyarország 2004 elején 9 másik országgal együtt csatlakozhat az Európai Unióhoz.

A legfontosabb döntések az Európai Unió részéről megszülettek (igaz, a csatlakozási szerződéseket még minden tagállamnak ratifikálnia kell 2003-ban). Immár csak Magyarországon, a magyar állampolgárokon múlik, hogy az ország él-e a lehetőséggel. Ehhez arra van szükség, hogy a magyar társadalom birtokában legyen a sikeres tagsághoz szükséges ismereteknek, megfelelően tájékozott legyen, és így a 2003 tavaszán megrendezésre kerülő népszavazáson az állampolgárok amellelt tudjanak dönteni, hogy Magyarország az Európai Unió tagja legyen. A társadalom tájékoztatása - a sikeres tagság és a népszavazáson meghozandó megalapozott döntés elősegítése érdekében - a kommunikációs stratégia feladata.

3. A bővítés helye az EU politikái között

Az Európai Unió számára a keleti irányú bővítés lehetősége az 1993. júniusi koppenhágai csúcson került elfogadásra. Ekkor azonban még az EU-n belül a volt EFTA országokkal folyó csatlakozási folyamat kötötte le a figyelmet, és 1995-ig komolyabb döntés szintjén a keleti bővítéssel nem foglalkoztak. Az 1995. júniusi cannes-i csúcson az EU kiadta a közép-kelet-európai országok egységes piachoz való közelítését ösztönző Fehér Könyvét, majd az 1995. decemberi madridi csúcson kimondta, hogy az 1996 elején kezdődő kormányközi konferencia lezárását követően döntést fog hozni a közép-kelet-európai országokkal való csatlakozási tárgyalások megkezdéséről. Igazából ezt követően indult meg komolyabban az EU-n belül a bővítés megvalósítása lehetőségének vizsgálata, elemzése, a belső politikák alakítása során való figyelembevétele.

A bővítés a kilencvenes évek második felétől kezdve az EU számára már olyan kérdéssé vált, amely minden egyéb ügyet, belső politikát áthat, minden döntést érint. A bővítés mégsem vált sokáig kiemelt fő prioritássá, mindig a 2-3 legfontosabb prioritás között szerepelt, mindig a legfőbb kérdésektől elválaszthatatlanul kezelték, de nem vált egyfajta mindenekfelett álló prioritássá. Bizonyos aktuális belső ügyek, amelyek napirendre kerülése egyébként több esetben éppen a bővítésből következett (pl. Agenda 2000, intézményi reformok), sokszor mind az uniós politikusok, mind az uniós közvélemény részéről nagyobb figyelmet kaptak. Összességében azonban a belső politikák a bővítéssel egyre szorosabb összefüggésben jelentek meg, és valóban több politikát (pl. mezőgazdasági, strukturális és kohéziós) ma már nem is lehet elválasztani a bővítéstől.

Az utóbbi években több terület is az EU prioritásai közé került, amelyek szinte mindegyike szorosan összefügg, illetve érinti a bővítés kérdését. A legfőbb prioritások közé, amelyek egyaránt erősen foglalkoztatják a politikai vezetést és a közvéleményt is, általában olyan kérdések tudnak bekerülni, amelyek az EU jövőjével, illetve versenyképességének növelésével, polgárai helyzetének javításával összefüggésben merülnek fel.

Az Európai Unió gazdaságának sikeressége, növekvő versenyképessége, illetve az állampolgárok szempontjából saját jólétük biztosítása és növelése az EU-érdekközösség jellegéből fakadóan mindig is a legfontosabb prioritásnak tekinthető. Az utóbbi időszakban, e kérdéskörben három területet kapott, illetve kap kiemelt figyelmet, a közös pénz bevezetése, a foglalkoztatási helyzet és a szociális kohézió javítása, valamint a tudásalapú gazdaság fejlesztése. E területekkel az EU folyamatosan a legmagasabb szinten foglalkozik, sőt külön rendkívüli csúcstalálkozókat is szenteltek e témakörök mindegyikének. Az euró bevezetése az elképzelések szerint zajlott le, így ma az uniós közvéleményt leginkább a foglalkoztatottsági helyzet javítása, a jóléti állam vívmányainak megőrzése érdekli. Ez utóbbi kérdést a 2000. márciusi liszaboni csúcs elválaszthatatlanná tette a tudásalapú gazdaság megteremtésétől egy új stratégiai célkitűzés meghirdetésével: az EU-nak a világ legversenyképesebb és legdinamikusabb tudásalapú gazdaságává kell válnia, amely képes a fenntartható gazdasági növekedésre jobb és több munkahellyel és nagyobb szociális kohézióval. A célkitűzés egyik központi eleme az eEurope kezdeményezés és cselekvési program, amely az információs társadalom fejlesztésére irányul. Az új stratégia által teremtett környezetben a bővítés kérdése két tekintetben merül fel. Egyrészt úgy, hogy az új tagállamok, amelyek az EU átlagánál magasabb növekedést mutatnak fel, ösztönzőleg hathatnak az EU gazdaságára, másrészt viszont számukra tovább tarthat elérni a meghatározott fejlettségi szintet, és ez lassíthatja az eEurope kezdeményezést. A bővítés emellett a foglalkoztatáspolitikán belül a szabad munkaerő-áramlás miatt került az érdeklődés középpontjába. Az EU-n belül jelentős a félelem az olcsóbb keleti munkaerőtől. Éppen ebből fakadóan a csatlakozási tárgyalásokon az EU egyik legfontosabb derogációs igénye itt merült fel, amit a tagjelöltek el is fogadtak.

A bővítéssel nagyon szorosan összefüggő, attól elválaszthatatlan kérdés, az immár évek óta napirenden levő mezőgazdasági politika reformja. A keleti bővítés a Közösség mezőgazdasági területét mintegy másfélszeresére, míg a mezőgazdasági foglalkoztatottak számát duplájára fogja emelni. Ez azt jelenti, hogy a közös agrárpolitika - aktuális támogatási formáját megőrizve (különös tekintettel a termelőknek járó közvetlen kifizetések rendszerére) - a korábbiaknál jóval nagyobb terhet róna a közös költségvetésre. Ezzel a kiadásnövekedéssel azonban a 2000-2006. közötti költségvetés nem számolt. Az EU-nak hosszabb távon olyan megoldást kell találnia e problémára, amely mind a közös költségvetés és a jelenlegi tagállamok, mind az új tagállamok szemszögéből elfogadható. A mezőgazdasági politika reformja - amelyet egyébként a világkereskedelmi tárgyalások is fokozottan ösztönöznek - nem egyszerűen összefügg a bővítéssel, hanem (különösen a közvetlen kifizetések problémája miatt) a csatlakozási tárgyalások kulcskérdése.

A balkáni válság újbóli fellángolása, valamint az 1999. júniusi kölni csúcs óta a kül- és biztonságpolitika kérdése, az európai biztonság- és védelempolitika (ESDP) kiépítése is a fő prioritások közé emelkedett. Az Európai Unió egyrészt erősíteni kívánja világpolitikai szerepét és súlyát, másrészt a védelempolitika területén is önálló arculatot kíván felvállalni saját válságkezelő kapacitásának kiépítésével. E tekintetben a bővítés és az új tagállamok erősíteni fogják az Európai Uniót, segíteni fogják világpolitikai súlyának növekedését, és javítani fogják Európa stabilitását.

Az utóbbi időszakban egyre nagyobb figyelmet kap az unió és állampolgárai közötti kapcsolatok erősítése, az EU működésének, lépéseinek (kormányzásának) az állampolgárok számára érthetőbbé, átláthatóbbá tétele, valamint olyan kérdések közösségi szinten való kezelése, amelyek leginkább érdeklik az állampolgárokat, legközvetlenebbül érintik mindennapjaikat. E tekintetben mind erőteljesebb szerepet kap az EU-n belül az

állampolgárokkal való kommunikáció, az állampolgárok közvetlen elérése, minek következtében az utóbbi időszakban az EU intézményei egyre nagyobb hangsúlyt helyeznek a kommunikációs feladatokra, kommunikációs eszközökre. Ezt tükrözi, hogy az Európai Bizottság - először a bővítések történetében - immár külön bővítési kommunikációs stratégiával rendelkezik (lásd részletesebben a 4.2. pont alatt).

A bel- és igazságügyi együttműködés erősítése (számos terület, pl. határőrizet, bevándorlás, vízumügyek közösségi szintre utalása, külön csúcstalálkozó a belbiztonsági kérdésekről, a rendőrségi, bünyügyi együttműködés szorosabbá válása), amely a 2001. szeptember 11-i amerikai terrortámadásokat követően kifejezett prioritássá vált, továbbá az Alapvető Jogok Kartája (amely a közös értékekhez való tartozás érzését kívánja erősíteni), valamint az információkhoz való hozzájutás alapjoggá tétele, mind az EU és a polgárok közötti közvetlenebb kapcsolat kialakítását célozzák. Emellett az EU igyekszik egyre több olyan kérdést napirendjére venni és ezekkel a legmagasabb szinteken foglalkozni, amelyeket többnyire társadalmi mozgalmak vetnek fel, de egyre jobban foglalkoztatják, illetve aggasztják a közvéleményt. Így kerültek mindinkább a figyelem középpontjába a környezetvédelem, az élelmiszer-biztonság, a közegészségügy területeire tartozó kérdések. E problémák a bővítéssel általában olyan összefüggésben jelennek meg, hogy az ezeken a területeken az EU által az állampolgárok érdekében meghirdetett magasabb normákat az új tagállamoknak is teljesíteniük kell. A környezet, az egészségügy a tagjelölteknél megfigyelhető rosszabb állapota, a minőségi követelmények alacsonyabb színvonalára miatt e területek EU-prioritásként való erősödése nehezíti az új tagállamok beilleszkedését. A belbiztonsági kérdések (pl. szigorúbb határőrizet, keményebb fellépés a szervezett bűnözés különböző válfajaival szemben) szintén hasonló problémákat vetnek fel, és szintén növelik az EU-n belül a bővítéssel kapcsolatos aggodalmakat.

Az állampolgárok és az EU viszonya szempontjából kiemelkedően fontos kérdésként húzódik végig az utóbbi időszakban az intézményi reformok ügye. Az intézményi reform prioritássá válását ugyan éppen a bővítés napirendre kerülése váltotta ki, a kérdés azonban ma már nem egyszerűen a bővítés egyik megoldandó összetevőjeként jelentkezik. Sőt a Nizzai Szerződés elfogadásával, illetve tagállami ratifikációival tulajdonképpen lezárultak azok az intézményi reformok, amelyeket az EU a bővítés előfeltételének tartott. Megoldatlan maradt ugyanakkor számos kérdés, ami nehezítheti a hamarosan 25 tagú unió működését, továbbá az unió működése továbbra is meglehetősen áttekinthetetlen maradt az egyszerű állampolgárok számára. Az Európai Unió számára az utóbbi 1-2 évtizedben az egyik fő kihívást jelenti, hogy míg az állampolgárok egyre többet várnak el az Európai Uniótól, közben egyre kevésbé bíznak meg az uniós intézményekben. Miközben egyre többen érzik úgy, hogy az Európai Uniónak kell választ adnia olyan politikai kihívásokra, mint a környezetvédelem, az élelmiszer-biztonság vagy a globalizáció kihívásai, sokak számára az európai integráció egy olyan átláthatatlan, komplex rendszer, amellyel szemben távolisága következtében az emberek jelentős része bizalmatlan. Az állampolgárok számára nem világos, hogy mely döntésért felelős az Európai Unió, hogy mely eredmények köthetők Európához, és egyáltalán, hogy mely intézménynek mi a feladata. E kettős kihívástól - az unió működőképesebbé, illetve az állampolgárok számára érthetőbbé tételétől - vezérelve döntöttek úgy a tagállamok a nizzai csúcson, hogy az intézményi kérdéseket nem veszik le a napirendről, hanem minden korábbinál alaposabb átgondolását végzik el. Így a Nizzai Szerződéshez csatolt nyilatkozatban döntöttek arról, hogy 2004-ben újabb kormányközi konferenciát tartanak, amelyen az unió hosszabb távra szóló, komolyabb intézményi átalakítását kell megvitatni immár az addig csatlakozott új tagok, illetve csatlakozási szerződést aláírt tagjelöltek részvételével. A Nizzai Nyilatkozat értelmében a tagállamok arról döntöttek, hogy először az EU történetében egy össztársadalmi vita keretében fogják kidolgozni az intézményi változtatásokat, amelynek ugyan továbbra is meghatározó (a végső döntést meghozó) szakasza egy kormányközi konferencia lesz, de amely vitának nagy részben a nyilvánosság bevonásával kell folynia. E vitát lefolytató fórumként alakult meg az Európai Konvent, amelyben mind a 15 jelenlegi tagállam és mind a 13 tagjelölt állam képviselteti magát, és amely javaslatokat tesz a jövő kibővült Európájának működésére. 2002 közepére az EU jövője szempontjából a Konventben zajló vita és a Konvent munkájának eredményessége az egyik legfontosabb prioritásává vált az uniónak.

A felsorolt prioritások között tehát a bővítés célkitűzése sokáig nem tudott kiemelkedni, a prioritások prioritásává válni. E tekintetben azonban fordulat következett be 2002 második fél évében, amikor is a bővítés egyértelműen az első számú megoldandó uniós feladattá vált, amikor már a tagállamok nem halogatták tovább azokat a döntéseket, amelyeket meg kellett hozni Európa egyesítése érdekében. Az október 24-25-ei brüsszeli és a december 12-13-ai koppenhágai csúcstalálkozók valóban igazi bővítési csúcspontok, ahol minden más kérdés háttérbe szorult a prioritás mögött. Mindennek következtében az Európai Unió 2002 végén végre meg is hozta a bővítés megvalósításához szükséges döntéseket.

4. A kommunikációs stratégia összehangolása az EU belső ügyeivel, kommunikációjával

4.1. Az EU-n belüli, a bővítéssel kapcsolatos félelmek problematikája

A bővítés elsődleges prioritása kommunikációs szempontból is figyelmet érdemel. Különösen annak fényében, hogy annak ellenére, hogy az EU politikai vezetésében elfogadott alapelvnek számít, hogy a bővítés előnyei a jelenlegi tagállamok számára is hosszú távon jóval meghaladják hátrányait, és a folyamat egy

egyértelműen pozitív összegű játszma, a rövid távon esetleg jelentkező hátrányok miatt a félelmek még mindig jelentősek. A félelmek befolyásoló szerepét magyarázza, hogy bár a bővítés általános előnyei az EU számára is nyilvánvalók és deklaráltak, a bővítés ellen szóló érvek gyakran ezeknél hangosabbak. Ennek oka, hogy míg a bővítés fő előnyei általában elvontabban megfogalmazottak, a hátrányokat (félelmeket) konkrét, könnyen érthető és a bővítést követően rövid távon feltételezett hatással ábrázolják.

A bővítés politikai előnyei, mint a regionális stabilitás, a hosszú távú biztonság, az EU világpolitikai súlyának növekedése; vagy gazdasági előnyei, mint a bővülő piacból származó bővülő kereskedelem és gyorsuló gazdasági növekedés sokkal kevésbé kézzelfogható jelenségek, mint az átlagpolgár mindennapi szintjén, boldogulásával kapcsolatban jelentkező félelmek. Ilyen például a keletről beáramló olcsó munkaerő, a szervezett bűnözés növekedése, a befektetők keletre vándorlása, az olcsó mezőgazdasági termékek beáramlása, a környezetvédelem szintjének csökkenése, és összességében a szegényebb országok befogadásával járó kiadások növekedése, a források átvándorlása. Ezek mind lényegében megalapozatlan, de könnyen igaznak tűnő és gyorsan terjedő érvek, amelyek megcáfolása ráadásul mindig sokkal fáradtságosabb és bonyolultabb, mint kinyilatkoztatásuk.

4.2. Az Európai Bizottság bővítési kommunikációs stratégiája

Az unión belül a bővítéssel szemben meglévő erőteljes félelmek miatt különösen fontos, hogy az Európai Bizottság 2000. május 11-én új bővítési kommunikációs stratégiát fogadott el, amelynek fontos eleme a bővítés valós hatásainak megismertetése a tagállamok közvéleményével. A bővítési kommunikációs stratégia (Communications Strategy for Enlargement) összehangolt kommunikációs tevékenységet irányoz elő a bővítésről a tagjelölt országokban és az EU-tagállamokban. Míg a tagjelölt országokban az Európai Bizottság Delegációi korábban is végeztek tájékoztató tevékenységet, addig a tagországok társadalmait korábban semmilyen, az EU bővítésének hatásait bemutató, átfogó kommunikációs kampány nem szólította meg. A bővítési kommunikációs stratégia legfontosabb célkitűzései a tagjelölt országokban az Európai Unió bemutatása, a csatlakozás hatásainak ismertetése, valamint a csatlakozásra való felkészülés jelentőségének hangsúlyozása. A stratégia végrehajtási rendszere decentralizált: a bizottság kidolgozza a bővítéssel kapcsolatos alapinformációkat és üzeneteket, a delegációk helyi partnereikkel együttműködve biztosítják a kommunikációs tartalmak az adott tagjelölt ország társadalmi jellemzőit figyelembe vevő adaptálását és terjesztését.

A bizottsági stratégia decentralizációjából fakadóan a magyar kommunikációs stratégia végrehajtása során szorosan együtt kell működni, folyamatosan koordinálni kell a tevékenységeket az Európai Bizottság Magyarországi Delegációjával, amely helyben felelős a bizottság bővítési stratégiájáért. Mindenképpen el kell kerülni eltérő üzenetek megfogalmazását, valamint a felesleges átfedéseket. Törekedni kell ugyanakkor - ott, ahol szükséges - egymás tevékenységeinek erősítésére.

4.3. Az elvek és értékek Európája

A bővítés kommunikációjának szempontjából meghatározó kérdés, hogy az Európai Unió hogyan kommunikálja saját közvéleménye felé az EU-ban napirendre kerülő kérdéseket, különös tekintettel a kiemelkedően fontos prioritási területeket. Az Európai Unió saját politikáit alapelvekre és központi értékekre felépítve, az érdekeket hangsúlyozva ismerteti, ezek mentén mutatja be, hogy egy adott politika területén mit miért tesz, mi mire irányul. Ez a logika jellemzi az uniós ügyek diskurzusát az EU-n belül. (A mezőgazdasági politika például a termelők jóléte, a vidéki értékek megőrzése és a minőségi élelmiszer értékeinek hangsúlyozására épül.) A bővítés kommunikációja is elveken, értékeken alapul: biztonság, stabilitás, partnerség, gazdasági növekedés.

4.4. A magyarországi EU-kommunikáció igazodása az uniós diskurzushoz

A kommunikációs stratégiának a tagságra való felkészítéséből eredő fő funkciójából következően feladata, hogy figyelembe vegye az EU-n belüli politikai tendenciákat. Ez nem csak a stratégia elkészítéséhez, de végrehajtásához is szükséges. Mivel Magyarország az EU-ba integrálódik, nem függetlenítheti magát az unió belső politikai kontextusától. Célszerű ezért, ha a fő tendenciák szintjén a magyar közvélemény - különös tekintettel a döntéshozói, véleményformálói szerepben lévő társadalmi csoportokra - megismeri az EU-n belüli, a bővítést körülvevő politikai kontextust. A kommunikációs stratégia számára az EU-n belüli politikai kontextus helyzetéből következően feladatként merül fel az is, hogy a tagságtól várható következményekről reális képet adjon, és ne csak a félelmek, de a megalapozatlan várakozások eloszlatására is koncentráljon, például ne erősítsen olyan vélekedéseket, amelyek éppen az EU-n belüli félelmekkel lennének összhangban. A kormányzat, illetve a politikusi kör, valamint a közvélemény közötti realitásokon alapuló kommunikáció nemcsak a felkészülést segíti és a sikeres tagság feltételét erősíti, de az országnak az EU-ba való politikai betagozódását is könnyíti.

A kommunikációs stratégia kidolgozásakor és végrehajtásakor szem előtt kell tartani, hogy Magyarország milyen Európai Unióhoz fog csatlakozni. Az EU számára prioritási területként jelentkező kérdések ezért kiemelt figyelmet érdemelnek nem csupán a magyar felkészülési stratégia (pl. jogharmonizáció vagy gazdaságfejlesztés), hanem a kommunikációs stratégia során is. Mivel a kommunikációs stratégia fő feladata a magyar nemzet, a

különböző társadalmi csoportok és az egyének felkészítése a tagságra, ezért központi szerepet kap az Európai Unió bemutatása, e tekintetben pedig a legfontosabb aktuális kérdések, prioritási területek megkerülhetetlenek.

A sikeres tagság elengedhetetlen feltétele, hogy az állampolgárok értsék, hogy miért jött létre és hogyan működik az Európai Unió, mit miért tesz, mit miért tart fontosnak. Enélkül ugyanis nem tudják meglátni, hogy számukra mi következik a tagságból, és nem tudják kihasználni a tagság teremtette lehetőségeket. Éppen ezért a kommunikációs stratégiának ösztönöznie kell, hogy a hazai köztudatba bekerüljenek azok a kérdések, ügyek (pl. a Konvent működése, a lisszaboni stratégia célkitűzései stb.), amelyek az Európai Unióban napirenden vannak, prioritásnak számítanak. Felkészültté kell tenni a közvéleményt a tagságig, hogy befogadóképessé váljon az EU-ban folyó diskurzusokra, képes legyen azok átlátására. Az EU-n belüli tematikák megismerése, céljuk megértése azzal a hosszú távú előnnyel is jár, hogy az állampolgárokhoz közelebb hozza az uniót, illetve intézményeit, és így elkerülhetővé válnak egyes tagállamokban létező, az EU lépéseit egy távoli bürokratikus központ akarataként láttató gondolatok negatív hatásai.

Az EU belső ügyeinek megértésével a közvélemény számára elhelyezhetővé válik a bővítés az EU-n belüli prioritások körében, világossá válik, mi a célja bentről nézve a bővítésnek. Ez segíthet megérteni az unió belüli aggodalmakat, félelmeket, és a magyar közvéleményt nem az EU ellen hangolja, hanem éppen ellenkezőleg, érett uniós polgárrá teszi.

Az EU-ról szóló tematikáknak az EU-n belül megszokott diskurzusokhoz közelítése során figyelmet kell fordítani az EU által folytatott kommunikáció logikájára és fogalomkészletére, valamint ennek megfelelően az értékközpontú kommunikáció hangsúlyozására. Ez azt jelenti, hogy az EU bemutatása során célszerű követni és használni az EU-ban megszokott gondolati logikát és fogalomkészletet.

II. KOMMUNIKÁCIÓS KIHÍVÁSOK, VESZÉLYEK

Az alábbiakban felsoroljuk és elemezzük azokat a kommunikációs kihívásokat, amelyek a kommunikációs stratégia számára veszélyt jelenthetnek, a végrehajtás sikerét alááshatják. Ezek egy része adotttság, amellyel a stratégia tervezése és végrehajtása során mindvégig számolni kell. Másik részük potenciális veszélyforrás csupán, amelynek esetleges jelentkezését a stratégia visszacsatolási mechanizmusai segítségével lehet és kell beazonosítani, ezt követően pedig megtenni a szükséges lépéseket. A lista természetesen nem lehet teljes, hiszen a felkészülési folyamat előrehaladásával, majd a csatlakozást követően a tagság életbelépésével új kihívások és veszélyforrások jelentkezhetnek, amelyeket szintén a különböző visszajelző mechanizmusok segítségével kell beazonosítani, és a rájuk adandó válaszokat a stratégiára épülő időszakos akciótervekben meghatározni. A kihívásokat három csoportba soroltuk: társadalmi kihívások, szervezeti kihívások és külső tényezők.

1. Társadalmi kihívások

1.1. Társadalmi megosztottság

A magyar csatlakozás össznemzeti ügy. Nem a Kormány, nem a pártok csatlakoznak az Európai Unióhoz, hanem az ország egésze. A csatlakozás hosszú távú sikere múlhat azon, hogy sikerül-e a magyar EU-tagság ügyét valóban össznemzeti, államtársadalmi feladatként átélni és bemutatni. Nagyon fontos, hogy sem a felkészülés folyamatában, sem a csatlakozást követően ne alakuljanak ki olyan társadalmi rétegek, régiók és politikai csoportosulások, amelyek a csatlakozást nem érzik saját ügyüknek, amelyek úgy látják, hogy a csatlakozás a fejük felett, egy szűk elit érdekében történik. A társadalmi megosztottság elkerülése a Kormány egyik alapvető célkitűzése a kommunikációs stratégia megvalósításával. Ennek érdekében a Kormány felhívja a különböző közigazgatási intézményeket, minisztériumokat, megyei közgyűléseket, önkormányzati képviselő-testületeket, felkéri a civil szféra szereplőit és az érdek-képviselői szervezeteket, hogy saját területükön segítsék a lakosságot, valamint az egyes társadalmi és szakmai csoportok integrációs felkészülését és tájékozódását. Az integrációs felkészülés hatékony megvalósítása érdekében a kormány információkat és támogatást biztosít a társadalmi szervezeteknek.

1.2. A felkészülés elmulasztása

A csatlakozás új perspektívákat nyit meg Magyarországon és a magyar társadalom egésze számára. Fontos ugyanakkor hangsúlyozni, hogy az EU-tagság nem kínál automatikus megoldásokat a gazdasági, társadalmi, politikai és kulturális gazdagodásához, hanem esélyt jelent, amely megnyithatja a hosszú távú fejlődés lehetőségét az országnak, a társadalomnak és az egyének számára. A sikeres tagság feltétele a felkészülés. Magyarországon és állampolgárai akkor nyernek legtöbbet a bővítéssel, ha aktívan és tudatosan készülnek a tagságból adódó lehetőségek kihasználására és megfelelnek a tagsággal járó kihívásoknak. A magyar Kormány felkérésére készült EU-kommunikációs stratégia ehhez a felkészüléshez és a csatlakozásról szóló megfontolt döntéshez kíván segítséget nyújtani az állampolgároknak, és ehhez kéri a közigazgatási, érdek-képviselői, regionális és civil szervezetek együttműködését.

1.3. Idegennyelv-tudás szükségessége

A magyar lakosság alacsony szintű idegennyelv-tudása a csatlakozást követően az EU-tagságból adódó esélyek, lehetőségek kihasználását nehezítheti.

Magyarország csatlakozásával a magyar az EU hivatalos nyelve lesz, és a legfontosabb EU-dokumentumok magyar nyelven is rendelkezésre állnak majd. Ugyanakkor a nyelvtudás fejlesztése a magyar lakosság körében kétségtelenül növeli a sikeres tagság és az abból adódó lehetőségek minél teljesebb kihasználásának esélyét.

Hosszú távú, hatékony, széles körű nyelvoktatási stratégia végrehajtására természetesen a kommunikációs stratégiától függetlenül is szükség van. Ugyanakkor, mivel a tagság sikerét is alapvetően meghatározza a magyar lakosság nyelvismeretének alakulása, a nyelvtudás fejlesztését, mint a csatlakozásra való felkészülés egyik prioritását a kommunikációs stratégia végrehajtása során is érvényesíteni kell.

1.4. Az európai eszme gyengesége és a passzív gazdasági racionalitás dominanciája

Az EU-tagság jelentőségét a magyar társadalom elsősorban gazdasági téren látja, a csatlakozás többségi támogatottságát alapvetően nem európai értékek, eszmék, hanem anyagi megfontolások magyarázzák. A csatlakozás (várt) előnyei és (vélt) hátrányai között egyaránt a gazdasági és anyagi szempontok szerepelnek az első helyen. A lakosság elsősorban gazdasági fejlődést, életszínvonal-emelkedést és a munkalehetőségek bővülését reméli a csatlakozástól.

Az anyagi megfontolások hangsúlyos szerepe a csatlakozással kapcsolatban érthető. Ezek túlzott dominanciája a közgondolkodásban azonban azzal a veszéllyel jár, hogy az EU-tagság egy rövid távú adok-kapok játék egyenlegeként jelenik meg. Lényeges kommunikációs cél, hogy a társadalom értékelni tudja a csatlakozással járó nem anyagi jellegű előnyöket és lehetőségeket is. A kommunikációban ezért központi helyet kell biztosítani az európai értékek és eszmék közösségéhez való tartozás jelentőségének és az EU mentalitásformáló hatásainak is. (Ez azért is fontos, mert az európai vízió, a közösségi értékrend hiánya az EU-n belül is egyre erősebben megnyilvánul. Több jel mutat arra, hogy e jelenség nem speciálisan magyar probléma, hanem az EU-társadalmakban is jellemző: országuk EU-tagságának támogatottsága az európai társadalmak többségében csökkenő tendenciát mutat, és egyre több helyen erősödő nacionalizmusnak, a nemzeti érdekek fokozott védelmének lehetünk tanúi.)

Mindenképpen káros, hogy az EU-tagság melletti érvrendszerekben megfogalmazódó gazdasági racionalitás továbbra is passzív mentalitást tükröz. A szocializmus társadalmi hagyatéka, az egalitarianizmus, a kockázatkerülő, segélyezeti gondolkodás továbbra is meghatározó. Ennek megfelelően a csatlakozáspárti érvek között fontos szerepet kapnak a hitellehetőségek, segélyek, támogatások növekedésével kapcsolatos megfontolások. A kommunikációnak ezért azt kell tudatosítania, hogy a csatlakozás nem automatikus megoldásokat kínál, nem azonnali életminőség-javulást hoz, hanem a tagságból adódó lehetőségek kihasználása érdekében aktív felkészülésre, alkalmazkodásra van szükség. A csatlakozást követő esetleges kiábrándulás elkerülése érdekében fontos tisztázni a költség-haszon megfontolások időbeliségének vonzatait is: bemutatni azt, hogy a hosszú távú előnyök realizálása rövid távon költségeket jelenthet. A hosszú távú tervezést lehetővé tevő gondolkodás eléréséhez a passzív mentalitásnak át kell alakulnia.

1.5. Az ismeretlentől való félelem

Az Európai Unióhoz történő csatlakozásnak az élet szinte minden területén érzékelhető hatásai vannak. E felismerésből fakadóan olyan reakciók alakulhatnak ki - bizonyos fokú alkalmazkodási kényszerrel összefüggésben -, amelyek az ismeretlentől való félelem miatt növelhetik a csatlakozás ellenzőinek taborát. Amennyiben az EU-val kapcsolatban az újdonság, és az ebből fakadó elvont felelősség és feladatok, absztrakt követelmények a jövőben túlzott hangsúlyt kapnának a más következményekkel (pl. konkrét előnyökkel és lehetőségekkel) szemben, akkor felmerülhet ez a veszély.

1.6. Közömbösség, az érdeklődés hiánya

A magyar lakosság évek óta csak közepes mértékben érdeklődik a csatlakozás kérdései iránt. Saját bevallása szerint a magyar lakosság 34%-a követi figyelemmel az EU-val kapcsolatos híradásokat, 49% kevésbé, 16% egyáltalán nem fordít figyelmet az integrációs témájú médiavitára. A különböző közéleti témák között (országos politika, helyi politika, gazdaság, külpolitika, szociális kérdések, sport, környezetvédelem) az EU-val kapcsolatos híradások élvezik a legalacsonyabb közérdeklődést. Ez a - többségi támogatottság ellenére jellemző - közömbösség feltehetően abból fakad, hogy az Európai Unióval és a csatlakozással kapcsolatos információk mostanáig döntően a politikai, ezen belül is a külpolitikai hírek kategóriájában maradtak. A tárgyalások a közvélemény számára követhetetlen technikai részleteiről, az Európai Unió intézményrendszerének jellemzőiről szóló közvetítéseket legfeljebb a külpolitika iránt érdeklődők követik figyelemmel. Erre utal az a tény is, hogy a csatlakozás kérdései ugyanazokat a csoportokat foglalkoztatják, amelyek a politika iránt általában is affinitást mutatnak (diplomások, szellemi munkát végzők, férfiak). Ezt támasztja alá az az összefüggés is, mely szerint az integrációs kérdésekben való jártasság és a csatlakozás iránti érdeklődés a politikai aktivitás erősödésével párhuzamosan nő: legérdeklődőbbek és legtájékozottabbak azok a csoportok, amelyek biztosan részt vennének a parlamenti választásokon. A széles közvélemény érdeklődésének felkeltéséhez a csatlakozás kérdéseit ki kell emelni a külpolitikai, sőt a politikai kategóriából, és a kommunikációnak az uniós tagság mindennapi életben megjelenő, életminőségre, munkakörülményekre, személyes érvényesülési lehetőségekre gyakorolt hatásait is be

kell mutatni. Ehhez elengedhetetlen, hogy az általános kormányzati EU-kommunikáció mellett a szaktárcák, a közigazgatás helyi szintjeinek szervezetei, a regionális, szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek saját területükön speciális, az adott kör érdeklődési területét és érintettségét messzemenőig figyelembe vevő tájékoztatást folytassanak.

1.7. Irreális illúziók

A magyar közvélemény az EU-ról alkotott idealista képe és a csatlakozás következményeivel kapcsolatos irreális várakozások a csatlakozás utáni kiábrándulás veszélyét hordozzák magukban. A közvélemény-kutatások tanúsága szerint a magyar lakosság abszolút többsége az uniót az európai társadalmak életszínvonalát növelő, jólétét és békéjét megteremtő, hatékonyan működő, dinamikusan fejlődő, felelősségteljes és demokratikus szervezetnek látja. A nyugati társadalmakkal ellentétben a magyar közvélemény többsége szerint az unió nem bürokratikus, nem lassú és figyel az átlagember problémáira. Az eddigi kutatások azt mutatják, hogy a csatlakozástól a társadalom többsége a magyarok munkalehetőségeinek bővülését, a munkanélküliség csökkenését, a könnyebb hitelhez jutást, a nyugathoz való felzárkózást, növekvő fizetéseket és magasabb életszínvonalat vár. Mindezek a lakossági várakozások jellemzően passzív hozzáállást tükröznek (sarkítva: a csatlakozás majd egy csapásra megoldja a problémáinkat). A Kormánynak nem lehet célja az irreális illúziókon és ismerethiányon alapuló támogatottság fenntartása. Ennek érdekében fontos a csatlakozási folyamat jellegének hangsúlyozása, illetve annak tudatosítása, hogy az, hogy egy ország, régió, csoport vagy egyén mennyit profitál a tagságból, erősen függ a felkészüléstől is.

2. Szervezeti kihívások

2.1. Szervezeti alapkérdések

Az alapkérdések e területen a következők:

- Milyen kommunikációs struktúra felelhet meg leginkább a hatékony kommunikáció kihívásának?
- Konkrétan hogyan kell változnia a szervezeti struktúrának és kommunikációs intézményi modellnek abban az időszakban, amelynek fő követelményeit már a csatlakozási tárgyalások lezárulása, a népszavazás előkészítése és a tagságra való felkészülés határozzák meg?
- Melyek a legkedvezőbb szervezeti megoldások a kommunikációs tevékenység decentralizálására, társadalmiasítására, és erre épülve a decentralizált társadalmi felkészülés hatékony koordinálására?

Szervezeti kihívások alatt tehát elsősorban a kormányzati szervezetet érintő dilemmákat, illetve a kormányzat, valamint a regionális, civil és szakmai kommunikációs szereplők közötti szervezeti alternatívák kihívásait értjük. A hatékony kormányzati kommunikáció alapkövetelménye, hogy a kormányzati szektor egésze egységes hangon, közös fogalomkészlettel jelenjen meg a nyilvánosság előtt a csatlakozást érintő kérdésekben. A minimális követelmény az, hogy a kormányzat képes legyen a felmerülő kérdésekre, igényekre és kritikákra egységes üzenetekkel válaszolni. A leghatékonyabb kommunikációt az jelenti, ha valamennyi minisztérium és állami szervezet proaktív módon, egységes üzeneteket tud megfogalmazni és sugározni.

Ez azonban a célcsoportok specifikus kommunikációs szükségleteinek való megfelelést, a kormányzati kommunikáció témák szerint specializált munkamegosztását is feltételezi. Mivel a felkészülési folyamat utolsó szakaszában a hangsúly a széles lakossági tájékoztatásról az egyes társadalmi, szakmai csoportok és régiók csatlakozásra való felkészülésére kerül, a kormányzaton belüli munkamegosztás (az egyes tárcák közötti feladatmegosztás) és a kommunikációs stratégia társadalmiasítása (a regionális, érdek-képviselői és civil szervezetek bevonása a tájékoztatásba) a kommunikáció szervezeti kulcskérdésévé válik. A többszektörűvé váló felkészülés feltétele, hogy a kormányzati szektor mellett aktív kommunikációs szerepet kapjanak a gazdasági és a civil szektorok. Az egyes társadalmi csoportok és az őket képviselő szakmai, érdek-képviselői és civil szervezetek felkészülését a kormányzat csak segíteni tudja. Az EU-kommunikációs tevékenység formái egybeolvadnak magával az EU-tagságra való felkészüléssel, annak részét képezik.

Mindez kihívást jelent az egyes minisztériumok kommunikációs szervezete számára is.

- Meg kell találni az EU-kommunikációban szerepet játszó belső szervezeti egységek együttműködésének megfelelő formáját.

- A tárcáknak hatékony kommunikációs együttműködést kell kialakítaniuk a területükön működő szakmai, érdek-képviselői, civil szervezetekkel.

- Ennek érdekében szükséges, hogy az egyes tárcák és intézmények a kommunikációs stratégiával összhangban, a felelősségük alá tartozó terület speciális kommunikációs igényeit kielégítő, saját EU-kommunikációs stratégiát alakítsanak ki.

- A tárcáknál ki kell alakítani a leghatékonyabb szervezetet és emberi erőforrás felhasználást a saját körben végzett tevékenység és a kisserződés között.

2.2. Kormányzati kommunikációból többszektörű kommunikáció

Az első szervezeti kihívás a kormányzati kommunikáció és a passzív lakossági befogadás kétpólusú szerkezetének átalakítása többszektörű aktív kommunikációvá. Ennek megfelelően kell kialakítani a három

szektor - a kormányzati, a gazdasági (forprofit) és a civil (nonprofit) közötti szervezeti együttműködés, partnerkapcsolat hosszú távú, a felkészülés során rugalmasan alakítható és fejleszthető formáit.

A kommunikációs stratégia célja a multiplikátorok (az üzeneteket feldolgozó, értelmező és többszörösen továbbadó, közvetítő célcsoportok, például az újságírók és a média) partnerként történő bevonásával az elmélyült, interaktív és az önálló további tájékozódást elősegítő felkészülés ösztönzése. Ebben az alternatív kommunikációs logikára épülő modellben az egyirányú információátadásra építő hagyományos kommunikáció a csatlakozási folyamat általános értelmezési kereteit jelöli ki.

A kommunikációs stratégiát tehát a sokszereplős, komplex kommunikáció jellemzi. Ennek folyamatában a csatlakozásra való felkészülés feladatából a kormányzati szektor mellett a szakmai-érdek-képviselési, illetve a civil szektor egyaránt fontos szerepet kell, hogy vállaljon. A társadalom egyes csoportjainak felkészülési feladatait nem veheti át a kormányzat. A társadalmi csoportoknak sajátos érdekeiket követve maguknak kell felkészülniük - a kormányzat legfeljebb információkkal, anyagi és egyéb erőforrásokkal segítheti ezt. A három szektornak ezért szorosan és a specifikus területek igényei szerint kreatívan együtt kell működnie a csatlakozásra való felkészülésben.

A kommunikáció decentralizálása és többszektörűvé válása ugyanakkor nem jelenti azt, hogy a kormányzati kommunikáció feloldódna, súlyát vesztené a két másik szektor kommunikációja mellett. Éppen ellenkezőleg, a kormányzatnak jól áttekinthető, világos stratégiával kell rendelkeznie. Ennek lényege, hogy háttérrel, támogatást biztosítson a gazdasági és a civil szektornak a csatlakozás kihívásaira való felkészüléshez.

2.3. A kormányzati munkamegosztás szükségessége és a minisztériumok közötti koordináció szervezete

A felkészülés során az egyes szakmai területek és szektorok speciális igényei új kommunikációs kihívásokat támasztanak. Ennek csak a kormányzati szektoron belüli funkcionális munkamegosztással lehet megfelelni. A csatlakozással kapcsolatos speciális - környezetvédelmi, mezőgazdasági, infrastrukturális, egészségügyi, oktatási stb. - kérdésekről elsősorban az érintett szaktárcáknak és az általuk kinevezett szakértőknek kell az adott terület szakmai-érdek-képviselési és civil szervezeteivel kommunikálni.

A csatlakozási folyamat előrehaladtával szükségessé válik a feladatok horizontális kormányzati decentralizációja. A tárcák együttműködésének konkrét szervezeti formáit a stratégiában és a végrehajtás folyamatában ki kell dolgozni. E kormányzati munkamegosztásban megoldást kell találni a minisztériumok EU-kommunikációjának koordinálására. Ezt a funkciót a kormányzati munkamegosztás szervezeti felépítéséből és az EU-csatlakozás összkormányzati feladatából fakadóan legcélszerűbb a Miniszterelnöki Hivatalba telepíteni. Fontos szervezeti kihívás a szaktárcák és a MeH mint koordinátor közötti kapcsolattartás hatékony szervezetének kialakítása.

A tárcák közötti együttműködés koordinálásában vezető szerepet kell biztosítani a Külügyminisztériumnak, amely az integrációs kommunikációban hagyományosan kulcsszerepet játszott. A hatékonyság szempontjából kiemelten fontos, hogy a kommunikáció a lehető legnagyobb mértékben építsen az eddig felhalmozódott tapasztalatokra, kiépült kapcsolatrendszerre, amelyek az utóbbi időszakban elsősorban a Külügyminisztériumban halmozódtak fel.

2.4. A minisztériumokon belüli szervezet

Minden egyes tárcának elemeznie kell, milyen szervezeti rendben tudja a területén működő szakmai, érdek-képviselési és civil csoportokat a leghatékonyabban segíteni a felkészülés folyamatában. Ez a minisztériumokon belül a következő egységeket érinti közvetlenül:

- EU-integrációval foglalkozó szervezeti egységek (osztályok, főosztályok, szakemberek),
- kommunikációs egységeket (szóvivői irodák, médiakapcsolati és kommunikációs osztályok),
- társadalmi és civil kapcsolatokért felelős részlegek.

Meg kell vizsgálni, milyen kreatív szervezeti együttműködés a leghatékonyabb a három egység között.

Azt is meg kell fontolni, milyen más rendszeres, minisztériumon belüli, illetve kívüli kommunikációs, illetve szakmai szakértő vonható be rendszeres szereplőnek, partnernek a csatlakozási felkészülés kommunikációs folyamatába.

2.5. Koordináció az Európai Bizottság Magyarországi Delegációjával

Magyarországon a delegáció felelős az Európai Bizottság Bővítési Kommunikációs Stratégiájának végrehajtásáért. Ehhez jelentős forrásokkal, tapasztalatokkal és szakértelemmel rendelkezik. Tájékoztatási kötelezettségéből adódó feladatai részben egybeesnek a kommunikációs stratégiából a magyar kormányzatra háruló feladatokkal. Komoly szervezeti kihívást jelent a két kommunikációs centrum tevékenységének összehangolása. A hatékony koordináció a magyar kormányzat (minisztériumok és a MeH) és a delegáció között biztosíthatja a felesleges párhuzamosságok elkerülését, a projektek egymásra épülését, és így fokozhatja mindkét stratégia eredményességét.

2.6. Az emberi erőforrások kérdése

A kommunikációs stratégia végrehajtása során az emberi erőforrások hatékony elosztásának szervezeti kihívásaira is választ kell adni.

Az állami szervezetek kommunikációs kötelezettségéből adódó feladatokat végző emberi erőforrás tekintetében három szervezeti modell különíthető el:

- Kiszereződés - makroprojektek: Ez a megoldás nagy (általában multinacionális) cégek megbízását jelenti nagy léptékű projektsorozat végrehajtására. A tapasztalatok szerint azonban ez felveti a számonkérés problémáit.

- Kiszereződés - kis projektek: Ez a megoldás kisebb, specializált szervezetek megbízását jelenti jól körülhatárolt, jól számon kérhető kommunikációs projektekre (például brosúrasorozat elkészítése, konferenciasorozat rendezése, koordinálása stb.).

- Saját emberi erőforrás: E válasz problémája a kommunikációs feladat nagysága és komplexitása. Felmerül az a kérdés is, hogy a kommunikációs stratégia végrehajtása kommunikációs szakembereket kíván, ám az egyes tárcáknál elsősorban az adott területre szakosodott szakemberek dolgoznak.

A többszektörű és sokszereplős kommunikációs stratégia végrehajtása szempontjából a két utóbbi megoldás kombinációja - saját emberi erőforrás aktív együttműködése az egyes projektek végrehajtásába bevont szakértőkkel - a leginkább megfelelő. Ezt egészíti ki a projektek rendszeres egyeztetésén alapuló tapasztalatcsere a minisztériumok és az EU-kommunikációt végző egyéb kiemelt szervezetek (különösen az EU-kommunikációs Közalapítvány, valamint az Európai Bizottság Magyarországi Delegációja) között.

3. Külső tényezők

A külső (nemzetközi) tényezők speciális helyet foglalnak el a kommunikációs kihívások között, mivel jellegükből fakadóan ezeket tudja legkevésbé alakítani a kommunikációs stratégia. A kormányzat mozgásterében ezen a területen a leginkább korlátozott. Mindezek ellenére, ahol lehet (pl. mozgó célpont problémája) e fejezetpont megpróbálja felvázolni, hogy milyen lépésekkel lehet kezelni e problémákat, illetve hogyan lehet enyhíteni hatásait. Más esetekben (pl. speciális politikai szituációk) csak felhívja a figyelmet adott probléma megjelenésére, ilyenkor a kihívás megválaszolása adott helyzet függvényében tehető meg.

3.1. A mozgó célpont problémája

A magyar csatlakozás szempontjából a legfontosabb külső befolyásoló tényező maga az Európai Unió, azaz az Európai Unióban zajló belső folyamatok. Az Európai Unió folyamatosan fejlődik. A magyar csatlakozásig is olyan meghatározó események történnék majd az EU-n belül, amelyek jelentősen alakítani fogják az unió működését. Így például életbe lép az EU döntéshozatalát módosító Nizzai Szerződés, számos területen a döntéshozatali folyamaton jelenleg keresztülmenő kérdésekkel bővül a közösségi joganyag (pipeline acquis), folyamatosan közösségivé válik a bel- és igazságügyi együttműködés több területe. Ezek mind olyan kérdések, amelyeket a magyar csatlakozás és felkészülés során nem egyszerűen figyelembe kell venni, de amelyek alapvetően befolyásolják a magyar EU-tagság feltételrendszerét.

3.2. A határon túli magyarság problematikája

A magyar csatlakozástól elválaszthatatlan kérdés a határon túli magyarság problematikája. Ma is érzékelhető aggodalom fogalmazódik meg a határon túli magyarok csatlakozás utáni helyzetét illetően. E témában a legutóbbi, 2000-ben készült kutatás szerint az előző évhez képest a magyar lakosság körében több mint megduplázódott, 7%-ról 17%-ra növekedett azok aránya, akik inkább hátrányosnak tartják Magyarország csatlakozását a határon túli magyarok életére, és 46%-ról 30%-ra csökkent azok aránya, akik szerint előnyös lesz számukra az ország csatlakozása. Mára ugyanakkor nagy biztonsággal állítható, hogy Magyarországgal együtt a közép-kelet-európai régió további kilenc országa csatlakozik majd 2004-ben az EU-hoz, és a bővítés első köréből kimaradó Románia esetében is megszűnt a vízumkényszer. Ezek a folyamatok mindenképpen csökkentik a határon túli magyar kisebbségekkel kapcsolatos félelmeket. Ugyanakkor Ukrajna és Jugoszlávia állampolgárai számára továbbra is vízumköteles az Európai Unióba való beutazás. E területek magyar kisebbségeinek helyzete így továbbra is bizonytalanságot okozhat a magyar társadalom egy része, és mindenekelőtt természetesen az érintett kisebbség körében. Jelen pillanatban nem állítható, hogy a kérdés a magyar állampolgárok számára meghatározó lenne a csatlakozás irányában kifejtett támogató álláspontjuk megválasztásában. Az EU-csatlakozást ellenzők körében azonban szignifikánsan jelentkező kérdéstről van szó (a csatlakozás aktív ellenzőinek 33%-a szerint a környező országokban élő magyarok számára hátrányos lesz a csatlakozás, 41%-uk szerint a csatlakozást követően a határon túli magyarok jóval nehezebben utazhatnak majd be Magyarországra), ami miatt viszont a kérdés különleges figyelmet érdemel. A probléma itteni szerepeltetése arra kívánja felhívni a figyelmet, hogy a témakörrel a kommunikációs stratégia szintjén is a csatlakozási tárgyalásokon kialakult megoldási alternatívák, illetve Ukrajna és Jugoszlávia, valamint az EU közötti vízummegállapodások változásának függvényében foglalkozni kell. A problémát fokozhatja, ha az EU visszaállítja a vízumkényszert Románia felé is.

3.3. Különleges politikai helyzet a tagállamokban

A magyar csatlakozást befolyásolhatják az egyes tagállamokban bekövetkező különleges politikai események, változások, folyamatok. Ilyen helyzet adódhatott volna, például amennyiben az írországi 2002. októberi népszavazás során az ír társadalom másodsor is elutasította volna az intézményi reformokról döntő Nizzai Szerződést, vagy ha egy tagállam magát a bővítést lassítaná, esetleg akadályozná (a csatlakozási szerződés

ratifikálásának elhúzásával). E szituációkra a kommunikációnak előre megtervezett válaszokkal szinte lehetetlen felkészülnie, azokat az adott helyzet függvényében kell kidolgozni.

3.4. Az Európai Unió bővítési kommunikációs stratégiájának követelményei

Az Európai Unió maga is elvárásokat támaszt a tagjelölt országokkal szemben lakosságuk megfelelő integrációs felkészítésének biztosítására. Az EU jelenlegi tagországaival és mind a tagországokban, mind a tagjelöltekénél megtalálható saját szervezeteivel (pl. a bizottság képviselőivel és delegációival) kapcsolatos kommunikációs elvárásait az Európai Bizottság 2000 májusában elfogadott Bővítési Kommunikációs Stratégia rögzíti (erről lásd részletesebben az I.4. fejezetet). A magyar kommunikációs stratégia végrehajtása során mindvégig érdemes figyelembe venni és követni az uniós kommunikációs prioritásokat, azért is, mivel teljes jogú tagként a társadalom tájékoztatása az unióban zajló folyamatokról Magyarország felé is folyamatos EU-elvárás lesz. Az EU-kommunikációs irányelveknek a kommunikációs stratégiában való érvényesítése biztosíthatja Magyarország számára a zökkenőmentes átmenetet a tagjelölt szerepből a teljes jogú tag helyzetébe az integrációs kommunikáció területén.

MÁSODIK RÉSZ

CÉLOK ÉS ÜZENETEK

III. A KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA CÉLJAI

1. A kommunikációs stratégia két fő célja

A kommunikációs stratégia két fő célja:

- Sikeres EU-tagság

A sikeres tagság előfeltétele, hogy a magyar társadalom felkészülten lépjen be az Európai Unióba. A KS célja ezért magára az EU-tagságra való felkészítés és felkészülés. A kommunikációnak olyan készségek kialakítását kell segítenie, amelyek a csatlakozásig tartó felkészülésben és a csatlakozás utáni érvényesülésben egyaránt fontosak. A KS időszakában ezért az interaktív információs stratégia a meghatározó.

- Személyes azonosulás a magyar EU-tagsággal

Az EU-csatlakozással Magyarország történelmi válaszüthöz érkezik. A csatlakozáshoz nélkülözhetetlen az állampolgárok döntése. A népszavazással a társadalom minden tagja döntési helyzetbe kerül. Ez a döntés nem jöhet létre személyes érintettség, érzelmi kötődés nélkül. A kommunikációs stratégiának segítenie kell az állampolgárok azonosulását az európai értékrenddel.

A két fő cél megvalósítása érdekében a kommunikációs stratégia a felkészülést és az önálló véleményformálást segíti elő értékek, érvek és érdekek alapján, az érintettség tudatosításával és az érzelmi azonosulással (az 5É).

1.1. Sikeres EU-tagság

Az EU-tagság ténye nem egyenlő a sikeres tagsággal. A sikeres tagság feltétele, hogy a társadalom érintett csoportjai és az egyének tisztában legyenek azzal, hogy a tagság számukra:

- milyen hatásokkal jár,

- milyen lehetőségeket teremt, és

- milyen feladatokat kell elvégezniük a siker érdekében.

A fentiek ismerete jelenti a felkészülést a tagságra, a siker garanciáját. A KS-nek ezt a felkészülést kell minden eszközzel segítenie. Egyrészt tudatosítania kell a felkészülés fontosságát, másrészt biztosítania kell az ehhez szükséges információkat és azok hatékony feldolgozásának lehetőségeit.

A sikeres tagság feltételeinek megismertetése csoportspecifikus tájékoztatást tesz szükségessé, amely csak a kommunikációs stratégia kormányzati decentralizációja és társadalmasítása (civil, szakmai-érdek-képviselői és regionális decentralizáció) révén érhető el. Emellett elengedhetetlen az Országgyűlés, a pártok és az egyházak EU-kommunikációjával való egyeztetés is.

Az információk feldolgozásának érték- és érdekközpontú szemléleti keretbe kell épülnie. Hangsúlyozni kell: az Európai Unió érték- és érdekközösségen alapul. A közvetlen érdeket és érintettséget kiemelő érték-központú kommunikáció reális felkészülést és megalapozott támogatottságot tud biztosítani. Eközben háttérrel ad az EU teremtette előnyök kihasználásához is az ország, a régió, a helyi közösség, a társadalmi csoport és az egyén életének szintjén egyaránt.

Az 1990-es évek elejétől alapvetően külpolitikai, diplomáciai értelmezési keret jellemezte az EU-csatlakozással kapcsolatos kommunikációt. Természetes, hogy az integráció külpolitikai ügyként, majd diplomáciai tárgyalássorozatként jelent meg. A részletes tartalmi kérdések, egyes társadalmi csoportokat érő hatások azonban fokozatosan előtérbe kerültek. A kommunikációs stratégia feladata ennek a folyamatnak a kiteljesítése. A társadalmi és ágazati szempontok megjelenését a kommunikációban explicitebbé kell tenni.

1.2. Személyes azonosulás a magyar EU-tagsággal

Az EU-csatlakozás korszakhatár Magyarország történetében. Ez a történelmi változás elképzelhetetlen érzelmi elköteleződés nélkül. Az EU-kommunikáció fontos eleme a személyes azonosulás elősegítése. Az egyéni döntési helyzet fontosságának hangsúlyozása elősegíti ezt az azonosulást. Ilyen súlyú történelmi döntést a társadalom lehető legnagyobb részvételével kell meghozni. A kommunikációs stratégiának ezért mozgósítania kell a tagságról szóló népszavazáson való részvételre. A KS arra buzdítja az állampolgárokat, hogy gyakorolják demokratikus jogukat a történelmi jelentőségű, Magyarország jövője szempontjából döntő fontosságú népszavazáson.

Az EU-tagság melletti elköteleződés az európai értékrenddel való azonosulást jelenti. A kommunikációs stratégiának segítenie kell az állampolgárok azonosulását az európai értékrenddel. Az EU alapértékei - biztonság (béke, közbiztonság, környezeti biztonság, szociális biztonság), demokrácia, jólét, növekvő életszínvonal, gazdasági és szociális kohézió (sikeres felzárkózási példák), minőségi termék- és szolgáltatáskínálat - mind olyan értékek, amelyek a magyar lakosság, a magyar választópolgárok számára is a meghatározó prioritások.

A csatlakozással megerősödik a magyar társadalomban az európai országok közösségéhez való tartozás érzése. A KS célja e folyamat segítése. Ehhez a kommunikációnak tudatosítania kell: mit kapok, és mit adok a közösségnek. Mindez erősíti az európai és nemzeti identitást, és az európai közösséghez tartozás érzését, és ezen belül a nemzeti értékek megismertetésének lehetőségét.

A csatlakozással Magyarország mindennapjaiban az eddigi hagyományos belpolitikai-külpolitikai tematikai megosztottság mellett megjelenik egy harmadik terület, az európai közösségi szféra. Ebben újradefiniálódik a belügyek és külügyek fogalma, amennyiben jelentős részüket csak közösségi kontextusban lehet értelmezni. Ez a változás a kormányzati, a közpolitikai és állampolgári szinten is megjelenik. (Például Magyarország bekapcsolódik az EU-döntéshozatalába, a magyar állampolgárok gyakorolják uniós állampolgári jogukat, megválasztják Európai Parlamenti képviselőiket.) A kommunikációnak a harmadik szféra megjelenésére, az abban való otthonos mozgásra fel kell készítenie a társadalmat.

Az érzelmi elköteleződés szükséges a népszavazáson való részvételhez. A cél azonban az, hogy az érzelmi kötődés folyamatos és hosszú távú maradjon. Ezért fontos, hogy a népszavazási részvételre való mozgósítás ne párosuljon meggyőzésre irányuló kampánnyal. Az előnyök túlzott hangsúlyozása ugyanis csodavaráshoz vezethet. Az EU-tagság önmagában nem automatikus megoldás, hanem folyamat, eszköz a korábban vázolt alapértékek megvalósítására. Az intenzív meggyőzési kampány komoly veszélyeket hordoz. Ilyen elsősorban a csatlakozás utáni erőteljes kiábrándulás. A tartós támogatottságot a valós ismereteken alapuló támogatás biztosításával lehet elérni. Ehhez szükséges a csatlakozásból származó előnyök volumenével és/vagy jelentkezésének időpontjával kapcsolatos irreális illúziók eloszlátása. Ezzel párhuzamosan szükség van a megalapozatlan félelmek megcáfolására is, így a tévhitek (például mák betiltása) eloszlátására.

Meggyőzés helyett tehát hiteles tájékoztatást kell folytatni a csatlakozás előnyeiről és költségterheiről, valamint az aktív alkalmazkodás és felkészülés feladatairól és ezek értelméről. A mozgósítás időszakát fel kell használni az elérhető információs források széles körű népszerűsítésére.

2. Az 5É

A KS céljai megvalósításának feltétele az állampolgárok önálló véleményalkotása. Ehhez ad értelmezési keretet az 5É: az érték-, érdek- és érközpontú kommunikáció, az érintettség és az érzelmi azonosulás tudatosításával.

A kommunikációs stratégia minden elemének azt kell elősegítenie, hogy az önálló vélemény kialakítása az EU értékeinek ismeretén, a közvetlen érdek, a személyes érintettség felismerésén, valamint az érzelmi azonosuláson alapuljon. A KS ezzel a csatlakozásra való felkészülést segíti.

A közvetlen érdek felismerése és a véleményformálás segítése érdekében célszerű az Európai Uniót értékein (pl. szolidaritás, tolerancia, esélyegyenlőség) keresztül bemutatni, mivel azok segítségével a tények is könnyebben érthetővé válnak. A tagságra való felkészítés jegyében az állampolgárokkal azt kell megismertetni, mi az EU, mit miért tesz, és mindez mit jelent számukra az érvek és az érzelmek szempontjából.

Az értékekből és érdekekből való kiindulás azért is fontos, mert az EU folyamatosan változik, folyamatosan tanulni kell. Az unióban változó politikai, gazdasági, társadalmi és kulturális térben és változó lehetőségek között kell tájékozódni. Ezért az alapértékekből való kiindulás érthetőbbé teszi az EU által adott mindennapi válaszokat. Ez a szemlélet közelebb hozza az EU-t, és csökkenti az ismeretlentől való félelmeket.

A kommunikáció szereplőinek az EU-értékek közvetítésével kell közelíteniük az EU-n belüli és a hazai tematikákat és fogalomkészleteket (diskurzusokat). A két tematika és fogalomkészlet közötti jelentős eltérések rendkívül nehezítik az EU-folyamatok megértését. Ez a csatlakozást követően komoly politikai és kommunikációs problémákat okozhat.

A tényközpontú kommunikációt nem kell feladni, de az információk továbbításában az érték- és érdekladalu megközelítésnek, az érzelmi kötődésnek kell elsőbbséget adni. A tényközpontú kommunikáción belül a hangsúlyt át kell helyezni az egyéni és szakmai érintettség és a felkészülés kommunikációjára.

A közvetlen érdek, érintettség, valamint felelősség megismerése, és az önálló véleményalkotás érdekében a KS részéről összességében arra van szükség, hogy tudatosítsa: az EU lehetőségeket teremt, amelyek kihasználása az egyén vagy a csoport saját helyzetismeretének függvénye.

Az érdeklődés felkeltése az érdekeltség, érintettség tudatosításával, az érzelmi azonosulással lehetséges. A kommunikáció passzív felkészítés helyett ösztönözze az aktív felkészülést. Ez részvételt, interaktív információcserét és konkrét tevékenységet jelent az esélyek, lehetőségek és elvárások felismerése alapján.

Az érvközpontú kommunikáció különösen fontos az egyre elterjedtebb tévhitek megcáfolásában. Ezekre a hiedelmekre (pl. mák, disznóölés betiltása) tényalapú érveléssel kell válaszolni proaktív módon, széles körű elterjedésüket megelőzően a lehető leghamarabb.

Az érvközpontú kommunikáció hangsúlyozza a csatlakozás és a tagság folyamat jellegét. A belépés politikai időpontja az állampolgár életében nem fog éles, azonnal érzékelhető határvonalat jelenteni. A csatlakozás egyszeri nemzetközi politikai esemény. A hétköznapi és szakmai életben azonban a változások szektoronként eltérő ritmusban, szakaszokban jelentkeznek. Egyes eredmények már a tagságot megelőzően tapasztalhatók, míg mások csak jóval a tagság bekövetkezése után érzékelhetők. Több társadalmi, gazdasági, kulturális területen már ma is élvezhetők bizonyos előnyök, hatások. Az uniós politikákba és programokba való bekapcsolódás a jövőben is folyamatos lesz. A kommunikációnak hangsúlyoznia kell, hogy az integráció folyamat jellege megmarad a teljes jogú tagság előtt és után is.

A megalapozott véleményformálás, az önálló döntés, az érvek ismerete és mérlegelése önmagában is fontos demokratikus állampolgári készség, amely a hatékony érvnyesülés egyik záloga nemcsak a mindennapi életben, de az EU-tagsággal összefüggésben is. Az interaktív kommunikáció elősegíti az állampolgárok részvételét és érdekérvényesítését a tagság elnyerése után.

3. Az EU-kommunikáció befogadó szintjei

A csatlakozással kapcsolatos önálló, megalapozott vélemény az értékek, érdekek és érvek megismerésén, a közvetlen érdek felismerésén, az érzelmi azonosuláson keresztül alakul ki. Az önálló véleményformálást elő kell segíteni a sokrétű, számos fórumon folytatott társadalmi vita ösztönzésével.

Az alapértékek mellett fokozatosan differenciált, konkretizáló, személyre és társadalmi csoportra szabott tájékoztatás szükséges. Az érdeket és érintettséget a kommunikációban a társadalom különböző szintjeire le kell bontani. Az érdekeltség és érintettség tudatosítása akkor hatékony, ha a kommunikáció folyamán az egyént, az állampolgárt és a konkrét társadalmi csoportokat, szakmai szervezeteket szólítjuk meg. Azaz az EU-tagság őket érintő hatásait a lehető legkonkrétabban kell megfogalmazni, azért, hogy a megnyíló lehetőségekkel élni tudjanak. Ezt segíti a kommunikációs stratégia négyirányú decentralizációja (kormányzati, civil, szakmai-érdek-képviselési és regionális).

A kommunikáció szintjei a következők:

- *Egyének, állampolgárok:* Ezen a szinten a cél a tudatos európai állampolgári magatartás, készségek, tudás kialakítása, az európai közösséggel való azonosulás, az érvnyesülés feltételeinek megismertetése (például demokratikus részvétel - európai parlamenti választások, az egységes piac kínálta feltételek ismerete stb.).

- *Családok:* A csatlakozáshoz kötődő érdek és érintettség számos helyzetben családi stratégiákra vonatkozik. A kommunikációnak ezért segítenie kell a kis- és nagycsalád, mint egység érintettségének és érdekeinek felismerését. A családi stratégia középpontjában a jövő nemzedékek és az előttük az EU-csatlakozással megnyíló lehetőségek állnak.

- *Szervezetek:* Az EU-csatlakozás folyamatában megjelennek speciális szervezeti érdekek, amelyek döntő hatással bírnak egyrészt a bennük részt vevő állampolgárok érdekeinek, érintettségének és véleményének alakulására, másrészt Magyarország csatlakozásának sikerére. Ilyenek a szakmai szervezetek, civil szervezetek, települési önkormányzatok, települési szövetségek, megyei, regionális egységek. A kommunikációnak konkrét információkat és részletes informálódási lehetőségeket kell nyújtania e szervezeteknek az EU-csatlakozásra való felkészülésre. Fel kell készülni arra, hogy a szervezetek speciális információs igényeket fogalmazzanak meg, és biztosítani kell az információhoz való jutás mellett a hatékony feldolgozás lehetőségét is.

- *Társadalmi csoportok, rétegek:* A közvetlen érintettség intenzitása és iránya nagymértékben különbözik az egyes társadalmi csoportokban. A KS-nek az ebből következő információs szükségletekre külön-külön stratégiákkal, illetve üzenetekkel kell rendelkeznie.

- *Társadalmi, össznemzeti:* A cél annak tudatosítása, hogy az állampolgárok közvetlen felelősséggel bírnak a csatlakozás kérdésében. Állásfoglalásuk, amelyet a csatlakozásról szóló népszavazáson is képviselnek, döntő hatással van az ország sorsának alakulására. A népszavazáson történelmi jelentőségű döntésről van szó. Az EU-csatlakozás az ország számára eszköz a felzárkózáshoz, a kitöréshez, a nemzeti kultúra, a nemzeti értékek közösségi bemutatásához.

A különböző szintekre, illetve azok csoportjaira szabott kommunikációban kiemelten támaszkodni kell partnerszervezetekre (szaktárcákra, érdek-képviselési szervezetekre, civil szervezetekre stb.), ahhoz, hogy a csatlakozás egyes társadalmi, szakmai és érdekcsoportok életét érintő hatásairól, következményeiről hatékonyan tudjon tájékoztatni.

A kommunikációnak az önálló felkészülési, alkalmazkodási stratégiák kidolgozásának ösztönzését (a társadalom és főleg a véleményvezérek, érdekcsoportok felé) is magába kell foglalnia. A szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek bevonása a különböző kommunikációs szinteken azért is fontos, mert a csatlakozás aktív felkészülést igényel, amelyet a kormányzat nem vehet át az érintett szervezetektől és a mögöttük álló társadalmi csoportoktól. Nekik maguknak kell felkészülniük, a kormányzati kommunikáció ehhez csupán segítséget nyújthat.

Az érintettség, érdek kategóriájában az egyént, a csoportokat, a szakmákat és az egész társadalmat érintő hatásokat nevesíteni kell. El kell kerülni ugyanakkor a megnevezett hatások konkrét számszerűsítését.

Reális képet kell adni a csatlakozás, illetve a tagság kínálta előnyökről és esélyekről. Ezeket az egyéni érdek szintjére kell fordítani, és így segíteni az érvényesülés feltételeinek megteremtését. Az értékek, előnyök közvetlen felismerése, illetve az ennek alapján kialakuló személyes meggyőződés teremt igazán szilárd és tartós támogatottságot; és egyben alapot nyújt a sikeres tagsághoz.

IV. A KOMMUNIKÁCIÓ ÁLTALÁNOS ÜZENETEI

1. Az általános üzenetek alapkérdései

A kommunikációs stratégia üzeneteinek elő kell segíteniük az állampolgárok EU-tagságra való sikeres felkészülését, a magyar tagsággal való személyes azonosulásukat. Az üzeneteknek mindehhez az önálló véleményformálást, az értékek, érvek és érdekek alapján az érintettség felismerését, az érzelmi elköteleződést kell ösztönözniük.

Az üzeneteknek választ kell adniuk a Magyarország csatlakozásával kapcsolatban felmerülő alapkérdésekre minden befogadói szint (állampolgár, szervezet, társadalmi csoport, társadalom) esetében: Mi az Európai Unió, mit jelent számomra, mit adok, és mit kapok?

1. Mi az Európai Unió? - Valós kép definiálása értékek és érvek közvetítésével.

A kommunikáció feladata, hogy az üzenetek reálisan és racionálisan bemutassák az EU céljait, eredményeit, működését és fejlődését, valamint a magyar tagság motivációit és következményeit magyarázó értékeket, illetve megismertessék az ezek mellett szóló érveket, rámutatva a felkészülés szükségességére.

2. Mit jelent számomra a tagság? - Közvetlen érdek és érintettség tudatosítása.

A személyes és közösségi érdekek és érintettség tudatosításával, a lehetőségek és a felkészülés hangsúlyozásával a jövő szempontjainak megjelenítésével a kommunikáció üzeneteinek feladata választ adni arra a kérdésre: Mit jelent számomra, a családom, a szakmám, a munkahelyem, a lakóhelyem, az ország és Európa számára a csatlakozás?

3. Mit adok, és mit kapok az Európai Unióval? - Érzelmi azonosulás elősegítése.

A kommunikáció feladata a történelmi döntési helyzet hangsúlyozásával az érzelmi elköteleződés ösztönzése. Mindenkinek döntenie kell, az Európai Unióhoz akar-e tartozni. A kommunikáció üzeneteinek be kell mutatniuk: Magyarország, a magyar állampolgárok, milyen értékeket adnak Európának, és mit kapnak az Európai Unióhoz tartozással.

2. Az általános üzenetek funkciói

Az általános üzenetek a minden célcsoportot megszólító, közös üzeneteket, kommunikációs tematikákat jelenítik meg. Az általános üzenetek fő funkciói:

1. Minden célcsoportot, azaz a társadalom egészét elérjék, megszólítsák.

2. Értelmezési keretet adjanak az egyes célcsoportok számára megfogalmazott specifikus üzeneteknek.

3. Az érintettség hangsúlyozásával felkeltsék az egyes csoportok, egyének érdeklődését a rájuk vonatkozó specifikus üzenetek irányába.

Fontos kiemelni, hogy a KS időszakában a hangsúlyt az általános üzenetekről az egyes szakmák, érdekcsoportok, régiók érdekeltységét közvetlenül megmutató specifikus üzenetekre, információkra kell helyezni. Az általános üzenetek elsődleges szerepe, hogy kontextusba helyezze a célcsoport-specifikus üzeneteket, információkat. Minden célcsoport esetében ezek adják a kommunikáció keretét. Az egyes célcsoportok bemutatásánál kiemeljük azokat az általános üzeneteket, amelyek az adott célcsoport esetében a kommunikáció alapját képezik. A specifikus üzenetek - amelyek gyakran konkrét szakmai információkat jelentenek - képezik a KS időszakában a stratégia magját, hangsúlyos tevékenységi területét. Ezek kidolgozásában, a négyirányú decentralizációban részt vevő partnerszervezetekre (a kormányzatra, a szakmai-érdek-képviselői, civil és regionális szervezetekre) kell támaszkodni.

A következő pontokban ismertetett üzenetmegfogalmazások az üzenetek tartalmát tükrözik, amelyek a tényleges felhasználás során kreatívan alkalmazhatók.

3. A központi és kiemelt üzenetek

3.1. A központi üzenet

Az EU lehetőségeket teremt. - Az EU eszköz a felzárkózásra. - Az EU gyermekeink jövője.

A kommunikáció központi üzenete: Az Európai Unió lehetőségeket teremt mindannyiunk számára, ha felkészültek vagyunk, élünk ezekkel, eszközt kapunk felzárkózásunkra és biztosítjuk gyermekeink jövőjét. A lehetőségekből a társadalom, a csoport és az egyén is részesül.

A kommunikáció üzeneteinek:

- a tagságból következő lehetőségeket,
 - az ezekre való felkészülés fontosságát, és
 - a jövő szempontjait
- kell hangsúlyozniuk.

Lehetőségek: A lehetőségek számos egyéni és közösségi szinten jelennek meg: az állampolgár, a család, a civil és szakmai-érdek-képviselői szervezet, a társadalmi csoport, a település, a kistérség, a régió, az ország és Európa egésze szintjén.

Felkészülés: Egyes lehetőségek automatikusan előnyökkel járnak, de az igazán sikeres tagsághoz, a lehetőségek maximális kihasználásához aktív magatartásra, tudatos felkészülésre van szükség. Ha ennek eleget teszünk az Európai Unió a legjobb eszköz a felzárkózásra. Az eszköz jelleg hangsúlyozása a lehetőségek megléte mellett magában rejti a felkészülés fontosságának, szükségességének üzenetét.

Jövő: Az Európai Unióhoz történő csatlakozás egy folyamat, amely hosszú távon meghatározza Magyarország fejlődését. Annak a felzárkózási folyamatnak a felgyorsítását, de egyben lezárását jelenti, amely a rendszerváltással kezdődött. Nem egyik napról a másikra változtatja meg életünket, de megteremti a biztonságos, nyugodt jövőt, gyarapodást, jólétet gyermekeink számára.

3.2. A tájékoztatásból fakadó üzenet:

Akarj tudni az EU-ról! Az információk elérhetők!

A kommunikációs stratégia feladata, hogy az egyének, a különböző csoportok tájékozottak, felkészültek legyenek az őket érő hatásokról, a csatlakozás lehetőségeiről, következményeiről. A passzív és aktív befogadást egyaránt elő kell segíteniük a KS üzeneteinek. Ezért a KS egyik meghatározó üzenetének éppen az információk elérhetőségét kell bemutatnia, proaktívan választ adva arra a kérdésre, hogy:

Hol tudok tájékoztatást kapni az engem érdeklő és érintő kérdésekben?

Miután az általános üzenetek egyik fő funkciója az, hogy a célcsoport-specifikus üzenetek - amelyek gyakran szakmai információkat, felkészülési feladatokat jelentenek - számára keretet nyújtsanak, ezért az általános üzenetek révén biztosítani kell, hogy aki igényli, az könnyen tudja megismerni és megtalálni az alapinformációknál bővebb több információ elérhetőségét. Az általános üzenetek megfogalmazásakor így törekedni kell a több információ elérhetőségének megismertetésére. A kommunikációs stratégiának a négyirányú decentralizációval biztosítania kell, hogy az információk (a célcsoport-specifikus üzenetek) valóban rendelkezésre álljanak, könnyen hozzáférhetők legyenek minden érintett csoport számára.

3.3. A népszavazás előtti időszak kiemelt üzenete

Neked is döntened kell: Európához akarsz-e tartozni?

A népszavazásból fakadó döntési helyzet külön kiemelt üzenet megfogalmazását teszi szükségessé. Ez a referendum előtti időszakban a központi üzenet rangjára emelkedik.

A csatlakozásról szóló döntést - annak történelmi jelentősége miatt - a társadalom lehető legnagyobb részvételével kell meghozni. A kommunikációs stratégiának ezért mozgósítania kell a tagságról szóló népszavazáson való részvételre. A KS arra buzdítja az állampolgárokat, hogy gyakorolják demokratikus jogukat a történelmi jelentőségű, Magyarország jövője szempontjából döntő fontosságú népszavazáson.

A KS üzenetének hangsúlyoznia kell, hogy mindenki személyes döntésére szükség van. A döntés tétje az, hogy hova tartozzon Magyarország és a magyar állampolgárok. Magyarország ezeréves történelme, kultúrája, gazdasági és emberi kapcsolatai Európához, az európai országok közösségéhez fűzik. A csatlakozásról szóló döntés ennek megerősítéséről szól.

A döntési helyzetből következik, hogy mindenkinek felelősen kell döntést hoznia, ehhez megfelelő tájékozottságra van szükség. Ezért a mozgósítási szakasz kiemelt üzenetét, ahol csak lehet, össze kell kapcsolni az információk elérhetőségét hangsúlyozó üzenettel. A döntési helyzetből fakadó nyitottság a legjobb alkalom, az információk eljuttatására.

4. Az általános üzenetek tematikái

A központi üzenetekhez kapcsolódóan a KS időszakában két általános üzenet-tematika különül el:

A) Az Európai Unió értékei

B) A magyar csatlakozás indokai és hatásai, Magyarország értékei

E két általános üzenet-tematika a lehetőségek, a felkészülés és a jövő központi üzenetének aspektusait bontják ki. Egyfelől megmutatják az EU-tagság érdekeken és érveken nyugvó értékeit. Másfelől bemutatják a magyar csatlakozás motivációit és várt hatásait, Magyarország hozzájárulását a közösséghez az érintettség és érzelmi azonosulás tudatosításával.

4.1. Az Európai Unió értékei

Az Európai Unió céljait, eredményeit, fejlődését és működését bemutató tájékoztató az EU alapértékeinek, továbbá létrehozása, működése motivációinak ismertetésére épül.

Ennek megfelelően az alábbi felsorolás nem a fő ágazati politikák részletes tematikus ismertetésére szolgál, hanem a kommunikálandó fő értékelemeket emeli ki. Az üzenetek mélyebb kibontását, részletes információkká való átfordítását - a négyirányú decentralizáció (VII-X. fejezetek) útmutatásai alapján - a stratégia végrehajtása során, a konkrét kommunikációs tevékenységben kell elvégezni.

- Az EU egységes piac

A kommunikációban az Európai Unió közérthető meghatározása szükséges. Az Európai Unió egységes piac. Ez fő értéke, létrehozásának és működtetésének meghatározó oka, minden egyéb célt átható lényege, ami nem jelent mást, mint a négy szabadság (árak, szolgáltatások, tőke és személyek) tagállamok közötti szabad áramlásának biztosítását. A kommunikációnak kiemelt figyelmet kell fordítania arra, hogy az EU működésének fő célja a belső piaci viszonyok kialakítása a tagállamok között. Az egységes piac működését konkrét példákon keresztül kell szemléltetni, abból a célból, hogy az állampolgárok számára világossá váljon, hogy az egységes piac nem elvont gazdasági fogalom, hanem mindennapjaikat a csatlakozás előtt és után egyaránt közvetlenül érintő, befolyásoló keret. Arra kell törekedni, hogy az EU-ról első helyen ez a meghatározás, és ne az EU pénzeszsák jellege jelenjen meg a magyar állampolgárok számára is. Az egységes piac ismertetésének együtt kell járnia az egységes piacból az állampolgárok számára keletkező többletjogok és új lehetőségek, ugyanakkor az ezzel járó magas követelmények, normák bemutatásával. Emellett arra is fel kell hívni a figyelmet - elsősorban a szakmai körök számára - hogy az egységes piac növekvő gazdasági versenyt és kihívásokat is jelent.

- Az európai kultúra: egység a sokféleségben

Az EU mottója (Unity in Diversity) alapján be kell mutatni, hogy az EU alapértéke a nemzeti identitás, a nemzeti kultúra megőrzése, európai szinten történő kiterjesztése, a különbözőségek révén nyerhető gazdagodás. A kisállamok számára az EU nem a feloldódást, hanem éppen ellenkezőleg, a jobb érvényesülést, a nemzeti érdekek magasabb szinten, regionális egységben történő képviselését teszi lehetővé. A multikulturalizmust mindig a nemzeti identitás megőrzésével, a tolerancia érvényesülésével párhuzamosan kell megjeleníteni. Az európai identitás nem a nemzeti identitás felváltója, alternatívája, hanem azzal párhuzamosan létezik, a két identitás egymást erősítő hatású. Az egyén identitása az egységes Európában a következő, egymásra épülő földrajzi szinteken jelenik meg: kisközösség, régió, ország, eurorégió, Európa. Az EU közös külpolitikáján keresztül a kisállamok is beleszólást nyernek a világpolitika alakításába.

- Az EU eszmék és érdekek közössége

Az EU a tagállamok eszme- és érdekközössége. Erre épül az intézményrendszer, és ebből fakad a döntéshozatal jellege és a konszenzusereső vitakultúra is. Hangsúlyozni kell az európai eszmék (különösen az európai egység gondolat) létét, érvényesülését, az európai politika alakításában játszott szerepét. Az EU döntéshozatala mindig arra törekszik, hogy a lehető legkevesebb érdeket sértse. Éppen ezért fáradtságos, hosszú folyamat a közösségi döntéshozatal, ami mindig a kompromisszumokra épül.

- Az EU a demokrácia új színtere

A demokrácia európai szinten is működik. Az EU állampolgárai ma már jelentős beleszólással bírnak az európai parlamenti választásokon keresztül az EU döntéshozatalába. Az unió tehát nemcsak egységes piac, hanem folytonosan fejlődő, regionális politikai egység is.

- Az EU csökkenti a térségi egyenlőtlenségeket

A gazdasági és szociális kohézió az EU egyik alapértéke. Be kell mutatni, hogy az unió kiemelt feladatának tartja az elmaradott, hátrányos helyzetű vagy hanyatló térségek, országok felemelkedésének, felzárkózásának támogatását. Az ilyenfajta támogatások kihasználásához azonban a régió aktivitása is feltétlenül szükséges. Ugyanakkor hiteles képet kell adni a strukturális fejlesztési tevékenység mértékéről és lehetőségeiről a csodavárás hangulat elkerülése érdekében. Ebben az eddigi EU-tapasztalatok konkrétumainak, tényeinek, trendjeinek ismertetése segít. Jól ismert példák mutathatók be a tagállamokban lezajlott fejlesztésekről, de azt is hangsúlyozni kell, hogy az előcsatlakozási alapokon keresztül már Magyarországon is jelentős fejlesztésekhez járult hozzá az unió. Ezek megsokszorozódására lehet számítani, de a kommunikációs stratégiának hangsúlyoznia kell, hogy a támogatások nem automatikusak, azokat csak sikeres pályázatokkal, jó projektekkel lehet elnyerni.

- Az EU esélyt ad a lemaradóknak

Az EU egyrészt a lemaradó, hátrányos helyzetű régiókat, országokat támogatja, másrészt számos egyéb szociális, környezetvédelmi, oktatási, kulturális programja van, amely segíti a felzárkózást, a hátrányos helyzet felszámolását (például munkanélküliség elleni átképzési programok, környezetvédelmi beruházások, nők egyenjogúságát támogató programok stb. révén).

- Az EU biztonságot nyújt tagjainak

Az EU működésében fontos elem a biztonsági tényező. A szoros európai integráció fórumot teremt a nézeteltérések békés mederbe terelésére, így végleg lehetetlenné teszi a tagállamok közötti háborúkat és megszünteti a nemzeti konfliktusokat is a tagországok között.

- A közös fellépés javítja a közbiztonságot

A bel- és igazságügyi együttműködés javítja a tagállamok belső biztonságát. A közbiztonság ellen ható modern veszélyekkel (például szervezett bűnözés, terrorizmus, ellenőrizetlen migráció, kábítószer-kereskedelem) szemben a tagállamok közösen hatékonyabban tudnak fellépni (például a megfelelő információs technikával biztosított külső határokkal, a rendőrségek közötti szoros együttműködéssel stb.).

- Az EU támogatja a vidéket

Az EU mezőgazdasági politikájában egyre nagyobb hangsúlyt kap a vidék, a vidéken élők érvényesülési lehetőségeinek javítása. A mezőgazdasági támogatásokon túl egyre fontosabb cél az alternatív vidéki gazdasági lehetőségek kialakítása (például a falusi turizmus növelése, biogazdálkodás fejlesztése). Emellett két tényező hangsúlyozására kell törekedni: anyagi biztonság, támogatás a mezőgazdasági termelőknek és a vidék népességének; valamint minőségi élelmiszer a fogyasztónak. Ugyanakkor fel kell hívni a figyelmet arra, hogy a támogatások elnyerése csak az uniós minőségi követelmények betartásával lehetséges.

- Az EU célja több és jobb minőségű munkahely teremtése, a munkavállalók helyzetének javítása

Az EU-ban erős a társadalmi szolidaritás. Központi érték a szociális Európa és a munkahelyek védelme. Az EU az utóbbi időben komoly erőfeszítéseket tett egy szociálisabb és jobban foglalkoztatott Európáért. Be kell mutatni azokat a szociális elveket és értékeket, amelyek az EU-ban általános sztenderdekké váltak, és amelyeket minden állampolgár, minden munkavállaló egyformán élvez az egész unióban. Az EU egyik fő célkitűzése a munkanélküliség elleni küzdelem a tagállamok összefogásával.

- Közös fellépés, tisztább környezet

Környezeti biztonság az EU-ban: Az EU környezetvédelmi politikájának fő célkitűzése az állampolgárok számára egészségesebb életkörülmények teremtése. Az EU által támasztott szigorú környezeti követelmények a levegő, a víz, a természet, a lakóhelyek környezetének védelméért, tisztaságáért az európai polgárok és a globálisan fenntartható fejlődés érdekében születnek.

- Gyors és minőségi közlekedés

Az EU fejleszti az átfogó európai közlekedési hálózatot. Az áruk és személyek szabad áramlásának kulcsa az átfogó európai közlekedési útvonalak, a Transz-Európai Hálózatok megteremtése. Ez az állampolgárok számára gyorsabb, színvonalasabb közúti, vasúti és légi közlekedést tesz lehetővé, és a határok megszűnését a gyakorlatban is kihasználhatóvá teszi. Európa jelenlegi peremvidékeinek összekapcsolása a centrummal kiemelten a magyar állampolgárok érdekeit szolgáló célkitűzés.

- Minőségi áruk és szolgáltatások

Az EU fellép a minőségi termék- és szolgáltatáskínálat érdekében. Az egységes termékszabványok, a szolgáltatás liberalizáció, a fogyasztóvédelem mind olyan tevékenységek, amelyek célja, hogy az állampolgárok minél magasabb minőségű termékekhez és szolgáltatásokhoz jussanak, minél olcsóbban.

- Közös pénz, pénzügyi stabilitás

Az EU ma már valutaunió, amely pénzügyi szabályozóin keresztül stabilitást biztosít tagjai számára. A valutaunió mérete önmagában is hozzájárul a pénzügyi biztonsághoz. Ráadásul az EU és tagjai versenyképesebbé válnak a globális gazdaságban. Eközben az euró segítségével leomlanak a határok, az utazási akadályok, így az integráció a hétköznapi élet minden területén kézzelfoghatóvá válik.

- Az EU folyamatosan fejlődik

A bővítés az EU fejlődésének új szakasza. Az EU-n belüli, az integrációval kapcsolatos társadalmi viták érvényesítésének megismertetése e területen azért fontos, hogy a csatlakozást követően Magyarország és a magyar társadalom minél zökkenőmentesebben tudjon integrálódni az unióba. A csatlakozás előtt pedig így hatékonyabban összehangolható a magyarországi belső és a külső kommunikációs stratégia. A kommunikációs stratégiának be kell mutatnia az EU napirendjén lévő legfontosabb kérdéseket, és ösztönöznie kell a magyar állampolgárok véleményformálását e kérdésekben, amelyek a csatlakozással belső üggyé válnak.

- Az EU követelményeket támaszt tagországaival szemben

A közösségi célok érvényesítése érdekében az EU pontos előírásokat fogalmaz meg tagjai számára. Ez maga a közösségi joganyag, amelyet minden tagállamnak a saját nemzeti jogába kell építenie és alkalmaznia. Az EU-előírások nemcsak a nemzetgazdasági szinten, hanem az állampolgárok mindennapi életében is minden területen jelentkeznek (például a szigorú minőségügyi normák érvényesülése miatt). Ezek betartása, a megfelelés biztosítása közös érdek, ettől működik a közös piac, ami az állampolgárok érdekeit szolgálja.

4.2. A magyar csatlakozás motivációi és hatásai

A kommunikáció akkor szólítja meg sikeresen a magyar társadalmat, az egyes társadalmi csoportokat, egyéneket, ha a csatlakozás indokait (motivációs tényezőit), várt hatásait és az ezekből adódó feladatokat az érintettség (esélyek, lehetőségek, költségterhek, felkészülési feladatok) hangsúlyozásával sikerül bemutatni, és az állampolgárok érzelmileg is azonosulnak az uniós tagsággal. Ez úgy lehetséges, ha a kommunikációban az adott célcsoportokat közvetlenül érintő információkat hangsúlyozzuk. Fontos üzenet, hogy az európai értékekkel történő azonosulás, az európai identitás kialakulása nem a magyar identitás feloldódásával, hanem éppen ellenkezőleg, annak megerősödésével jár.

Az EU-kommunikációban a jövő szempontjait hangsúlyosabban kell megjeleníteni. Jövőorientált kommunikációra van szükség. Az Európához tartozás motivációja mellett kiemelt hangsúlyt kell helyezni azokra az értékekre és érdekekre, amelyek az EU-ban megvannak. Ezek a modern, 21. századi Magyarország számára is kulcsfontosságúak. Emellett ki kell emelni azoknak a speciális magyar értékeknek a fontosságát, amelyekkel Magyarország csatlakozása gazdagítja és erősíti majd az uniót.

A csatlakozás hatásainak minden megjelenési szintjén a kommunikációban érzékeltetni kell a hatások megjelenésének időben elnyúló voltát, a csatlakozás folyamat jellegét. A kommunikációban be kell mutatni az EU-csatlakozásra való felkészülést, és a csatlakozásból származó személyes előnyök és költségek közötti kapcsolatot.

Az alábbiakban összemzeti jellegű, minden állampolgárhoz szóló általános üzeneteket fogalmazzuk meg. Ezek - ugyanúgy, mint az EU alapértékeit bemutató üzenetek - értelmezési keretet adnak a csoportspecifikus üzeneteknek, információknak (lásd XI-XII. fejezet).

- Az EU-tagság rólad szól

A magyar csatlakozás indokainak és várt hatásainak kommunikációjában az egyének és csoportok közvetlen érintettségét és érdekelttségét kell hangsúlyozni. Az, hogy a tagság mindenkit érint, önmagában üzenet. Ennek tudatosítása során ugyanakkor ügyelni kell arra, hogy az a megfelelő információk (az egyént, közösséget érő hatások) ismertetésével vagy ezen információk elérhetőségének megadásával párosuljon, azaz ne kétségeket keltsen, hanem eloszlasson.

- Gazdagítjuk az EU-t

Magyarország nem csak kapni, hanem adni is fog az Európai Uniónak. Magyarország a második legnagyobb és a harmadik legnépesebb a csatlakozó országok közül. A csatlakozással megismertetjük Európával Magyarország kulturális, természeti és emberi értékeit. A magyar tehetség és kulturális hagyomány az Európai Uniót is gazdagítja. A magyar munkaerő kreativitása, képzettsége érték az egyesült Európa számára. Természeti és épített környezetünk világszerte ismert - a Világörökség részét képező - objektumai Európa örökségének közös részei. Kulturális hagyományaink nem vesznek el az unióban, hanem tovább színesítik azt. A magyar nemzeti identitást is erősíteni fogja az a tény, hogy a magyar nyelv is az Európai Unió hivatalos nyelve lesz.

- Magyarország Európához tartozik: Hazaeurópa

Magyarországot történelme, kultúrája, gazdasága, emberi kapcsolatai ezer éve Európához kötik. A csatlakozással Magyarország hazatér ebbe a közösségbe. A tagsággal megmutathatjuk értékeinket. A csatlakozás szorosabbá teszi az európai egységhez, identitáshoz való tartozásunkat, több lehetőséget kínál a magyar nemzeti kultúra, identitás megjelenítésére. Magyarország nemzeti értékei elismerést nyernek, megerősödnek, ezáltal erősödik a magyar identitás és a nemzeti büszkeség.

- Részt veszünk az európai döntésekben

A magyar nemzeti érdekeket európai szinten képviselhetjük. Magyarország egyenjogú partnerként vehet részt az uniós döntéshozatalban, Európa és a világ sorsának alakításában. Alakítóivá válunk azoknak a döntéseknek, amelyekről - mivel Magyarországot sorsa, boldogulása Európához köti minden szálal - ma is függünk, de amelyeket ma nem tudunk befolyásolni. Magyarország a hozzá hasonló népességű országokkal (pl. Belgium, Portugália) azonos beleszólást kap az uniós döntésekbe. Magyarország nemzeti érdekeit közös európai ügyekké teheti, mivel a tagállamok érdekközösséget vállalva segítik egymást érdekeik megvalósításában. Az európai döntéshozatalba a magyar állampolgárok is beleszólhatnak az európai parlamenti választásokon való szavazatukkal. A megalapozott döntést segíti, hogy minden hivatalos EU-dokumentum magyarul is elérhető lesz.

- Magyarország ismertebbé, fontosabbá válik

Azáltal, hogy gazdagítjuk az EU-t, hogy értékeinket bevisszük az unióba, továbbá hogy szavunk lesz a döntésekben, Magyarország tekintélye európai és világszinten is jelentősen növekszik. Az EU mottója az egység a sokféleségben is igazolja, hogy a kisállamok számára az EU nem a feloldódást, hanem éppen ellenkezőleg a jobb érvényesülést, a nemzeti identitás erősödését teszi lehetővé. Ehhez hozzájárul, hogy minden tagország büszkén vállalhatja, hogy egy sikeres uniós részese.

- A magyar nemzet újraegyesül az Európai Unióban

Mint az EU tagja, a határon túl élő magyarok érdekeit Magyarország nagyobb tekintéllyel, határozottabban fogja tudni képviselni. A határon túli magyarok az EU által támogatott közlekedési beruházások (pl. vasútfejlesztés, autópálya-építés) révén pedig fizikailag is közelebb kerülnek az anyaországhoz. Mivel a szomszédos államok közül Szlovákia és Szlovénia Magyarországgal együtt csatlakozik az EU-hoz, és néhány év múlva Románia is tag lehet, az unióban belül létrejöhet a magyarországi nagy részének gazdasági, társadalmi és

kulturális integrációja. Nem lesz határellenőrzés, szabadon közlekedhetünk a szomszédos, magyarok lakta területekre.

- Egyedül nem megy

A csatlakozás döntő jelentőségű Magyarország jövőbeli fejlődése szempontjából. A globalizálódó világban az országok közötti egyre szorosabb regionális együttműködés, az integráció az érvényesülés feltétele. Az Európai Unió a világ legfejlettebb, versenyképes integrációja, és a csatlakozással Magyarország ennek lehet része.

- Az alkalmazkodás Magyarország érdeke

A Magyarország által az EU-tagság érdekében átveendő joganyag, eljárás, egyéb követelmények nem csupán a csatlakozás miatt szükségesek, nem csak azt szolgálják, hanem általában azok átvétele - a tagságtól függetlenül - egyébként is vitális érdeke Magyarországnak, hiszen ezek hozzájárulnak ahhoz, hogy fejlett, jólétben élő állammá váljon. Az EU-s követelményeket idővel akkor is át kellene vennünk, ha nem csatlakoznánk. Most azonban a belépés motivációs tényezőt biztosít, így hamarabb elérhetjük, amire egyébként is szükségünk van boldogulásunkhoz, sőt az EU még jelentős támogatást is nyújt ehhez az alkalmazkodási folyamathoz. Az EU-csatlakozás a lezárása annak az átmeneti időszaknak, amely a rendszerváltással kezdődött. Ezzel egy fejlett ország kereteit megteremtjük. Ezen a szilárd alapon a tagság a nyugodt, biztos építkezést jelenti.

- A problémák megoldhatók

A csatlakozás során szembesülni fogunk nehéz helyzetekkel, feladatokkal, problémákkal. Ezek a csatlakozás alapvetően pozitív folyamatának elkerülhetetlen velejárói. Magyarország azonban sokszor bizonyította már, hogy szembe tud nézni a problémákkal, és sikeresen megoldja azokat.

- A tagság az élet minden területére hatással van

Az EU-tagságból, illetve a tagságra való felkészülésből eredő hatások szoros összefüggésben állnak a 4.1. pontban ismertetett EU-alapértékekkel:

- = Magyarország részese lesz az egységes piacnak. Az egységes piac hatása minden magyar állampolgár, fogyasztó és munkavállaló számára érzékelhető lesz (például a növekvő termék- és szolgáltatásválaszték, növekvő munkavállalási lehetőségek itthon és külföldön).
- = Az európai állampolgársággal minden magyar állampolgár többletjogokat élvez (például az EU-n belüli szabad letelepedés, tanulás, munkavállalás joga, a határok korlátozásmentes átjárhatósága).
- = A csatlakozás eredményeképpen Magyarország részesülhet az EU által nyújtott gazdasági és regionális támogatásokból. Ez lehetővé teszi Magyarországnak az EU-átlaghoz való közelítését, az ország fejlesztését, a különbségek csökkentése, a belső kohézió növelése érdekében.
- = A csatlakozással csökken a nemzeti konfliktusok lehetősége. Az EU Magyarország számára is fórumot teremt a közép- és kelet-európai régió országaival való problémák feloldására. Ugyanakkor az EU a tagjelöltek számára is feltételként szabja a konfliktusok elkerülését és a nemzeti kisebbségek jogainak betartását.
- = A csatlakozással Magyarország határai biztonságosabbá válnak, javul a külső határőrizet. Erősödik a közbiztonság az európai szintű rendőri együttműködés és a szervezett bűnözés (pl. kábítószer-kereskedelem, prostitúció) elleni közös fellépés eredményeképpen.
- = A csatlakozással támogatáshoz jut a magyar vidék. A csatlakozás anyagi biztonságot hozhat a mezőgazdasági termelőknek, hozzájárul a mezőgazdaság és a vidék modernizációjához, ugyanakkor értékeinek megőrzéséhez is.
- = A tagság a magyar állampolgárok számára szilárdabb szociális jogokat, jobb munkakörülményeket biztosít. Nő a nők esélyegyenlősége, erősödik a szociális párbeszéd, nőnek az érdekérvényesítési lehetőségek.
- = Az EU-tagság segíti Magyarországot a tisztább lakó- és munkakörnyezet, minőségi, fenntarthatóbb, jövőorientált életkörülmények kialakításában. Az EU magas környezetvédelmi normákat támaszt, de támogatja is azok feltételeinek megteremtését (például csatornázás, szennyvízelvezetők, hulladékkezelők építésével), hozzájárul a jövő generációinak egészségéhez.
- = Az EU támogatja Magyarország bekapcsolását az európai közlekedési hálózatba, hozzá fog járulni a közúthálózat, a vasúthálózat és a repülőterek fejlesztéséhez. Ennek révén csökkennek a távolságok, közelebb kerülnek hozzánk Európa központi részei, Kelet- és Dél-Magyarország is közvetlenebbül kapcsolódhat be az európai vérkeringésbe.
- = A csatlakozást követően néhány év múlva Magyarországon is bevezetik az eurót. Ez a magyar gazdaság számára pénzügyi stabilitást, az egyén és a család szintjén kiszámíthatóságot, az utazások alkalmával pedig könnyebbé teszi a utazást.

HARMADIK RÉSZ

A VÉGREHAJTÁS FELTÉTELEI

V. A KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA SZAKASZOLÁSA

1. A KS szakaszai

A szakaszok bemutatása előtt azonosítani kell azokat a fontos határpontokat, amelyek befolyással vannak a KS szakaszolására. Ezek a következők:

1. *A csatlakozási tárgyalások lezárásának dátuma:* Magyarország minden bizonnyal a 2002. december 12-13-i koppenhágai csúcson zárja le a tárgyalásokat.

2. *A csatlakozási szerződés aláírásának dátuma:* A 2003. I. félévi görög elnökség tervei szerint a csatlakozási szerződést 2003. április 16-án írják alá.

3. *A magyarországi népszavazás dátuma:* A csatlakozásról szóló népszavazás kiemelkedő dátum a kommunikáció szempontjából. A népszavazásra 2003 tavaszán kerül sor.

4. *A csatlakozás dátuma:* A csatlakozás pontos időpontja előreláthatólag a 2002. decemberi koppenhágai csúcson kerül meghatározásra. 2002 novemberében annyit tudunk, hogy a csatlakozásnak mindenképpen be kell következnie a 2004-es európai parlamenti választások, azaz 2004 júniusa előtt, hiszen az EU célja, hogy azon az új tagállamok már tagként vegyenek részt. A csatlakozás tehát 2004. első félévében valósul meg. Míután a lehető legkorábbi időpont 2004. január 1., ezért a konkrét időpont megjelöléséig, a KS tervezésében ezzel az időponttal kell számolni. A KS végrehajtása során azonban már ismert lesz a konkrét időpont, ezzel megszűnik a kapcsolódó bizonytalanság, így a belépési időpont kérdése nem okoz kommunikációs nehézséget.

5. *Az európai parlamenti választások dátuma:* 2004 júniusában (esetleg májusában), azaz Magyarország csatlakozását követően nagyon rövid időn belül (vagy éppen azzal egy időben) a magyar állampolgárok élhetnek talán legfontosabb uniós jogukkal, megválaszthatják euroképviselőiket. E tény kommunikációs szempontból szimbolikus jelentőséggel bír, amit a KS tervezésekor tekintetbe kell venni. Egyrészt a magyar állampolgárok a választással szentesítik véglegesen Magyarország beépülését az EU intézményrendszerébe, másrészt maguk is alakítóivá válnak Európa jövőjének.

Ezek az időpontok tehát a kommunikációs tevékenység ütemezésének fontos határvonalai, amelyek meghatározzák a KS szakaszait.

A szakaszok ismertetése előtt le kell szögezni, hogy mivel a KS legfontosabb feladata a magyar társadalom felkészítése az ország EU-csatlakozására, ezért a tájékoztatás végigvonul a KS időszakában. A kommunikációs stratégia igazi sikerét az adja, ha Magyarország - és egyben minden állampolgára - felkészülten képes csatlakozni az EU-hoz. Az is fontos tényező, hogy azok a remények, elvárások, amelyek a csatlakozáshoz fűződnek, valóra váljanak, és az állampolgárok semmiképpen se érezzék magukat becsapottnak. Ennek megfelelően a szakaszolásnak túl kell mennie a csatlakozás időpontján.

A KS egész időszakában a kommunikáció alapvető eleme a tájékoztatás. A tájékoztatás szolgálja azt a célt, hogy a magyar lakosság és társadalom különböző csoportjai a lehető legteljesebb mértékben felkészülten várják az ország csatlakozását.

A tájékoztatás folyamata mellett ugyanilyen súllyal bír a tájékoztatói lehetőségek megteremtése. Az érték, érv, érdek és érintettség felismerése, az érzelmi azonosulás révén mind nagyobb szükség van egyéni tájékoztatói lehetőségek biztosítására.

Míután a csatlakozás megvalósulásához és sikeréhez elengedhetetlen az állampolgárok hozzájárulása és közvetlen részvétele, a népszavazáshoz és az európai parlamenti választásokhoz kapcsolódóan szükség van az állampolgárok részvételét ösztönző mozgósításra, a személyes azonosulás elősegítésére. A népszavazáson sorra kerülő egyéni döntési helyzet szükségképpen megkívánja az állampolgárok érzelmi elköteleződését. A mozgósítást is fel kell ugyanakkor használni a tájékoztatásra és a tájékoztatói lehetőségek megismertetésére. A mozgósítás és a tájékoztatás így egymást kiegészítve biztosítják a sikeres csatlakozást.

Míndezek alapján a tájékoztatói kommunikációs tevékenység alábbi tagolására nyílik lehetőség.

1. szakasz: Tájékoztatás - mozgósítás előkészítése

- kezdési időpont: 2002. december 1. (folyamatosan kapcsolódik a jelenleg is zajló kommunikációhoz, de intenzív, az egész társadalmat megszólító tájékoztatás indul, a népszavazás közeledte miatt megkezdődik a mozgósítás kommunikációs előkészítése is)

- lezárási időpont: a népszavazást megelőzően 6 héttel, innentől kezdve a hangsúly áthelyeződik a népszavazásra

- cél: átfogó tájékoztatás, felkészítés, és az elmélyült tájékozódás lehetőségeinek megismertetése

- eszközei: a kommunikáció széles eszköztára

- jellemzői: korrekt, kiegyensúlyozott, sokirányú, szakszerű, az általános üzenetek keretében helyezett általános és célcsoport-specifikus tájékoztatás

2. szakasz: Mozgósítás (és tájékoztatás)

- kezdési időpont: a népszavazást megelőzően 6 héttel
- lezárási időpont: a népszavazás időpontja
- cél: a minél nagyobb arányú részvétel, a minél erősebb személyes azonosulás érdekében kifejtett mozgósítás, a szavazási szándékukban és a részvételükben bizonytalanok megszólítása (valamint a mozgósítás lehetőségét felhasználva az információhordozók, az információs források megismertetése)
- eszközei: a kommunikáció széles eszköztára, kibővítve a reklám eszközeivel
- jellemzői: a központi üzenetet, a döntési helyzet fontosságát hangsúlyozó, személyre szóló, ha szükséges provokatív, figyelemfelkeltő, érzelmi elköteleződést ösztönző (a tájékoztatási tevékenység nem szűnik meg, párhuzamosan zajlik!)

3. szakasz: Tájékoztatás - csatlakozás előkészítése

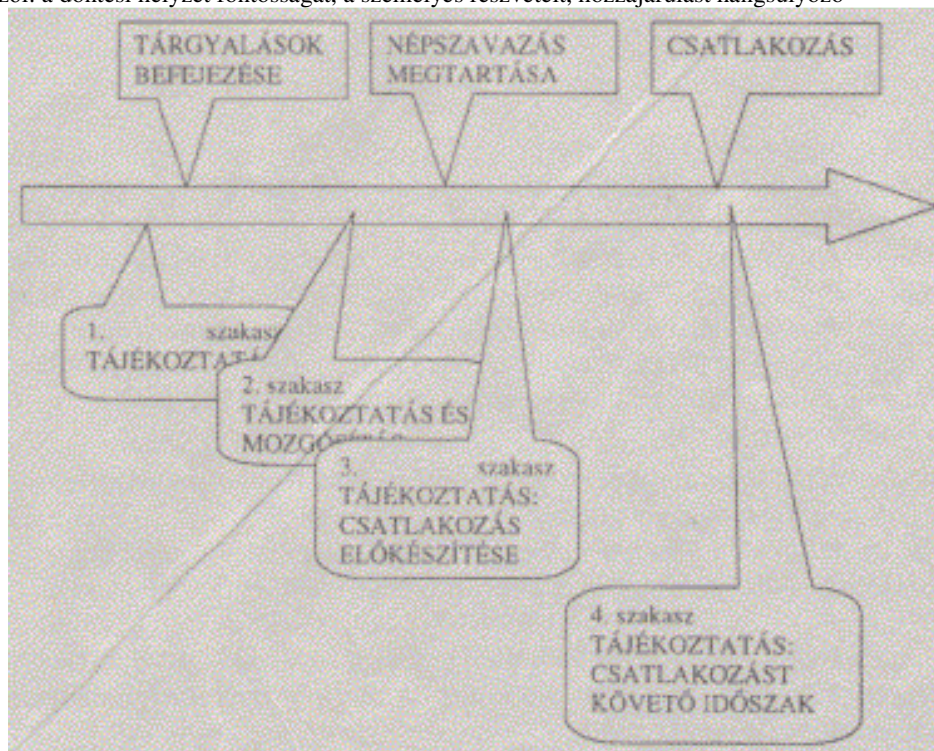
- kezdési időpont: a népszavazást követően
- lezárási időpont: a csatlakozás időpontja
- cél: az ugrásszerűen jelentkező kérdésekre interaktív módon legyen képes válaszolni, képes legyen megteremteni az egyénekre, csoportokra szabott tájékozódás lehetőségét
- eszközei: a kommunikáció széles eszköztára
- jellemzői: a részletekbe menő, interaktív szakmai és egyéni kommunikáció, alapvetően decentralizált formában, célcsoport-specifikus üzenetekre épülve

4. szakasz: Tájékoztatás - csatlakozást követő időszak

- kezdési időpont: a csatlakozást követően
- lezárási időpont: nincs, a tájékoztatás fenntartására tagállamként folyamatosan szükség van
- cél: minél hatékonyabban elősegíteni a minden állampolgárt, csoportot érintő alkalmazkodást, integrálódást
- eszközei: a kommunikáció széles eszköztára
- jellemzői: a kívülről jövő kezdeményezéseken, visszajelzéseken alapuló szakmai és egyéni kommunikáció oly módon, hogy az EU-kommunikációs tevékenység tagságunkból természetesen adódó cselekvésforma legyen (bizonyos kiemelkedő fejleményekhez kötődően ilyenkor is szükség lehet intenzív, proaktív kampányjellegű tájékoztatásra, pl. a schengeni övezetbe vagy az eurózónához történő csatlakozáskor)

4.a szakasz: Európai parlamenti választásokra történő mozgósítás

- kezdési időpont: két-három hónappal a választások előtt
- lezárási időpont: a választások időpontja
- cél: a minél nagyobb arányú részvétel érdekében kifejtett pártatlan állampolgári mozgósítás
- eszközei: a kommunikáció széles eszköztára, társadalmi célú reklám
- jellemzői: a döntési helyzet fontosságát, a személyes részvételt, hozzájárulást hangsúlyozó



2. Éves akciótervek

A KS többéves, középtávú kommunikációs stratégia. Ennek keretében a Közalapítvány EU Kommunikációs Központjában a KS Szakértői Műhely és külső szerződő partner(ek) bevonásával éves akcióterveket kell készíteni.

Az éves akciótervek

- meghatározzák az adott évre, illetve kommunikációs szakaszokra a fontosabb kommunikációs tevékenységeket (kiemelten tagoltnak kell lennie a 2003-as év tervének, amelyben három kommunikációs szakasz is van);

- költségvetési tervet rendelnek a kommunikációs tevékenységek mellé;

- a visszajelzési eszközök (pl. közvélemény-kutatás, médiaelemzés, monitorozás) eredményein alapulnak;

- tekintetbe veszik a stratégia alkalmazásának megkezdése óta eltelt, illetve az előző évben zajlott, a kommunikációt befolyásoló egyéb változásokat;

- hasznosítják a Közalapítvány EU Kommunikációs Központja által készített beszámolókat;

- konkrétan támaszkodnak az egyes kommunikációs projektek eredményeire;

- tekintetbe veszik a kormányzat kommunikációs munkamegosztásának tapasztalatait, a társtárcák projektjeinek eredményeit;

- előzetes információcsere és egyeztetés alapján összhangban állnak a társtárcák és más kormányzati szereplők kommunikációs terveivel;

- magukban foglalják az akcióterv társadalmi vitáján elhangzott hatékony javaslatokat; ezen belül különösen

- = válaszolnak a szakmai, érdek-képviselői és civil szervezeteknek a felkészüléssel kapcsolatos kommunikációs igényeire,

- = tekintetbe veszik a közvetítő csoportoktól, társadalmi véleményformálók (többek között újságírók, tanárok, kutatók, egyházi személyek) részéről érkező visszajelzéseket.

3. A kommunikációs stratégia nyilvánossága

A KS fő célja a magyar társadalom, a magyar gazdaság EU-tagságra való hatékony felkészülésének és a magyar tagsággal való azonosulásának elősegítése. A magyar társadalom sikeres EU-tagságra való hatékony felkészülése nemzeti érdek. A felkészülés sikere jelentős mértékben azon múlik, mennyire sikerül tudatosítani az egyes társadalmi csoportokban az érintettség érzését. Az aktív felkészülés biztosíthatja azt, hogy a magyar társadalom élni tudjon a tagság által nyújtott lehetőségekkel, esélyekkel, s a gazdaság szereplői versenyképesek maradjanak az egységes piacon.

A KS szövegét sikerre vitele érdekében az érintettekkel meg kell ismertetni, és biztosítani kell a benne foglaltak társadalmiasítását. A KS szövegét ezért nyilvánossá kell tenni, és el kell juttatni az EU-csatlakozási kommunikációban részt vevő intézményeknek és társadalmi partnerszervezetnek:

- valamennyi minisztériumnak és kormányzati szervezetnek,

- az Országgyűlésnek,

- a megyei és helyi önkormányzatoknak,

- az Európai Bizottság Magyarországi Delegációjának,

- az EIP-knek,

- a fontos szakmai, érdek-képviselői és civil szervezeteknek,

- a fontos közvetítő, társadalmi véleményirányító csoportoknak (pl. újságírók, tanárok, egyházi vezetők).

A dokumentum megismertetése már önmagában is az EU-tudatosság növekedését, a csatlakozás fontosságának felismerését, a lehetséges partnerszervezetek tájékoztatási felelősségének tudatosítását, és a csatlakozással kapcsolatos kommunikációs prioritások kijelölését szolgálja. Ahhoz, hogy a KS céljait valamennyi érintett partner, szereplő elfogadja, s a velük való azonosulás alapján aktívan közre tudjon működni a felkészülésben, meg kell ismernie a dokumentumot. A KS dokumentumnak ezért nyilvánosnak kell lennie. A KS nyilvánosságra hozása a hatékony végrehajtás feltétele.

VI. A KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA VÉGREHAJTÁSÁNAK SZERVEZETE

A kommunikációs stratégia sikere javarészt attól függ, hogy felhasználója képes-e hatékony szervezeti modellt találni a stratégia kivitelezéséhez. A modell sikerességének két alapfeltétele van:

- Egyrésztől biztosítani kell, hogy minden az integrációs tájékoztatásba bekapcsolódó intézményen belül (szaktárcák, megyei közgyűlések, önkormányzatok, szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek stb.) olajozott és hatékony legyen a munkakapcsolat a politikai és/vagy szervezeti döntéseket meghozó vezető személyiségek és azok között, akik a kommunikációs feladatokkal járó munkát naponta elvégzik.

- Másrészt ki kell alakítani a kormányzati, regionális, civil és szakmai-érdek-képviselői szervezetek és multiplikátorcsoportok közötti hatékony munkamegosztás és koordinált, egymásra épülő decentralizált tájékoztatás rendszerét.

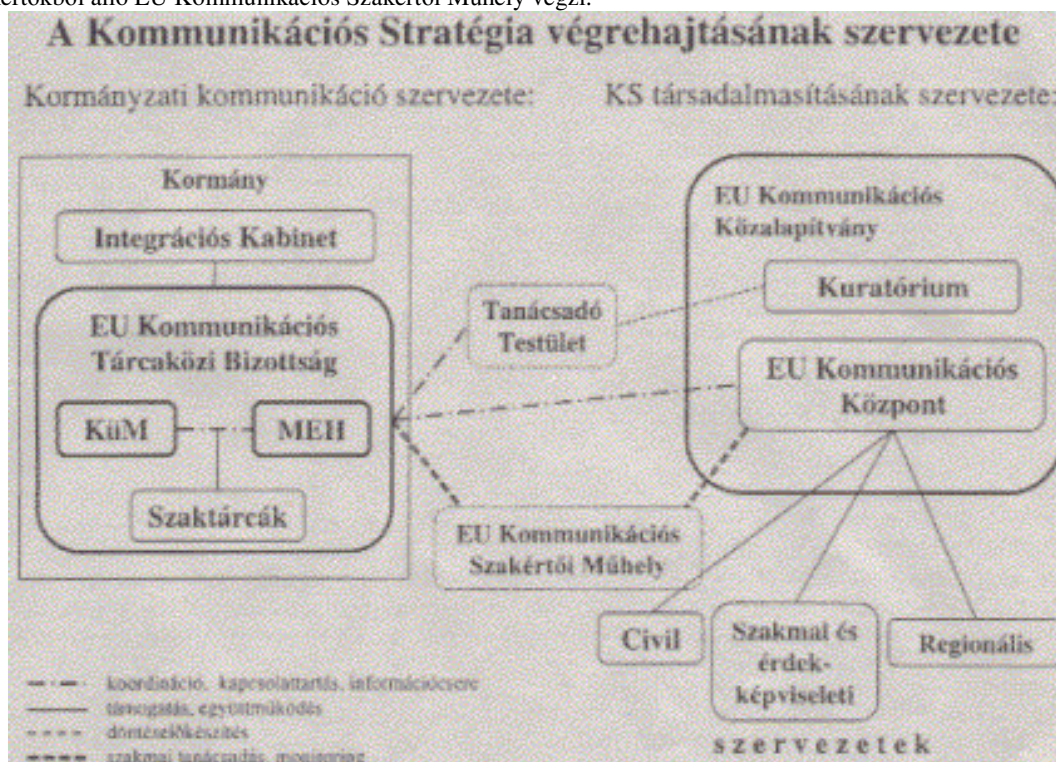
A decentralizált megközelítés nemcsak a kommunikációs stratégia végrehajtását, hanem annak irányítását is jellemzi. A központi koordinációért három intézmény felel:

- Az EU Kommunikációs Közalapítvány alatt felállítandó EU Kommunikációs Központ felelős a stratégia társadalmasításáért (a szakmai-érdek-képviselői, civil, területi decentralizációért) és a népszavazásra való felkészülés irányításáért. Az EU Kommunikációs Közalapítvány célja, hogy aktív partnerként bevonja a kommunikációba és támogassa a szakmai és a civil szféra legfontosabb ernyőszervezeteit, a közigazgatás és az EU-tájékoztatás regionális szintjein elhelyezkedő intézményeket és a széles lakossági tájékoztatást végző legfontosabb multiplikátorcsoportokat.

- Az EU Kommunikációs Tárcaközi Bizottság szolgálja a stratégia kormányzati végrehajtását, és ennek érdekében a szaktárcák EU-kommunikációjának összehangolását. A szaktárcák felelősek a saját területükön működő speciális civil, szakmai-érdek-képviselői és regionális szervezetekkel, valamint multiplikátorcsoportokkal való kapcsolattartásért, célcsoportjaik integrációs felkészülését segítő munkájuk támogatásáért.

- A Külügyminisztérium koordinálja egyrészt a kifelé irányuló integrációs kommunikációt, azaz Magyarország bemutatását az EU intézményei, tagországai és lakossága felé; másrészt a befelé irányuló kommunikáció terén a Külügyminisztérium irányítja a tájékoztatást a magyar csatlakozási folyamatról (a csatlakozásról és annak feltételeiről).

A Közalapítvány Kuratóriuma szakmai munkájának tartalmi meghatározását, a döntések előkészítését a Kormány által kinevezett Tanácsadó Testület segíti. A kommunikációs stratégia végrehajtásának szakmai monitoringját és a Közalapítvány EU Kommunikációs Központja munkájának szakmai támogatását a külső szakértőkből álló EU Kommunikációs Szakértői Műhely végzi.



1. Az EU Kommunikációs Közalapítvány (EUKA)

Magyarország egészének integrációs felkészülését leghatékonyabban a kommunikációs stratégia decentralizálása és társadalmasítása segíti. A kommunikációs központ kormányzati hierarchiába történő betagolása a döntéshozatal lassulásával járna. A külön erre a célra felállított EU Kommunikációs Közalapítvány a rugalmas döntéshozatal mellett lehetővé teszi azt is, hogy a KS koordinálását kifejezetten erre a célra felvett kommunikációs, szakmai-érdek-képviselői és civil szakértők és projektmenedzserek végezzék a más jellegű feladatokhoz szokott államigazgatási apparátus helyett. A teljes kommunikáció külső szerződő cégre bízása szintén problémákat vetne fel. A külső, profitorientált végrehajtó elsődleges célja a projekt lebonyolítása és nem feltétlenül a KS céljainak következetes végrehajtása.

A KS végrehajtása során olyan struktúrát kell létrehozni, amely kiiktatja az említett hátrányokat, ugyanakkor ötvözi a külső szerződők alkalmazásából, illetve a MeH és a szaktárcák közvetlen részvételéből származó szakmai előnyöket. Ennek megoldását biztosítja az EU Kommunikációs Közalapítvány (és azon belül az EU Kommunikációs Központ) létrehozása, amely a Miniszterelnöki Hivatal mellett, de önálló szervezeti egységként koordinálja a KS társadalmisításából és a népszavazásra való felkészülésből adódó feladatok végrehajtását.

A KS társadalmisítása érdekében a végrehajtás során mindvégig biztosítani kell a teljes körű nyilvánosságot, az állampolgári szintű betekintést az EUKA által kötött együttműködési megállapodásokba, szerződésekbe, a pályázatások minden szakaszában. A nyilvánosság garanciája mellett biztosítani kell az EUKA működésében és a partnerszervezetekkel való kapcsolattartásban a bürokráciamentességet.

1.1. Az EU Kommunikációs Közalapítvány Kuratóriuma

A Közalapítvány vezetői testülete a Kuratórium, amely a következő feladatokat látja el:

- Irányítja a kommunikációs stratégia végrehajtását.
- Meghozza a kommunikációs kezdeményezések tervezésével és végrehajtásával kapcsolatos stratégiai döntéseket.
- Felügyeli az EUKK munkáját (lásd az 1.3-1.4-es pontokat).
- Felügyeli a népszavazásra való választói mozgósítást.
- Kialakítja és koordinálja a Közalapítvány kapcsolatait az Országgyűléssel, a pártokkal, valamint az egyházakkal.
- Folyamatos kapcsolatot tart fenn és konzultál a Tanácsadó Testülettel.
- Kialakítja és koordinálja a Közalapítvány nemzetközi kapcsolatait.

1.2. Az EU Kommunikációs Közalapítvány Tanácsadó Testülete

A Tanácsadó Testület a Közalapítvány Kuratóriuma szakmai munkájának tartalmi meghatározásában, a döntések előkészítésében vesz részt. A Tanácsadó Testületben - többek között - részt vesznek a Miniszterelnöki Hivatal Kül- és Biztonságpolitikai titkársága, a MeH Kormányzati Informatikai és Társadalmi Kapcsolatok Hivatala és a Külügyminisztérium magas rangú képviselői. Bár a Tanácsadó Testület elsősorban a Közalapítvány Kuratóriumának munkáját segíti, a Testület kapcsolatot tart fent és segíti az információcserét az EU Kommunikációs Tárcaközi Bizottsággal is.

1.3. Az EU Kommunikációs Központ (EUKK) létrehozásának szükségessége

Az EU Kommunikációs Közalapítvány és EU Kommunikációs Központ önálló szervezeti egységként való működtetése a következő előnyökkel jár:

- A munkatársi kör kiemelhető az államigazgatás más célra szerveződő, hagyományos szakértői apparátusából.
- A Központ munkatársait nem a hagyományos, az államigazgatásban megszokott felvételi kritériumok alapján lehet toborozni, hanem a célfeladatokra lehet megfelelő képezésű szakembereket alkalmazni (pl. kommunikációs, PR, média, társadalomkutató szakemberek).
- A Központ munkatársait ez esetben nem a hagyományos államigazgatási karrier, hanem az EU-kommunikációból adódó kihívások motiválnák munkájuk során.
- A csatlakozásra és népszavazásra való felkészülés, majd a csatlakozást követően a tagsággal járó feladatokhoz történő alkalmazkodás speciális feladatainak függvényében lehetőség nyílik nagyobb létszámú szakértői csoport szervezeti integrációjára, tevékenységének hatékony koordinációjára, irányítására.

1.4. Az EUKK feladatai

Az EU Kommunikációs Központ tevékenysége a KS végrehajtásának központi eleme. A Központ feladata a KS végrehajtásának társadalmisítása és koordinálása, valamint a csatlakozás ügyében rendezendő népszavazásra való mozgósítás.

Ezen belül a Központ végezi a következő feladatköröket:

- A szakmai-érdek-képviselői szervezetekkel (kiemelten a meghatározó gazdasági jelentőségűekkel), a szociális partnerekkel (munkáltatói és munkavállalói érdekképviselőkkel) és a civil szervezetekkel való kapcsolatok koordinálása, kezdetben ezen kapcsolatrendszer működtetésének kialakítása, kommunikációjuk támogatása. (E kapcsolatok beazonosításához és kiépítéséhez a Nemzeti Fejlesztési Terv Hivatalának adatbázisa és kapcsolatrendszere értékes forrást biztosít.)
- A területi közigazgatási szintekkel (megyei közgyűlések, önkormányzatok) és a megyei Európai Információs Pontokkal való kapcsolat tartása, kommunikációjuk segítése és koordinálása.
- Multiplikátor csoportok felé irányuló kommunikáció koordinálása, különös tekintettel a sajtóra.
- Folyamatos kapcsolattartás és koordináció az Európai Bizottság Delegációjával a KS végrehajtásáról; a kommunikációs projektek egyeztetése.
- Egyéb kommunikátorokkal való kapcsolattartás, tevékenység egyeztetése.
- Projektmenedzsment: Világosan körül kell határolni, hogy melyik terület melyik projektmenedzserhez tartozik, aki felelős, ugyanakkor önállósággal bír adott projektért. Feladatok: a KS projektjeinek koordinálása,

kiszerezés esetén a partnerekkel való kapcsolat tartása, menedzseri és monitorozási feladatok ellátása. (A felmerülő feladatok jellegéből és kiterjedtségéből következően megkerülhetetlen külső szerződő partnerek alkalmazása, megbízása. A kiszerezésnek ugyanakkor célszerű projektorientáltnak lennie, azaz különböző projektekre bontva kellene igénybe venni azon külső szervezetek szolgáltatásait, amelyek adott feladatot a legjobban és a költségeket tekintve leghatékonyabban tudják megvalósítani.)

- Rendezvényszervezési támogatás nyújtása a stratégia megvalósításába bevont partnerszervezeteknek. E célra biztosítani kell egy széles körű rendezvényszervezői tapasztalatokkal rendelkező, könnyen mozgatható, gyorsreagálású egységet, amely segíti szakmai-érdek-képviselői, civil és regionális szervezeteket, a szociális partnereket és az önkormányzatokat a rendezvények helyszíni megszervezésében. Ez a csapat lehet az EUKK része, vagy azzal szorosan együttműködő külső partnerszervezet.

- A népszavazási mozgósító kampány koordinálása. Ennek keretében a széles lakosság és egyes nagy társadalmi csoportok megszólítása, érdeklődésének felkeltése.

- Információs anyagok kidolgoz(tat)ása és terjesztése a partnerszervezetek és a lakossági csoportok körében.

- A kommunikációt segítő szakértői és EU-információs adatbázisok kidolgoz(tat)ása.

- A népszavazás előtti időszakban a társadalmi mozgósítást segítő akciók koordinálása.

- A KS projektjeinek előkészítése, tervezése.

- A KS éves akciótervei elkészítésének koordinálása (az EU Kommunikációs Szakértői Műhely és a Tanácsadó Testület közreműködésével).

- Pályázatírási képzés szervezése a szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek, valamint a regionális és helyi önkormányzatok számára (áttekintés pályázati forrásokról, pályázatírási készségek fejlesztése)

1.5. Az EUKK összetétele

Az EU Kommunikációs Központ élén kommunikációs tapasztalatokkal és érzékkel bíró, az EU-t jól ismerő dinamikus, vezetői képességekkel rendelkező szakembernek kell állnia, munkatársai között pedig EU-integrációs, kommunikációs, PR és média szakembereknek egyaránt kell lenniük, továbbá célszerű legalább egy, a gazdasági szférát jól ismerő szakértő alkalmazása is.

A Központ vezetőjét és munkatársait nyílt pályázat alapján kell kiválasztani. Természetesen figyelembe kell venni, hogy a szakértő, a MeH, illetve különböző integrációs tájékoztatással hosszabb idő óta foglalkozó üzleti, szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek e területen már tapasztalatokat szerzett munkatársai megszerzett gyakorlatuk és ismereteik alapján előnyt élveznek. Az új munkatársak felvételének célja a kommunikációs és menedzsment kapacitás emelése. A Központ vezetői posztjára pályázóknak pályázatukkal együtt részletes szakmai koncepciót is be kell nyújtaniuk.

A Kommunikációs Központ munkáját az EU Kommunikációs Szakértői Műhely tanácsokkal segíti, a használt visszajelzési eszközök nyújtotta eredmények értelmezésével a munkát értékeli, és szükség esetén módosítási javaslatokat tesz. (A visszajelzés lehetséges mechanizmusairól részletesebben lásd a Függelék, az EU Kommunikációs Szakértői Műhelyről jelen fejezet 5. pontját.)

A Központ munkatársainak szakmai és kommunikációs képzését folyamatosan biztosítani kell. Számukra nemcsak az integrációs képzéseket, hanem speciális (pl. PR, média, kommunikációs, társadalomkutatási) képzési programokat is elérhetővé kell tenni.

2. Az EU Kommunikációs Tárcaközi Bizottság (EUKTB)

Több szaktárca folytat saját területén az EU-csatlakozásra felkészítő kommunikációt költségvetési források felhasználásával. E tevékenységek koordinációjára fel kell állítani az EU Kommunikációs Tárcaközi Bizottságot. Az EU Kommunikációs Tárcaközi Bizottság feladatai a következők:

- A tárcaszintű kommunikációs stratégiák kialakításának és végrehajtásának felügyelete.

- A Kormány rendszeres tájékoztatása a kommunikációs stratégia alakulásáról.

- A különböző minisztériumokban folyó EU-kommunikációs munka hatékony koordinációja. A szaktárcákkal, kormányzati szervekkel (kiemelten az EU-s és kommunikációs egységekkel, valamint a civil kapcsolatokat felelős részlegeikkel) való kapcsolatok koordinálása, kezdetben ezen kapcsolatrendszer és információáramlás működtetésének kialakítása, valamint kommunikációjuk segítése.

- Rendszeres tartalmi információcsere, egységes üzenetek kialakításának elősegítése.

- Közös projektek és közös finanszírozás tervezése.

- A két- és többoldalú együttműködés rendjének megállapítása, a különböző intézményeknél dolgozó projektvezetők együttműködésének kialakítása.

A Bizottság elnöke a Miniszterelnöki Hivatal Kormányzati Informatikai és Társadalmi Kapcsolatok Hivatalának vezetője, társelnökei a Külügyminisztérium illetékes államtitkára, a MeH koalíciós együttműködésért felelős politikai államtitkára, valamint a MeH Kormányzati Kommunikációs Központjának vezetője. A Bizottság titkársági feladatainak ellátását a Miniszterelnöki Hivatal biztosítja.

Az EUKTB állandó tagjai a következők:

- A tárcák EU-kommunikációjáért felelős szervezeti egységek vezetői.

- A MeH Kormányzati Stratégiai Elemző Központjának vezetője.

- A MeH Nemzeti Fejlesztési Terv és EU-támogatások Hivatalának kommunikációs elnökhelyettese.
Az EUKTB ülésein állandó meghívottként jelen van az EU Kommunikációs Közalapítvány vezetője.
A EUKTB legalább kéthavonta ülésezik. Az EUKTB ülései mellett a kommunikáció tárcák közötti munkamegosztásából adódó kérdéseket a közigazgatási államtitkári üléseken is napirendre kell tűzni.

3. A Külügyminisztérium és a szaktárcák szerepe az EU-tájékoztatásban

A Külügyminisztérium kiemelt szerepet tölt be az EU-kommunikációs stratégia végrehajtásában. Egyrészt a Külügyminisztérium irányítja Magyarország külső kommunikációját az EU intézményei, tagországi és társadalmi felé. E téren szerzett tapasztalatai a belső kommunikációs stratégiában is hasznosíthatóak. Másrészt az 1990-es évek közepe óta a Külügyminisztérium a magyar csatlakozási folyamatról szóló belső tájékoztatás szakmai felelőse. Speciális külpolitikai, diplomáciai és integrációs szaktudásának megfelelően a Külügyminisztérium a legalkalmasabb arra, hogy a csatlakozás folyamatáról, a csatlakozási tárgyalások következményeiről és a csatlakozás általános feltételeiről szóló tájékoztatást koordinálja. Ezt a munkát egészíti ki a többi szaktárca tájékoztatása az EU-csatlakozás saját területét érintő vonatkozásairól.

A minisztériumok feladatai a következők:

- A területükön aktív legfontosabb szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetekkel való kapcsolatok koordinálása, kezdetben ezen kapcsolatrendszer működtetésének kialakítása, kommunikációjuk támogatása.
- A területükön aktív multiplikátorcsoportok felé irányuló kommunikáció koordinálása, különös tekintettel a sajtóra, kezdetben ezen kapcsolatrendszer működtetésének kialakítása, kommunikációjuk támogatása.
- A területükön aktív egyéb kommunikátorokkal való kapcsolattartás, tevékenység egyeztetése.
- A minisztériumok szervezetén belül a kommunikációs stratégiával összefüggő feladatok koordinálása, az információáramlás megfelelő struktúrájának kialakítása és működtetése (különös tekintettel az EU-integrációs és kommunikációs részlegekre), a minisztérium felső vezetésének tájékoztatása, a felsővezetők kommunikációjának támogatása.

Az EU-tájékoztatásért felelős részleg(ek) és a minisztériumok felső vezetése között olyan szervezeti kapcsolatot kell kialakítani, amely egyrészt lehetővé teszi, hogy az EU-tájékoztatás felelőse megfelelő segítséget tudjon nyújtani a felsővezetők EU-s kommunikációjához és döntéseik előkészítéséhez, másrészt biztosítja, hogy a vezetők egyszerű és gyors döntéshozattal tudják támogatni a stratégia zökkenőmentes végrehajtását.

4. Az EU Kommunikációs Szakértői Műhely

A KS összetettségéből és kiterjedtségéből fakadóan szükség van arra, hogy működése folyamatos külső szakmai monitoringnak legyen alávetve.

Az EU Kommunikációs Közalapítvány szakmai munkáját a külső szakértőkből álló EU Kommunikációs Szakértői Műhely értékeli és támogatja.

A szakértői monitoringot végző szervezet az EU Kommunikációs Közalapítvány, a MeH, a Külügyminisztérium és a többi szaktárca személyi állományától független társadalomtudósokból, EU-integrációs szakértőkből és kommunikációs szakemberekből áll, akik a KS-t minden elemében átlátják, jól ismerik, azzal azonosulni tudnak.

A Szakértői Műhely feladata a kommunikációs stratégia végrehajtásának szakmai támogatása, a döntési javaslatok véleményezése, a megtett lépések értékelése, valamint a Közalapítvány kommunikációs munkájának segítése. A Szakértői Műhely nyomon követi, hogy a végrehajtás valóban a KS célkitűzéseinek megfelelően történik-e. Emellett szakmai segítséget nyújt a KS aktualizálásához, illetve az egyes kommunikációs szakaszokra vonatkozó, valamint éves és akciótérvek elkészítéséhez.

A Szakértői Műhely említett formában való létrehozása és működtetése azzal az előnnyel jár, hogy folyamatosan monitorozza a stratégia végrehajtását és további tervezését.

5. Munkaszervezés a KS központi koordinációját végző szervezetek között

Előzetes megbeszélések

A KS végrehajtásának megkezdése előtt előzetes megbeszéléseket kell tartani a tárcák illetékes vezetőivel és EU-integrációs és kommunikációs részlegeik képviselőivel, valamint az Európai Bizottság Magyarországi Delegációjával. Ezek a megbeszélések több célt szolgálnak: felhívják a figyelmet a stratégia létre és értelmére, tájékoznak az adott vezetők kommunikációs igényei felől, és összegyűjtik a kommunikáció terén (pl. a Külügyminisztériumnál és a Delegációnál) eddig felgyülemlett tapasztalatokat.

Negyedéves tájékoztatók

Az EU Kommunikációs Közalapítvány EU Kommunikációs Központja és az EU Kommunikációs Tárcaközi Bizottság a kommunikációs stratégia teljes körű működésének idején legalább negyedévente tájékoztatót tart, ahol együtt vannak jelen az első lépésben azonosított fontos vezetők, az EU-tájékoztatásba bevont legfontosabb szakmai-érdek-képviselői, civil és regionális szervezetek vezetői, valamint a stratégia végrehajtását segítő külső

szakértők (az EU Kommunikációs Szakértői Műhely tagjai). Ezek az értekezleteken az EU Kommunikációs Központ és az EU Kommunikációs Tárcaközi Bizottság tájékoztatást ad a vezetőknek és kikéri véleményüket:

- a friss közvélemény-kutatási eredményekről;
- az új kommunikációs kihívásokról;
- a kihívások kezelésére alkalmas megoldásokról;
- a kommunikációs stratégia egészének előrehaladásáról;
- a jelentősebb további lépésekről.

A negyedéves tájékoztatókon konstruktív eszmecsere kerülhet sor, amelynek köszönhetően mind a vezetők, mind pedig a kommunikációs csapat közösen értelmezhetik a teendőket.

Havi értékelés és tájékoztatás

Az EU Kommunikációs Központ és a Tárcaközi Bizottság minden hónap végén rövid tájékoztatót készít, amelyben áttekintést ad az összes kommunikációs tevékenységről. Ezek a rövid tájékoztatók gondoskodnak arról, hogy a vezetők szem előtt tartsák a kommunikációs kérdéseket, továbbá értékes hivatkozási alapként hasznosíthatóak a negyedéves tájékoztató értekezleteken. A tájékoztatókat - jóváhagyásukat követően - meg kell küldeni a MeH és a szaktárcák EU-, illetve kommunikációs részlegeinek, az Európai Bizottság Magyarországi Delegációjának, a külső szakértőknek, valamint a tájékoztatásba bevont legfontosabb partnerszervezeteknek is.

Rendszeres társadalmi konferenciák a KS végrehajtásáról

A KS decentralizációjának és társadalmiasításának jegyében az EUKK rendszeresen társadalmi konferenciákat szervez az EU-kommunikációról. Ezek az EU-kommunikációban részt vevő társadalmi szereplők - civil, szakmai, érdek-képviselői szervezetek, tudományos kutatók, pedagógusok, újságírók és más közéleti személyiségek - elemzik a KS tapasztalatait szakterületükön és a társadalom egészében.

6. Külső szerződő partnerek alkalmazása

6.1. A külső támogatás értéke

A KS egyes feladatainak végrehajtásában célszerű, hogy az EU Kommunikációs Közalapítvány és a minisztériumok EU-kommunikációval foglalkozó egységei külső szerződéses partnereket alkalmazzanak.

A külső kommunikációs támogatás értékes lehet, mert

- az országos és helyi kommunikációs környezetet jól ismerő, a speciális feladatokra képzett kommunikációs szakértők révén szakismereteket biztosít;
- a helyi médiákkal és program szempontjából fontos, más közönségcsoportokkal új kapcsolatokat létesít;
- a kormányzaton kívül dolgozók objektív hozzáállását és külső szempontjait hozza magával;
- az emberi erőforrásokkal való rugalmas gazdálkodást biztosít a projektek számára, ami a csatlakozás közeledtével, majd különösen a mozgósítási szakaszban egyre fontosabbá válik.

E tevékenységekbe indokolt bevonni külső kommunikációs szakértőket. A külső szerződő partnerek alkalmazása azért is fontos, mert az EU-csatlakozás a politikai rangsorban nagyon előkelő helyen áll. Ezért az EU-kommunikációban főszerepet játszó politikai döntéshozókat és közigazgatási tisztviselőket a kommunikáció, a PR, a reklám és a társadalomkutatás területén járatos szakembereknek folyamatosan segíteniük kell.

- Az EU Kommunikációs Közalapítványnak és a minisztériumok kommunikációs egységeinek aligha lesz megfelelő és eléggé rugalmas stábjá, amely az összetett kommunikációs stratégiával együtt járó rengeteg feladatot képes naponta ellátni.

- Noha a stratégiai ellenőrzésének és az általános felelősségnek nyilvánvalóan az EU Kommunikációs Közalapítványnál és a minisztériumoknál kell maradnia, a mechanikus és technikai jellegű feladatokat (pl. broszúrák, kiadványok és más írásművek előkészítése, internet design, események menedzselése stb.) érdemes specialistákra bízni.

- A népszavazásra történő mozgósítás idején jelentősen erősíteni kell a kommunikációs tevékenységet, s ez mindenképpen szükségessé teszi külső partnerek bevonását.

6.2. A szerződéses partner kiválasztásának szempontjai

Az EU Kommunikációs Közalapítvány és a minisztériumok azzal a valós, döntést igénylő kérdéssel szembesülnek, hogy milyen tanácsadónak adjanak megbízást. Profiljának lényegét tekintve az ideális szakértő partner:

- legyen olyan, közügyekkel foglalkozó, kapcsolatszervező cég, amelynek szakemberei bizonyítottan képesek a magyar kormányzat, intézmények és szakmai-érdek-képviselői, civil szervezetek számára hasonló feladatokat ellátni;
- ismerje a korábbi hazai és nemzetközi EU-kommunikáció módszereit és tapasztalatait, beleértve a többi tagjelölt ország gyakorlatát, rendelkezzen tapasztalatokkal az eddigi hazai EU-kommunikációban;
- rendelkezzen tapasztalatokkal a teljes körű kommunikációs stratégiák kialakításában, azok gyakorlati megvalósításában;
- ismerje a politika, a média, a szakmai-érdek-képviselői és civil szervezetek országos és helyi szereplőit;

- ismerje alaposan a kommunikáció- és társadalomkutató piacot, és legyen képes alvállalkozásban szakértőket foglalkoztatni (véleménykutatás, internet, médiaelemzés, tv stb.);
- lássa át a KS feladatait, súlypontjait, létrejöttének és végrehajtásának folyamatát, teljes komplex rendszerét;
- költséghatékonyan végezze el feladatait.

E szempontok mellett a kiválasztáskor érdemes azt is tekintetbe venni, hogy számos, rendkívül speciális feladat ellátásáról van szó. Ezért érdemes elkerülni a nagy, hosszú távra szóló, általános keretszerződéseket. Ehelyett jól meghatározott, pontosan körülírt projektekre (projektcsoportokra) kell szerződéseket kötni, és a végrehajtást ellenőrizni kell.

6.3 A külső szerződő partnerek feladatai

Az EU Kommunikációs Közalapítványnak és a tárcáknak azt is érdemes megfontolni, hogy milyen feladatok elvégzését tanácsos külső szakértőkre bízni. Ha a Közalapítvány, illetve minisztériumi egység és a külső partner között egészséges a kapcsolat, indokolatlan az elvégzendő munka terjedelmét korlátozni. A végső döntést minden esetben a Közalapítvány/egység hozza, és ehhez figyelembe veheti külső partner javaslatait. Célszerű, ha a szerződéses partnerek többek között részt vesznek:

- kiadványok (brosúrák, szóróanyagok, könyvek, plakátok, internetes tartalmak, hírlevelek stb.) tartalmi elkészítésében, formai előkészítésében és gyakorlati kivitelezésében,
- a KS céljait segítő (pl. speciális célcsoportoknak szóló) kommunikációs kampányok tervezésében és végrehajtásában,
- rendezvények tartalmi előkészítésében szervezésében és lebonyolításában,
- véleménykutatások tervezésében, a kutató cég kiválasztásában, az eredmények a KS szempontjai szerinti részletes értékelésében,
- a stratégia megújításában és az éves akcióterv kialakításában,
- a stratégia megvalósításában,
- a mérésben és a benchmarking tevékenységben.